Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa Importadora De Artículos Tecnológicos Desde China A La Ciudad De Popayán

"Emprendimiento"

Trabajo de grado para optar por el título de Contador Público

Andrés Felipe Ortiz Valencia

Corporación Universitaria Unicomfacauca

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa de Contaduría Pública

Popayán, Cauca

2024

Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa Importadora De Artículos Tecnológicos Desde China A La Ciudad De Popayán

Trabajo de grado para optar por el título de Contador Público

Andrés Felipe Ortiz Valencia

Tutor

Mg. Angélica Cardozo Rico





Corporación Universitaria Unicomfacauca

Facultad de Ciencias Empresariales

Programa de Contaduría Pública

Popayán, Cauca

2024

Nota de aceptación

_____

_____

_____

_____

_____

Tutora

_____

Jurado

_____

Jurado

Popayán, xxxxxxxxxxxxx

Dedicatoria

Dedico este trabajo de grado, en primer lugar, a Dios, por darme la fuerza, sabiduría y perseverancia para llegar hasta aquí. A mi madre, Maritza Valencia, por su amor incondicional, apoyo y sacrificio a lo largo de este camino. A mi tío, Juan Carlos Valencia, y a mi hermana, Diana Valentina, por estar siempre a mi lado, brindándome ánimo y consejos en los momentos difíciles.

A mi perrita Candy, que con su compañía y tranquilidad me ayudó a sobrellevar los momentos de estrés. Y, por supuesto, a todos mis familiares, amigos y personas que, de una u otra forma, contribuyeron a la realización de este proyecto. Este logro también es de ustedes.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas que, de una u otra manera, contribuyeron a que este proyecto fuera posible.

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la fortaleza, la perseverancia y la oportunidad de avanzar en este proceso académico. A mi familia, que ha sido mi pilar fundamental a lo largo de este camino. Su apoyo incondicional quienes con su esfuerzo y dedicación me brindaron las herramientas necesarias para alcanzar mis metas.

A mis tutores y profesores, les agradezco por su paciencia, orientación y conocimientos. Su guía fue esencial para el desarrollo de este proyecto y me motivó a enfrentar los desafíos con responsabilidad y profesionalismo.

Finalmente, dedico este logro a todas aquellas personas que creen en la importancia del esfuerzo y la dedicación para alcanzar sus sueños. Este trabajo no solo representa un paso en mi formación profesional, sino también un símbolo de gratitud hacia todos los que hicieron posible que llegara hasta aquí.

Contenido

Agradecimientos 5

Resumen 12

Abstract 13

Introducción 14

1. Definición del Problema 16

1.1 Planteamiento del Problema 16

1.2 Formulación del problema 19

2. Objetivos 22

2.1 Objetivo General 22

2.2 Objetivos Específicos 22

3. Justificación 23

4. Antecedentes 25

4.1 Globalización de productos y empresas 25

5. Marco Conceptual 30

5.1 Teoría de la Ventaja Absoluta de Adam Smith 30

5.2 Teoría de la Ventaja Comparativa 31

6. Metodología 34

6.1 Tipo de Estudio 34

6.2 Método de Investigación 35

6.3 Fuentes Primarias y Secundarias 36

6.4 Técnicas de Recolección de Información. 36

6.5 Población y Muestra 38

7. Estudio del Mercado 40

7.1 Producto 41

7.2 Demanda 45

7.3 Oferta 52

7.3.1 Proveedores 56

7.3.2 Partida Arancelaria 60

7.4 Precio 63

7.4 Comercialización o Canales de Distribución 67

7.5 Publicidad o Propaganda 71

8. Estudio Técnico 73

8.1 Macro-localización 74

8.2 Micro localización 77

8.3 Diagramas y Planes Funcionales 80

8.4 Maquinaria y Equipos 83

8.5 Materia Prima e Insumos 84

9. Estudio Organizacional - Legal 85

9.1 Estructura Organizacional 85

9.2 Roles y Responsabilidades 85

9.3 Descripción de Cargos 86

9.4 Gastos Administrativos 87

9.5 Constitución Empresa y Aspectos Legales 88

9.6 Filosofía Empresarial 88

10. Estudio Financiero 90

10.1 Inversiones fijas para puesta en marcha del Proyecto 91

10.2 Gastos Operativos 95

10.3 Estado de Resultados Proyectados 97

10.5 Estado de Situación Financiera 98

10.4 Indicadores financieros 99

10.5 Evaluación Financiera 102

10.5.1 Flujo de Caja Libre 102

10.6 Factor de Riesgos del proyecto 107

11. Estudio Ambiental 108

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1 *Smartwatch T900* ***¡Error! Marcador no definido.***

Ilustración 3 *Audífonos M10* ***¡Error! Marcador no definido.***

Ilustración 4 *Perfil del proveedor Shenzhen Eraysun* ***¡Error! Marcador no definido.***

Ilustración 5 *Perfil proveedor Shenzhen ZTX* ***¡Error! Marcador no definido.***

Ilustración 6 *Partida Arancelaria de los Audífonos Inalámbricos* ***¡Error! Marcador no definido.***

Ilustración 7 *Partida Arancelaria de los Relojes Inteligentes* ***¡Error! Marcador no definido.***

Ilustración 8 *Precio del dólar desde agosto 2023 hasta agosto 2024* ***¡Error! Marcador no definido.***

Ilustración 9 *Cotización de envío de la Empresa Coordinadora* ***¡Error! Marcador no definido.***

Ilustración 10 *Cotización de envío de Servientrega* ***¡Error! Marcador no definido.***

Ilustración 11 *Marca y logotipo* ***¡Error! Marcador no definido.***

Contenido de Tablas

Tabla 1 *Especificaciones técnicas del Smartwatch T900* *39*

Tabla 2 *Especificaciones técnicas de Audífonos M10* *42*

Tabla 3 *Precio de los productos según proveedores* *64*

Tabla 4 *Costos de maquinaria y equipo* *73*

Tabla 5 *Costos de materia prima e insumos* *74*

Tabla 6 *Proyecciones de personal* *76*

Tabla 7 *Inversiones Fijas AV GLOBAL SHOP ONLINE* *80*

Tabla 8 *Inversión -Gastos de Instalación y Puesta en Marcha* *80*

Tabla 9 *Ventas proyectadas en unidades para la empresa* *81*

Tabla 10 *Precios por año para la empresa* *82*

Tabla 13 *Ventas proyectadas en valores para la empresa* *83*

Tabla 14 *Costos unitarios por año para la empresa* *83*

Tabla 15 *Costos totales de la empresa* *83*

Tabla 16 *Gastos de personal* *84*

Tabla 17 *Depreciaciones utilizando el método de la línea recta* *85*

Tabla 18 *Gastos de venta* *85*

Tabla 19 *Estado de resultados proyectados en pesos colombianos* *86*

Tabla 20 *Estado de situación financiera en pesos colombianos* *87*

Tabla 21 *Indicadores financieros de la empresa* *88*

Tabla 22 *Flujo de caja libre en pesos colombianos* *90*

Tabla 23 *Evaluación Financiera del proyecto AV GLOBAL SHOP ONLINE* *91*

Contenido de Gráficas

Gráfica 1 *Qué edad tienes?*..... *46*

Gráfica 2 *¿Hasta cuanto estaría dispuesto a invertir para comprar audífonos inalámbricos?*.. *46*

Gráfica 3 *¿Hasta cuanto estaría dispuesto a invertir en los Reloj Inteligentes?* *47*

Gráfica 4 *¿Dónde compra sus productos tecnológicos? (Puede seleccionar más de uno)* *49*

Gráfica 5 *¿Qué aspectos considera más importantes al comprar los productos tecnológicos? (Puede seleccionar más de uno)*..... *50*

Gráfica 6 *¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia para buscar sus productos tecnológicos? (Puede seleccionar más de una)*..... *51*

Gráfica 7*¿Qué tipo de contenido en redes sociales influye más en el momento de decidir una compra? (Puede seleccionar más de uno)* *51*

Gráfica 8 *Interés en la compra de artículos tecnológicos importados de China* *53*

Gráfica 9 *Tipo de artículos tecnológicos y su frecuencia de compra* *54*

Gráfica 10 *Diagrama de Flujo de Efectivo*..... *104*

Resumen

Este trabajo analiza en detalle las oportunidades comerciales y las necesidades del mercado local para la importación de productos tecnológicos desde China, evaluando la viabilidad de crear una empresa importadora en la ciudad. Para la investigación, se utilizó una encuesta en línea que permitió obtener datos claros sobre comportamientos, preferencias y tendencias de la población Los resultados indican que la creación de la empresa es viable y desempeñará un papel clave en el crecimiento económico de Popayán, cubriendo una demanda en aumento y fomentando el comercio local. Enfoque que optimiza la adquisición de productos, mejorando costos, accesibilidad y la experiencia del usuario, lo que también contribuirá a la expansión de relaciones comerciales y la optimización de la cadena de suministro.

Las palabras claves: estudio de factibilidad, importaciones, productos chinos.

Abstract

This paper analyzes in detail the commercial opportunities and needs of the local market for the importation of technological products from China, evaluating the feasibility of creating an importing company in the city. The results indicate that the creation of the company is feasible and will play a key role in the economic growth of Popayán, covering a growing demand and promoting local trade. This approach optimizes product acquisition, improving costs, accessibility, and user experience, which will also contribute to the expansion of commercial relationships and supply chain optimization.

Keywords: feasibility study, imports, Chinese products.

Introducción

La globalización ha transformado radicalmente el panorama empresarial, brindando oportunidades excepcionales para expandir los horizontes comerciales más allá de las fronteras nacionales. En este contexto, el comercio internacional se ha proyectado como un pilar fundamental para el crecimiento económico y la diversificación de productos en diferentes regiones del mundo.

Colombia, cuenta con diversos acuerdos comerciales que sin duda abren un sinfín de oportunidades para los diferentes empresarios nacionales y que se ven reflejadas en aranceles mínimos, competencia justa, así como mercados legales. En la actualidad, se cuentan con tratados de libre comercio con varios países como lo es Estados Unidos, la Unión Europea, México, la Comunidad del Caribe y la Andina, Chile, Canadá, Suiza entre otros. Además, de contar con Proexport, quien se encarga de promocionar las exportaciones no minero energéticas, el turismo internacional y la inversión extranjera dentro del territorio nacional. Es así, como paulatinamente el país se va permeando de esta dinámica comercial internacional llegando a cada departamento, municipio o lugar apartado. Lo anterior se debe a que, cada día, más personas tienen acceso a una variedad creciente de productos y a herramientas digitales que facilitan la compra y el uso de lo que el mercado internacional ofrece.

Las anteriores dinámicas, permiten cada día que ciudades como Popayán, se involucren en la diversificación del mercado y a su vez en la búsqueda de eficiencia para la adquisición de productos importados. Lo anterior, no solo permite realizar compras de importaciones para uso

personales, sino que, también para la comercialización empresarial, puesto que, se tienen productos de calidad con precios competitivos.

En Popayán como en la mayoría de las ciudades, la tecnología es un tema fundamental en el estilo de vida, se sabe que, en el mundo actual hay sinnúmero de productos tecnológicos que facilitan muchas actividades cotidianas. Así pues, en el mercado payanes se encuentra una oferta variada de este tipo de productos tecnológicos y a su vez se adapta al presupuesto del consumidor.

En los últimos años, se ha podido percibir la introducción de productos tecnológicos provenientes de China a la ciudad de Popayán, debido a los bajos costos y a la accesibilidad en envíos y logística de paquetes, que ha beneficiado a los comerciantes, que se dedican a la distribución de productos tecnológicos como: audífonos, cargadores y relojes inteligentes, los cuales, tienen gran acogida en la ciudad por su precio y su funcionalidad.

El propósito fundamental de este estudio es explorar las oportunidades y desafíos asociados con la importación desde China a Popayán, identificando las mejores prácticas, evaluando la viabilidad económica y proponiendo estrategias para maximizar los beneficios comerciales. Además, se abordarán aspectos cruciales como la selección de productos y proveedores, consideraciones logísticas y legales.

Finalmente es importante indicar que el presente trabajo se desarrolló en cuatro fases, en la primera se abordó el estudio de mercado, en el cual se recopilaron datos, a través de encuestas a una muestra representativa de la ciudad de Popayán, como una metodología de tipo cuantitativa y descriptiva, así mismo se realizo un estudio técnico para una empresa importadora de

productos tecnológicos. Por otro parte se estableció un estudio organizacional-Legal de la entidad para determinar la estructura y de esta forma desarrollar un análisis financiero para determinar la sostenibilidad de esta, con un enfoque del impacto ambiental.

1. Definición del Problema

1.1 Planteamiento del Problema

El departamento del Cauca desempeña un papel clave dentro de la economía colombiana, gracias a su riqueza en recursos naturales y su ubicación estratégica, que le permite conectarse con importantes mercados internacionales. Aunque no se encuentra entre los departamentos más grandes en términos de volumen de comercio exterior, el Cauca se destaca por su capacidad exportadora, especialmente en productos agrícolas, minerales y artesanías, que han ganado una creciente presencia en los mercados globales.

En 2023, las exportaciones del Cauca representaron el 0,34% del total nacional, con un valor de 104 millones de dólares (MinCIT, 2024). Entre los productos más importantes exportados por la región en lo corrido de 2024, el azúcar lideró las ventas, representando el 41,3% del total departamental, seguido del café, con un 20,5%, y los agentes de superficie orgánicos, que alcanzaron el 10,8%. El principal destino de las exportaciones del Cauca fue Estados Unidos, con una participación del 22,4%, seguido por Venezuela, que absorbió el 8,5% de las ventas externas.

En cuanto a las importaciones, aunque el volumen es menor en comparación con las exportaciones, el Cauca depende de ciertos productos y tecnologías provenientes de otros países para satisfacer sus necesidades productivas. En 2023, las importaciones del Cauca representaron el 0,59% del total nacional con un valor de 258 millones de dólares (MinCIT, 2024). La mayor parte de las compras externas correspondió a productos de la industria básica, destacándose la pasta de madera y la soda cáustica (10,6%), así como motocicletas para ensamblar (10,3%). Los principales países de origen de estas importaciones fueron Estados Unidos, con una participación del 26%, y China, con el 15,8%.

En la actualidad, el comercio internacional entre Colombia y China ha experimentado un notable incremento, convirtiéndose en una fuente crucial de suministros para diversos sectores comerciales en Colombia. Sin embargo, esta creciente dependencia de las importaciones chinas ha puesto de manifiesto una serie de desafíos que afectan significativamente la eficiencia y rentabilidad de las operaciones comerciales.

La constante demanda en el mercado colombiano de productos chinos presenta un atractivo potencial de negocio. A pesar de estas oportunidades, las empresas que buscan ingresar al mercado de importación desde China a menudo se enfrentan a desafíos y obstáculos que pueden afectar su éxito y rentabilidad al largo plazo.

Uno de los principales problemas identificados es la complejidad logística involucrada en el transporte de mercancías desde China hacia Colombia. La extensa distancia geográfica entre ambos países, junto con la necesidad de atravesar múltiples puntos de

control aduanero, incrementa los tiempos de tránsito y los costos asociados, lo que puede impactar la competitividad y la capacidad de respuesta del mercado colombiano.

Además, los comerciantes colombianos deben pasar por un entorno regulatorio complicado que incluye el cumplimiento de normativas aduaneras, arancelarias y de calidad. Asimismo, las barreras arancelarias y los costos adicionales derivados de impuestos pueden alterar los márgenes de ganancia y hacer que algunos productos sean menos competitivos en el mercado local.

Otro aspecto crítico, es la variabilidad en la calidad de productos importados, puesto que, no se pueden realizar inspecciones exhaustivas que garanticen la satisfacción del comprador, esta situación es una de las barreras más grandes, debido a que genera desconfianza en el tipo de producto a recibir, y a su vez puede causar devoluciones y sobrecostos. También es importante destacar el inconveniente que puede surgir debido a las diferencias culturales y lingüísticas, las cuales complican la comunicación y las negociaciones con los proveedores chinos. Esto puede resultar en malentendidos y en la firma de acuerdos que no cumplan con las expectativas comerciales.

Las anteriores situaciones, generan incertidumbre y prevención por parte de los comerciantes colombianos para interactuar en el mercado de exportación, a esta situación se suma, la falta de conocimiento y acompañamiento en las negociaciones que se requieren al inicio de un proceso de importación. Por otra parte, la constante fluctuación del precio del dólar, las barreras arancelarias, de logística y transporte, regulaciones normativas, la confianza en la selección de proveedores, las regulaciones sanitarias y de seguridad, frenan la

posibilidad de transacciones económicas con China y a su vez un decrecimiento en la economía colombiana.

Por tanto, es indispensable pensar en alternativas y estrategias que permitan fortalecer las capacidades comerciales de los empresarios colombianos, que contribuyan a afianzar las relaciones comerciales con China, para obtener mejoras en los acuerdos y las condiciones de las negociaciones al largo plazo, lo anterior, sustentado en suplir las necesidades que cada día presenta la demanda respecto a productos con precios asequibles y de calidad.

1.2 Formulación del problema

En el contexto descrito, es importante destacar que, en Colombia, algunas ciudades tienen una oferta más amplia de productos chinos. Esto se debe a la fortaleza comercial de grandes ciudades como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, que cuentan con ubicaciones estratégicas y medios de transporte aéreo y marítimo que facilitan el acceso a productos importados y reducen los costos de adquisición. Sin embargo, otras ciudades, debido a su tamaño y ubicación, enfrentan desafíos significativos para su crecimiento económico y diversificación comercial. Este es el caso de Popayán, que enfrenta obstáculos en áreas como infraestructura, diversificación económica, seguridad y desarrollo industrial, lo que limita su progreso económico.

Para superar estas deficiencias, se requiere una estrategia integral de desarrollo económico que involucre tanto al sector público como al privado. Además, los constantes bloqueos en la Panamericana, la principal vía de acceso a la ciudad, agravan estos problemas.

Por lo tanto, los esfuerzos del sector público para garantizar la movilidad y la seguridad vial son cruciales para impulsar la economía de Popayán.

En este panorama, los comerciantes de Popayán enfrentan desafíos significativos al intentar importar productos, especialmente desde China. A pesar de la frecuente publicidad sobre estas oportunidades, se han reportado casos de estafas, lo que aumenta la incertidumbre en este tipo de transacciones comerciales. Además, el desconocimiento sobre procesos seguros de importación, la documentación requerida, la identificación de proveedores confiables y la falta de confianza para invertir en un mercado extranjero crean barreras que impiden aprovechar plenamente las oportunidades de negocio. Esto limita su capacidad para competir en sectores como el tecnológico, particularmente en la importación de audífonos inalámbricos y relojes inteligentes.

En ese sentido la ciudad necesita estrategias y herramientas que le permitan fortalecer y ampliar las transacciones comerciales y a su vez aprovechar las oportunidades que se generan en la economía a partir de la globalización, ya que, la importación de productos electrónicos desde China hacia Colombia se presenta como una estrategia altamente ventajosa y rentable.

Importar productos chinos ofrece acceso a dispositivos innovadores que están en tendencia y que se consideran “populares” debido a su utilidad en la vida cotidiana. Ejemplos de estos son los audífonos inalámbricos y los relojes inteligentes, que proporcionan experiencias de comunicación que satisfacen diversas necesidades del mercado.

Sumado a lo anterior, estos dispositivos ofrecen ventajas que permiten tener experiencias más cómodas, brindando mayor conectividad y múltiples funcionalidades que mejoran la vida diaria. En cuanto a los audífonos, se destacan por ofrecer una experiencia auditiva superior. Por otro lado, los relojes inteligentes permiten a los consumidores monitorear su salud, recibir notificaciones y mantenerse conectados sin necesidad de utilizar el teléfono móvil.

Es por estas razones, que la ciudad de Popayán requiere de herramientas, estrategias e iniciativas que permitan fortalecer su actividad económica, la expansión y el relacionamiento en los mercados, y fortalecer la dinámica comercial que permita el desarrollo económico. Considerando lo anterior, resulta pertinente plantear la siguiente pregunta y objetivos de investigación.

¿Es factible la creación de una empresa en Popayán para la importación de artículos tecnológicos desde China?

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Realizar la factibilidad de la creación de una empresa importadora de artículos tecnológicos desde China a la ciudad de Popayán.

2.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado recopilando datos por medio de encuestas a una muestra representativa de la ciudad de Popayán.
- Proponer un estudio técnico en el marco de una empresa importadora de productos tecnológicos.
- Establecer un estudio organizacional-Legal de la empresa.
- Desarrollar un análisis financiero para determinar la sostenibilidad de la empresa.
- Elaborar un estudio ambiental para reducir la posible contaminación al medio ambiente.

3. Justificación

El avance tecnológico y la globalización han incrementado la demanda de productos tecnológicos a nivel mundial, y Popayán no es la excepción. Sin embargo, la oferta local de artículos tecnológicos en la ciudad es limitada y a menudo costosa debido a la falta de empresas especializadas en la importación directa de estos productos. Esto genera una oportunidad para establecer una empresa importadora que pueda abastecer el mercado local con artículos tecnológicos innovadores y asequibles provenientes de China.

Estudiar la factibilidad de la creación de esta empresa es fundamental por varias razones. En primero lugar, permitirá identificar las oportunidades y desafíos específicos del mercado de Popayán, evaluando la demanda local, las condiciones logísticas, y la competencia existente. Segundo lugar, analizará los aspectos económicos y legales relacionados con la importación de productos desde China, asegurando que la empresa pueda operar de manera eficiente y rentable.

Además, este trabajo contribuirá al desarrollo económico de la ciudad al facilitar el acceso a tecnología de punta, mejorando la competitividad de los negocios locales y el bienestar de los consumidores. La creación de esta empresa también generaría empleo y podría estimular la modernización del comercio en la región.

En resumen, este estudio es esencial para determinar si la creación de una empresa importadora de artículos tecnológicos desde China a Popayán es una inversión viable y sostenible, y cómo podría impactar positivamente en la economía local y en la accesibilidad de la tecnología para los payaneses.

También, se busca minimizar los obstáculos, simplificar procesos aduaneros y educar a los emprendedores de cómo deben hacerse correctamente todos estos procedimientos evitando errores administrativos internos para tener una experiencia exitosa.

Según testimonios de propietarios de negocios dedicados a esta industria, la búsqueda de estos productos de manera directa implica desplazarse a ciudades como Cali, Bogotá, Medellín. Por consiguiente, se generan costos adicionales y limita la accesibilidad para aquellos que no pueden realizar estos procesos, así mismo, la opción de compra por internet se enfrenta a desafíos logísticos, todo esto se traduce en costos de flete lo cual impacta los precios para el consumidor final como la rentabilidad.

En este proyecto, se establecerá una base sólida para aportar en el fortalecimiento de la dinámica comercial que se da a partir del proceso de importación desde China, y a su vez como punto de referencia para las exploraciones o investigaciones que se puedan dar alrededor del tema.

4. Antecedentes

4.1 Globalización de productos y empresas

En el contexto colombiano, “Entre 1950 y 2013 en la política comercial colombiana imperó el proteccionismo, a pesar de las políticas que buscaban liberalizar el comercio e impulsar las exportaciones distintas al café. El mayor proteccionismo se observa entre finales de los años cincuenta y comienzos de los setenta; ya a principios de los noventa se buscó liberalizar el comercio exterior, con lo que se conoció como la apertura económica” (García, 2019).

Esta transición a una apertura económica en Colombia nos da una visión frente a las formas de economía mundiales, a su vez es vital entender algunas políticas las cuales protegían demasiado las industrias locales generando ineficiencias y limitando su competitividad internacional. Los años 90 fueron cruciales para Colombia al integrarse en la economía global, incentivado la modernización tecnología y eficiencia productiva.

En la actualidad, los niveles de importaciones y exportaciones fluctúan en función de diversas actividades como la producción e industrialización, la agricultura, el turismo, la educación (en términos de intercambios), la tecnología, entre otras. Estas actividades contribuyen al crecimiento de la economía nacional. Por esta razón, desde la década de 1990, cuando comenzó el modelo de apertura económica, se han observado cambios significativos en la balanza comercial. (Riaño, 2015)

Actualmente, el volumen de importaciones y exportaciones varía según las actividades manufactureras, industriales, agrícolas, turísticas, educativas e industriales. Estas actividades

contribuyen al crecimiento económico del país, reflejando la conectividad global y la confianza entre los países lo que refleja la importancia del comercio internacional.

El desarrollo del comercio internacional ha sido fundamental para el crecimiento económico mundial. Desde los primeros días del trueque hasta el complejo sistema de comercio global actual, el intercambio de bienes y servicios ha llevado a la prosperidad de las naciones. Las políticas comerciales internacionales basadas en principios económicos continúan guiando este proceso, asegurando que los países puedan aprovechar sus ventajas comparativas para el beneficio mutuo y el crecimiento económico sostenible.

Colombia ha firmado varios acuerdos para fortalecer su relación comercial, especialmente con economías avanzadas y países exportadores de tecnología. Algunos de los acuerdos clave entre Colombia y otros países son: Acuerdo de Cooperación Económica y Comercial (Embajada de Colombia en China, 2023), firmado en 2018 que tiene como objetivo promover la cooperación económica, financiera, comercial y tecnológica entre los dos países. Tratado de Libre Comercio Colombia-Estados Unidos firmado en 2006, este tratado es uno de los más importantes para Colombia. Facilita el comercio de productos agrícolas y manufacturados entre ambos países, incluyendo productos tecnológicos (TLC, 2006). Acuerdo Comercial entre la Unión Europea, Colombia, Perú y Ecuador (MinCIT, 2012) este acuerdo establece mecanismos para promover la innovación, el desarrollo tecnológico y la investigación en conjunto con los países de la UE, que son grandes exportadores de tecnología avanzada. Tratado de Libre Comercio (TLC) Colombia-Corea del Sur firmado en 2016, este TLC permite a Colombia acceder a tecnologías avanzadas en áreas como telecomunicaciones, electrónica, automotriz y maquinaria industrial (Embajada de Corea, 2016)

Por otra parte, es necesario destacar un trabajo de investigación, realizado en Perú en el año 2019, en la Universidad César Vallejo de la facultad de Ciencias Empresariales, que se titula "Importación de accesorios chinos para celulares y estrategias de comercialización de las MYPES la galería El Progreso, Las Malvinas, año 2019" elaborado por cuatro estudiantes: Jean Basilio, Lisbeth Guisado, Mariluz Lagos y Shirley Ventura, de los cuales se destaca lo siguiente:

El motivo del trabajo en mención se dio por los grandes cambios que se están dando en la economía a partir de los acuerdos bilaterales entre países latinos y asiáticos, lo que ha fomentado el crecimiento del comercio en las importaciones de productos tecnológicos desde China, debido a que estos son populares por los bajos precios que tienen en comparación con los productos nacionales, siendo así una gran oportunidad para pequeños emprendedores. Asimismo, estos productos son tendencia debido al amplio crecimiento de las comunicaciones, las redes y el acceso a la tecnología, por tanto, China ofrece productos tecnológicos atractivos e innovadores.

La metodología fue Correlacional, de diseño no experimental, de corte transversal, bajo el enfoque cuantitativo y de tipo aplicada. La muestra fue de tipo censal, determinando una población y muestra de los 8 comerciantes importadores de accesorios para celulares en la galería El Progreso – Las Malvinas 2019. Para la recolección de la información se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario que fue debidamente validado para demostrar su confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach, conformado por 12 preguntas por cada variable, dando un total de 24 preguntas (Basilio et al., 2019).

En el desarrollo del trabajo se destacan algunos resultados por sus aspectos relevantes en las importaciones, por ejemplo, en cuanto al nivel de importaciones en MYPES, el 62% indican que la Importación tiene un nivel medio y el 38 % manifestaron que tiene un nivel Alto. Para las

estrategias de comercialización se obtuvo que del 66,7% de las MYPES dicen que la importación y estrategias de comercialización tiene un nivel Medio y Alto; asimismo se observa que existe un 30% que muestran que existe un nivel Bajo entre la importación y las estrategias de comercialización. Se infiere de los resultados obtenidos, que la relación es positiva y significativa, es decir, al realizar una correcta Importación, las estrategias de comercialización mejoran.

A nivel Nacional, es importante resaltar, la investigación realizada en la Universidad Autónoma de Occidente, de la ciudad de Cali, en donde los autores Mónica Echeverry y Néstor Montenegro, de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, realizaron una investigación titulada “Factibilidad para la importación de artículos tecnológicos chinos al mercado de Santiago de Cali”.

El trabajo en mención pretende determinar la viabilidad de la importación y comercialización de artículos tecnológicos importados desde China, específicamente de productos como smartphone y tablets del sistema Android. La metodología establecida fue de tipo descriptivo, en donde se empleó el modelo de plan de negocios, estudios de mercado, financieros y de costos, para evaluar y analizar detalladamente los aspectos podrían generar ventajas de la comercialización de estos productos.

Lo anterior, permitió identificar los avances del sector tecnológico en Colombia, así como determinar que la población joven es la que tiene de comprar y a interesarse por este tipo de productos. También, se destacó que para los estratos 2, 3 y 4 de Cali tiene expectativas negativas de las marcas chinas, Sin embargo, quienes tuvieron experiencias con estos dispositivos tiene una imagen favorable. Finalmente, se determinó que el proyecto de

importación de productos chinos es favorable, porque el Gobierno ha mejorado las alianzas y relaciones comerciales con dicho País, así como también se relacionan que las grandes marcas de productos tecnológicos tienen proveedores chinos lo que relaciona la calidad con el buen precio (Echeverry y Montenegro, 2013).

5. Marco Conceptual

A lo largo del tiempo, las naciones creían que la única manera de enriquecer a un país era lograr un superávit comercial. Sin embargo, la llegada del capitalismo industrial y la teoría del comercio internacional, especialmente la ventaja absoluta de Adam Smith, transformaron esta perspectiva. Smith argumentaba que un país podía beneficiarse más a través del libre comercio, sin necesidad de las barreras y restricciones del proteccionismo local.

5.1 Teoría de la Ventaja Absoluta de Adam Smith

Adam Smith es considerado como el máximo economista de la escuela clásica, Reconocido por su obra más importante La Investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones (*An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*), publicada en 1776, en este libro defendió el libre comercio, argumentando que cada economía debía especializarse y exportar aquellos bienes que produjera de manera más eficiente que sus socios comerciales, pues en estos bienes los países tenían ventaja absoluta. En este sentido, el comercio es una consecuencia natural de las diferencias en las capacidades productivas con que cuentan los países. (Torres & Hernandez, 2024)

De acuerdo con Chiñas (2003), las contribuciones que presento Adam Smith a la teoría del comercio internacional sostenían que el control gubernamental de la economía era innecesario; según Smith se debían eliminar todas las barreras y que el comercio operara sin ninguna restricción.

Según Adam Smith, los beneficios dinámicos del comercio exterior elevan la productividad de todos los recursos al mismo tiempo que permite el crecimiento en

economías de escala, activación de los recursos ociosos, mejoramiento de la destreza de los trabajadores y la adopción de equipo de capital especializado.

Sin embargo, Smith plantea que existen dos situaciones en las cuales son necesarias cuando un país extranjero restringe con derechos elevados la entrada a su mercado de productos foráneos. En este caso, es recurrente una política de represalia que busque eliminar los aranceles y las prohibiciones originarias.

Por lo tanto, Smith fue contribuyente a una evolución económica de su época donde su teoría aún sigue siento notable e importante para nuevas teorías sobre el comercio internacional junto con las teorías de David Ricardo.

5.2 Teoría de la Ventaja Comparativa

Fue David Ricardo quien, unos cuarenta años después de la publicación del libro de Smith, aportó un enfoque más elaborado que apuntaba a demostrar, mediante la noción de beneficio mutuo, que el comercio internacional libre de trabas beneficia a todos los que participan del mismo, aún a aquellos países que cuenten con desventajas absolutas en todos sus productos. La clave consistía en el concepto de ventajas comparativas o relativas (en vez de absolutas) que, según Ricardo, explican las causas del comercio entre países y la estructura de este. (Lugones, 2008)

David Ricardo no vio los costos de producción, sino los costos relativos, si no hay países sin ninguna ventaja comparativa para comparar precios relativos. En consecuencia, cada país debería concentrarse en producir cosas en las que sea bueno y comprar de otros lo

que produzca ineficientemente o no pueda producir. Aunque aparentemente dos teorías están en desacuerdo, de hecho, están en causa de forma complementaria, ambas sienten que las naciones deben especializarse en áreas donde tienen una ventaja absoluta.

El comercio internacional es una herramienta importante para el crecimiento económico y la prosperidad de los países. A través de la especialización, los países pueden producir más bienes y servicios que pueden intercambiarse en el mercado global para obtener mayores beneficios económicos. Este proceso no sólo crea riqueza para los países individuales, sino que también fortalece la economía global.

Después de un amplio contexto, acerca del comercio internacional, de las transacciones que se deben realizar a partir de los análisis y costos en la producción. Es relevante mencionar qué se entiende por importación, dispositivos tecnológicos, estudio de mercado y ambiental.

Importaciones: Las importaciones son simplemente bienes o servicios que un país compra (importador) a otro (exportador) para usarlos. Esto permite obtener productos no disponibles o más caros en el mercado local.

Los gobiernos suelen restringir ciertas importaciones para proteger la economía, pero también crean convenios con otros países para facilitar el comercio. Por ejemplo, la Unión Europea establece normativas que benefician a sus miembros (Kiziryan, 2024).

Dispositivos Tecnológicos: son elementos esenciales en el mundo digital, permitiendo la interconexión y comunicación en nuestra vida diaria. Estos incluyen computadoras, teléfonos inteligentes, tabletas, enrutadores y otros dispositivos conectados a

Internet. Desde dispositivos móviles que nos mantienen conectados en movimiento hasta equipos de red que permiten la transmisión de datos, estas herramientas tecnológicas desempeñan un papel vital en nuestra sociedad actual. Con la evolución tecnológica, los dispositivos continúan mejorando su rendimiento, eficiencia y capacidades, abriendo nuevas oportunidades para la colaboración y la innovación (Digital360 Iberia, s.f).

Estudio de mercado: Es un conjunto de acciones realizadas por organizaciones comerciales que tienen como objetivo obtener información sobre el estado actual de un segmento determinado de mercado. Su finalidad es conocer en profundidad el nicho que se pretende conquistar, como así también su grado de rentabilidad (Silva, 2023).

Estudio ambiental: es elaborado por parte del promotor y en él se especifica la información necesaria para evaluar los posibles efectos significativos del proyecto sobre el medio ambiente. Su principal objetivo no es otro que adoptar las decisiones más adecuadas para prevenir y minimizar dichos efectos (Eurofins, 2023).

6. Metodología

6.1 Tipo de Estudio

Según Danhke (1089) se dividen los tipos de estudios en exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos.

Para el presente trabajo se utilizará un estudio descriptivo, el cual se entiende como una metodología que combina la recolección y descripción detallada de información relevante con un análisis profundo de los datos para entender la viabilidad de un proyecto. A continuación, se define cada uno en el contexto del objetivo de estudiar la factibilidad de la creación de una empresa importadora de artículos tecnológicos desde China a la ciudad de Popayán:

El estudio descriptivo proporciona una base sólida de datos e información. Según Carlos Martínez en su obra El proceso de investigación (1992), “Este tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes”. Esta metodología permite abordar de manera integral tanto la descripción del contexto como el análisis de las posibilidades y desafíos del proyecto, asegurando un enfoque robusto y bien fundamentado para la toma de decisiones.

6.2 Método de Investigación

En este proyecto es necesario recolectar conocimientos y datos para tomar decisiones concretas orientadas al tema de importación. Se enfocará en resolver problemas o satisfacer necesidades específicas, como determinar qué viabilidad de éxito en ventas hay en los productos a importar, identificar proveedores en China, calcular costos y desarrollar estrategias logísticas. Todo esto se traduce en la toma de decisiones, así como la implementación de soluciones prácticas, estas decisiones pueden incluir la selección de proveedores, la planificación logística y la estrategia de marketing.

Enfoque Cuantitativo: La metodología cuantitativa se basa en la recopilación y el análisis de datos numéricos para responder preguntas de investigación y verificar hipótesis ya preestablecidas. Esta metodología depende de la medición, el conteo y, a menudo, el uso de técnicas estadísticas para identificar con exactitud patrones de comportamiento dentro de una población. En este caso está enfocado principalmente en los siguientes factores (Ortega, s.f.):

Este tipo de investigación es de gran uso en las empresas, porque ayuda a la mejora de los productos y servicios para la toma de decisiones, debido a que se busca que la muestra que hace parte de la obtención de datos dé su opinión de manera estructurada, con el fin de producir datos y estadísticas concretas que permiten tener datos estadísticos confiables (Ortega, s.f.).

Dentro de este tipo de investigación, se destaca el uso de técnicas como las encuestas, para el caso del presente trabajo se hará uso de la encuesta online, las cuales permiten hacer investigación de mercado cuantitativa, puesto que al realizar una misma pregunta a muchas

preguntas permiten crear panoramas claros de comportamientos, gustos o inclinaciones de la población objeto de estudio (Ortega, s.f.).

6.3 Fuentes Primarias y Secundarias

Se va a emplear una combinación de fuentes primarias y secundarias para reunir la información necesaria. Las fuentes primarias, en este caso, se refieren a la encuesta para recopilar datos directamente de las empresas y negocios ideales en el estudio.

Por otro lado, las fuentes secundarias incluyen una variedad de recursos documentales, como boletines informativos, informes administrativos de entidades gubernamentales, libros y otros materiales impresos.

Estas fuentes secundarias serán esenciales para respaldar la investigación, proporcionando datos fiables, investigaciones previas análisis complementarios. En conjunto, la combinación de fuentes primarias y secundarias permitirán obtener una visión más completa para desarrollar la propuesta.

6.4 Técnicas de Recolección de Información.

A partir de estas observaciones y análisis de estas, se extraen conclusiones, cuyo grado de realidad se refleja en las tendencias identificadas. Se utilizaron métodos de recolección de datos de investigación para reforzar los estudios, como las encuestas, con el objetivo de observar el comportamiento de los consumidores sobre la base de sus preferencias y el nivel de aceptación de algunos equipos electrónicos importados de China en el mercado local.

Además, se utilizaron fuentes como artículos académicos, libros, informes de mercado, estudios de factibilidad anteriores, documentos gubernamentales, y bases de datos comerciales, para recopilar información existente sobre el mercado de artículos tecnológicos, regulaciones de importación, condiciones comerciales entre China y Colombia, y estudios de casos similares.

En cuanto a las encuestas, se elaboró un cuestionario estructurado en línea con preguntas enfocadas en el objeto de estudio. Estas abarcan aspectos como la competencia en la comercialización de artículos tecnológicos, la percepción de la demanda, las características de los proveedores, y factores clave según la percepción de los comerciantes. También se incluyeron preguntas sobre la opinión y el conocimiento que los encuestados tienen acerca del objeto de estudio.

La encuesta realizada fue de tipo descriptivo porque las preguntas estaban orientadas a obtener datos acerca de actitudes, condiciones, gustos y experiencias de la población objetivo, esta se conformó por 16 preguntas, de las cuales 1 pregunta fue de tipo abierta en la cual se pedía sugerencias o comentarios por parte del encuestado, y las 15 restantes fueron de tipo cerrado con cuatro opciones de respuesta y una de estas opciones era la opción “otro” debido a que es posible que algunas de las alternativas no fueran del pensamiento del encuestado.

La encuesta se realizó de forma online a través de un formulario en el cual participaron 71 personas, quienes respondieron en su totalidad las 16 preguntas. La selección del tipo de persona al cual se dirigió la encuesta fue minuciosa puesto que debían tener relación con la comercialización de productos tecnológicos importados desde China hacia la ciudad de Popayán.

6.5 Población y Muestra

Para el presente estudio de factibilidad, la población objetivo está constituida por los comerciantes y distribuidores de artículos tecnológicos en la ciudad de Popayán. Este grupo incluye tanto a minoristas como mayoristas que actualmente comercializan productos tecnológicos, principalmente audífonos y relojes inteligentes. Así como aquellos que podrían estar interesados en expandir su oferta a través de la importación de artículos desde China.

La población para trabajar se encuentra en la ciudad de Popayán, capital del departamento del Cauca, la cual, se definió como la zona objeto de estudio para el presente trabajo. En ese orden de ideas, los comerciantes para tener en cuenta son distribuidores registrados que trabajen dentro de la ciudad, negocios que actualmente comercializan productos tecnológicos, incluyendo dispositivos electrónicos, accesorios, y otros artículos relacionados y comerciantes con capacidad logística y financiera para participar en la importación directa de productos desde China.

Con base a datos suministrados por la cámara y comercio de Popayán se evidencio que al cerrar el año 2023 en la ciudad de Popayán se encuentran inscritas 86 empresas dedicadas a la venta de accesorios de celulares con el código CIIU 4652.

Se utilizo la siguiente fórmula para población finita:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^{2} * p * q}{e^{2} * (N - 1) + Z_{\alpha}^{2} * p * q}$$

Donde;

n = Tamaño de muestra buscado
N = Tamaño de la Población o Universo
Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)
e = Error de estimación máximo aceptado
p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
$q = (1 - p)$ = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

El resultado arrojo con un nivel de confianza del 95% (1,96), un error de estimación del 5%, y la probabilidad de que ocurra el evento estudiado del 50% o de que no ocurra del 50%, que un numero de 70,42 comerciantes de la ciudad de Popayán es la muestra adecuada de la población los cuales serán encuestados para atender las estadísticas, análisis y resultados que requiere el presente trabajo.

7. Estudio del Mercado

El estudio de mercado se enfocará en comprender la demanda de los productos teniendo en cuenta el mercado objetivo que permitan tener bases para estimar precios y márgenes de ganancia, canales de distribución y de logística e identificación del perfil de los principales clientes y distribuidores. Es importante conocer la oferta de los posibles competidores y obtener datos e información fiable con la cual se podrán tomar decisiones más acertadas. “Las técnicas de investigación de mercados son de gran utilidad porque proporcionan información que permite reducir la incertidumbre sobre el comportamiento y las reacciones de los individuos, elementos y variables que interactúan en un entorno y, de forma combinada con el factor experiencia”. (Nogales, 2004).

De acuerdo con lo anterior, en el presente análisis se utilizará una tasa de interés de referencia del 6% para la elaboración de las proyecciones financieras. Esta tasa se ha seleccionado para reflejar de manera adecuada el coste del capital y las expectativas de rendimiento en el entorno económico actual. Utilizar un IPC del 6%, basado en las tendencias históricas proporcionadas por el Banco de la República de Colombia para el año 2024, lo que permitirá realizar evaluaciones precisas y coherentes en términos de rentabilidad, flujo de caja y viabilidad de los proyectos, facilitando una visión clara de las expectativas financieras y la toma de decisiones estratégicas informadas.

Por esta razón este análisis investigativo nos conducirá a conocer y elaborar estrategias para llegar a un mayor número de clientes potenciales y poder analizar las tendencias de estos,

así como comprender las necesidades, preferencias y disposición a adquirir productos importados desde China.

7.1 Producto

Aunque inicialmente el proyecto se enfocara en las importaciones mencionadas anteriormente como son los audífonos inalámbricos y los relojes inteligentes, lo ideal es ir ampliando la variedad de productos importados los cuales sean innovadores y a su vez rentables en consecuencia atractivos para los consumidores.

La empresa se enfocará en la importación y distribución de una gama de productos tecnológicos, principalmente de origen chino, que han demostrado tener una alta demanda en mercados parecidos. Los productos seleccionados son audífonos y relojes inteligentes.

A continuación, se describen las características de los productos a importar, los cuales fueron seleccionados de tal forma que satisfagan las altas exigencias de los consumidores de estos tipos de productos. Para esto, se tuvo en cuenta que los productos cumplieran con la inclusión de tecnología avanzada y en tendencia, así como también, de calidad y durabilidad, con diseño atractivo y compatibilidad, todo lo anterior, enmarcado en precios competitivos que son atractivos para el consumidor. Por último, se detalló que dichos dispositivos tuvieran variedad en las opciones disponibles y en portabilidad.

Ilustración 1

Smartwatch T900



Tabla 1

Especificaciones técnicas del Smartwatch T900, elaboración propia.

Modelo	**SMARTWATCH T900**
Genero	UNISEX
Tamaño de pantalla	1,73” – 2,02”
Duración de Batería	4 - 7 DIAS
Resistencia al agua	IP67 (Salpicaduras de agua)
Sistema Operativo	Android, IOS
Material de los pulsos	Silicona
Material	Acero y Plástico
Tipo de pantalla	Táctil

Características	Notificación de redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram, X, Snapchat), GPS, medidor de presión arterial, medidor de pulsaciones, Seguimiento de actividad física (futbol, natación, etc.…), Aprueba de polvo, Recibir y contestar llamadas, Controlar cámara de celular en remoto, calculadora, calendario, personalización de fondo de pantalla, agenda de contactos, alarma, brújula, reproductor de música, Botón SOS.
Dimensiones del reloj	49 mm x 43.5 mm x 15 mm 38,5 mm x 44,5 mm x 14mm
Dimensiones de la caja	20cm x 7cm x 3cm
Peso	0,300 kg

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3

Especificaciones técnicas de Audífonos M10, elaboración propia.

Ilustración 4

Audífonos *F9-5*



Tabla 4

Especificaciones técnicas Audífonos F9-5, elaboración propia.

Modelo	**Audífonos F9 – 5**
Genero	Unisex
Funcionalidad	Inalámbrico
Duración de batería	3 – 5 Horas
Capacidad batería audífonos	50 mAh
Capacidad estuche cargador	800 mAh
Numero de cargas	4 – 5 Cargas
Resistencia al agua	IPX-5 (Levemente Sumergible)
Sistema operativo	Android, IOS
Material	Plástico, Gel de sílice
Tipo de control	Táctil
Alcance de bluetooth	10 m – 15 m
Características	Banco de carga externa, Pantalla led, Cancelación de ruido, bluetooth versión 5.2, función powerbank, micrófono, función táctil para, contestar llamadas, , control de volumen, pausa/inicio/ cambio.
Dimensiones de la caja	10cm x 12cm x 5cm
Peso	0,150 kg

Fuente: Elaboración propia

Los anteriores productos, son de los más importados y a la vez de mayor demanda en la ciudad de Popayán, por tanto, esta descripción detallada del producto proporciona una visión clara de lo que la empresa importará y comercializará, destacando las características que lo hacen atractivo para el mercado de Popayán. Además, ayuda a visualizar cómo los productos se posicionarán competitivamente y qué valor ofrecerán tanto a los distribuidores como a los consumidores finales.

7.2 Demanda

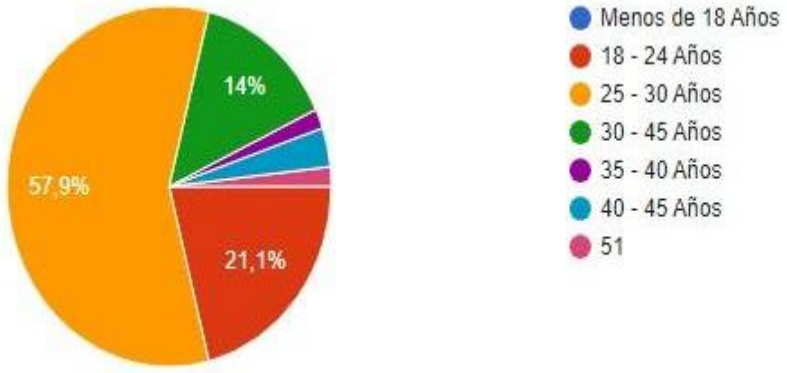
La demanda se refiere a la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a comprar para satisfacer sus necesidades o deseos, siempre que tengan la capacidad económica para efectuar la compra a un precio específico y en un lugar determinado (Plancencía, 2010).

La anterior define la demanda como la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, siempre que puedan pagar el precio establecido y la transacción se realice en el lugar adecuado. Este concepto subraya la importancia de no solo entender qué bienes o servicios tienen demanda, sino también de conocer las condiciones bajo las cuales los consumidores están dispuestos a realizar la compra. Para obtener una visión precisa de la demanda, es crucial realizar encuestas que permitan recoger información detallada sobre las preferencias, capacidades económicas y condiciones de compra de los consumidores. A través de encuestas, las empresas y los investigadores pueden identificar patrones de comportamiento, ajustar estrategias de precios y optimizar la distribución, asegurando que sus ofertas se alineen con las necesidades y posibilidades reales del mercado. Así, las encuestas se convierten en una herramienta esencial para evaluar y prever la demanda con mayor exactitud y eficacia.

Para la demanda se identificaron los clientes potenciales como los que poseen pequeñas y medianas empresas, empresarios y/o personas naturales, que cuenten con un establecimiento, marca y/o canal de distribución. Por tanto, se detallan a continuación los resultados que se

obtuvieron en cada una de las preguntas que se aplicaron en las encuestas dirigidas a los comerciantes.

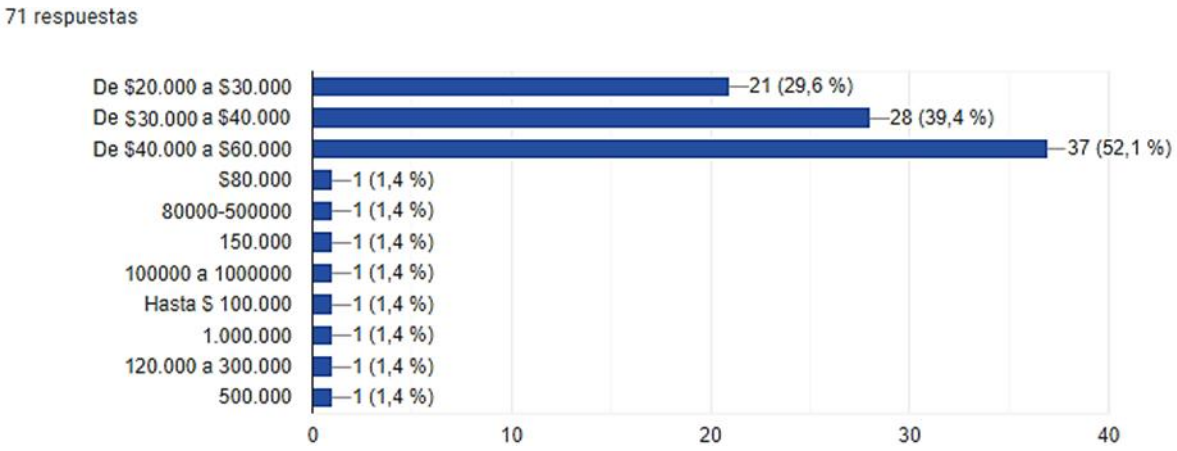
Gráfica 1 *Qué edad tienes?*



Fuente: Elaboración propia

El presente gráfico presenta el mayor porcentaje de 57,9% que corresponde a las edades entre 25-30 años, siguiéndole un porcentaje de 21,1% de edades entre 18-24 años, después están las edades de 30-45 años que representa el 14%, por consiguiente, son las edades con mayor intención de compra para la comercialización de productos tecnológicos.

Gráfica 2 *¿Hasta cuanto estaría dispuesto a invertir para comprar audífonos inalámbricos?*

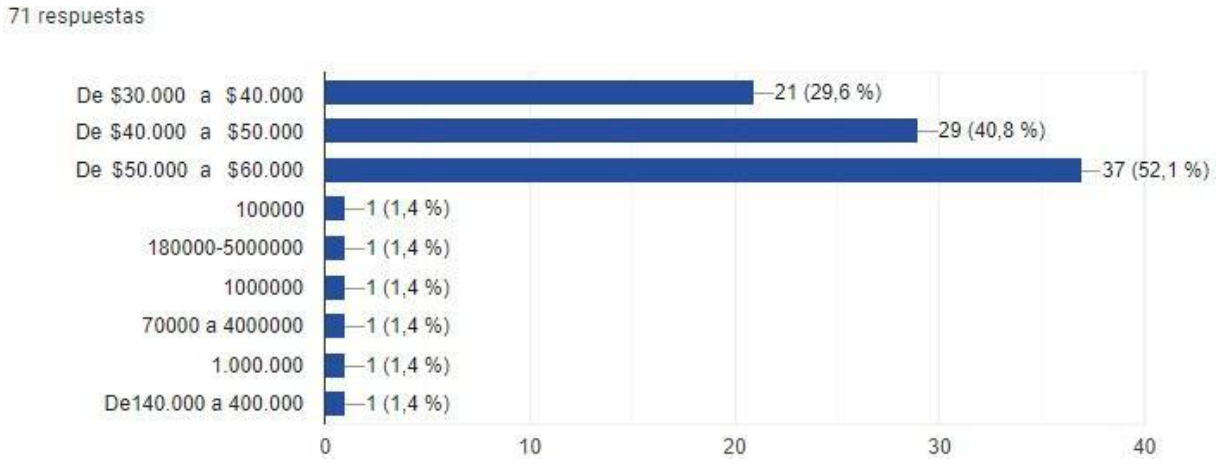


Fuente: Elaboración propia

La grafica representa la cantidad monetaria en la que estarían dispuestos los comerciantes para adquirir audífonos inalámbricos. Según datos anteriores, la mayoría de encuestados que representa 52,1% están dispuestos a gastar entre $40.000 y $60.000 pesos. En este rango de precio siendo el más popular, podemos sugerir que los consumidores valoran una relación calidad-precio, se puede inferir el temor al comprar productos a muy bajo precio, pero con muy baja calidad. Luego está el 39,4% de los encuestados que están dispuestos a pagar entre $30.000 y $40.000 COP, también, está el 29,6% considera invertir en estos dispositivos entre $20.000 y $30.000, lo cual son porcentajes significativos que buscan opciones económicas. Por último, se encuentra el 1,4% de las personas encuestadas que respondieron otros valores manualmente que están dispuestas a gastar cantidades superiores a $80.000, lo que indica que es limitada la demanda de productos de gama alta en este mercado.

Estos resultados permiten tener variedad de ideas para la búsqueda de productos que cumplan o atiendan las preferencias en precios, así como las estrategias de negociación y la inversión a realizar por cada uno de estos elementos, teniendo en cuenta de poder generar confianza en los empresarios sobre la calidad-precio de los productos.

Gráfica 3 *¿Hasta cuanto estaría dispuesto a invertir en los Reloj Inteligentes?*

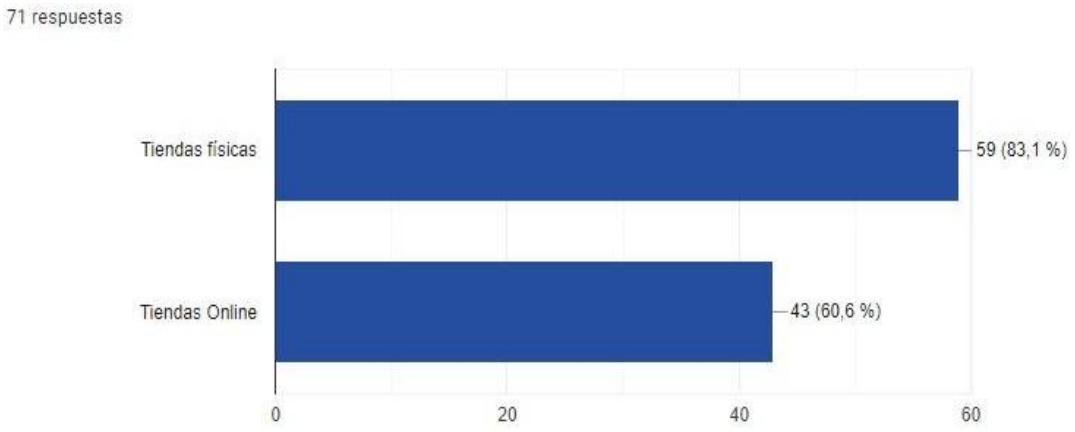


Fuente: Elaboración propia

La gráfica nos indica con el mayor porcentaje que es el 52,1% está dispuesto a gastar entre $50.000 y $60.000 pesos, por lo cual, se concluye que la relación precio-calidad en este aspecto, se infiere que en este articulo también hay un temor en invertir en artículos a precios bajas donde su calidad se puede ver comprometida. Para el 40,8% de los encuestados se tiene una disposición de invertir entre $40.000 y $50.000 pesos, finalmente está el 29,6% entre $50.000 y $60.000 con intención de compra en opciones más asequibles y el 1,4% que se encuentra dispuesto a gastar cantidades superiores a $100.000 COP, lo que indica una demanda limitada para productos considerados gama alta.

En efecto, la mayoría de los comerciantes de Popayán les interesa o prefieren audífonos inalámbricos y relojes inteligentes con precio alto, lo cual está altamente relacionado con la calidad y funcionalidad de estos dispositivos tecnológicos, aspectos que son muy valorados por los consumidores. Es por esto por lo que los proveedores a seleccionar para la adquisición de estos productos deben contar con altos estándares que garanticen la satisfacción y experiencia de los clientes.

Gráfica 4 *¿Dónde compra sus productos tecnológicos? (Puede seleccionar más de uno)*



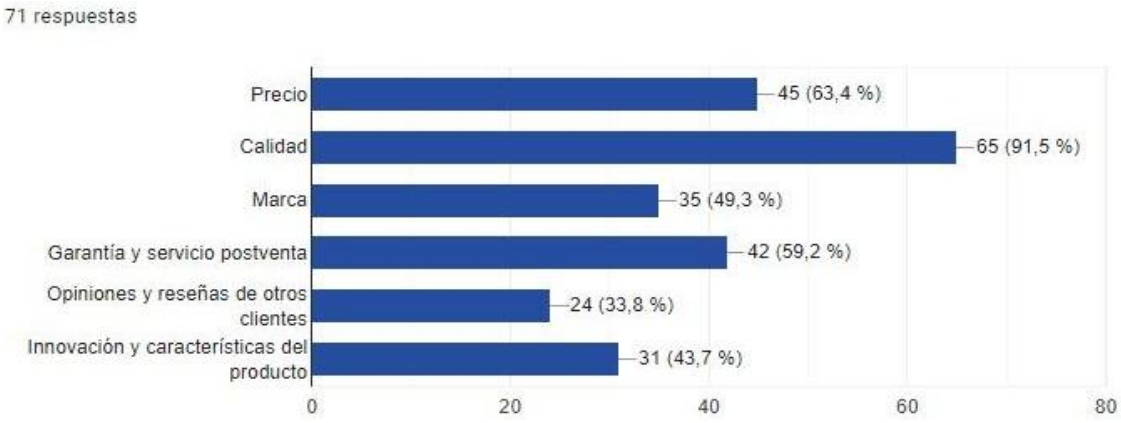
Fuente: Elaboración propia

En la gráfica se muestra que la mayoría de los encuestados que se representa en el 83,1%, prefieren adquirir los artículos tecnológicos en tiendas físicas, mientras que el 60,6% prefieren el uso de tiendas online para realizar este tipo de compras. En esta pregunta, se podía elegir más de una opción, sin embargo, la gran parte de la población tiene inclinación a comprar en tiendas físicas, esto puede obedecer a la confianza que genera el adquirir productos de forma presencial porque permite medir la calidad de los productos, el alcance de los mismo en menor tiempo y la seguridad en la transacción de compra. Asimismo, se debe valorar el porcentaje del 60,6 % de los comerciantes para adquirir productos en línea, lo que permite inferir que este aspecto tiene potencial de aceptación y a su vez de crecimiento, por tanto, se debe fortalecer y considerar como un canal de distribución.

En resumen, el comercio electrónico está ganando un amplio terreno, cabe denotar que la confianza en las compras físicas sigue siendo predominante entre los consumidores. Esto podría

deberse a que los clientes pueden ver y probar los productos antes de comprarlos, así como la percepción de mayor seguridad en su transacción. Sin embargo, La basta y significativa proporción de personas que también compran en línea, nos da un panorama de la tendencia en crecimiento hacia la digitalización lo cual es importante para este proyecto considerar para futuros los esfuerzos de marketing y distribución de productos tecnológicos.

Gráfica 5 *¿Qué aspectos considera más importantes al comprar los productos tecnológicos? (Puede seleccionar más de uno)*



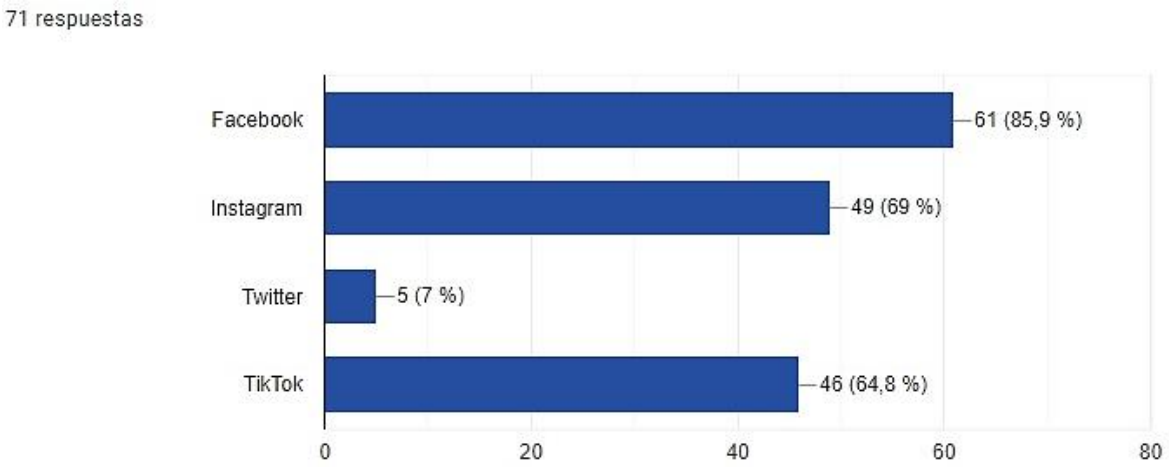
Fuente: Elaboración propia

La anterior grafica muestra los aspectos que valoran las comerciantes al momento de comprar artículos tecnológicos. La calidad del producto es el factor más valorado el cual se representa en un 91,5%, siguiéndole el precio con un 63,4%, lo que refleja una inclinación de los comerciantes por la rentabilidad al tener un precio bajo. La garantía y servicio postventa también tiene un porcentaje significativo con un 59,2%, demostrando que, aunque la calidad es lo más valorado, la garantía sigue siendo aspecto importante.

Otros factores como la marca (49,3%), la innovación y características del producto con un porcentaje de (43,7%), y las opiniones y reseñas de otros clientes (33,8%), también son

considerados, pero con un menor porcentaje, esto no quiere decir que no tengan un nivel de incidencia menor por el contrario respaldan los requerimientos de los clientes.

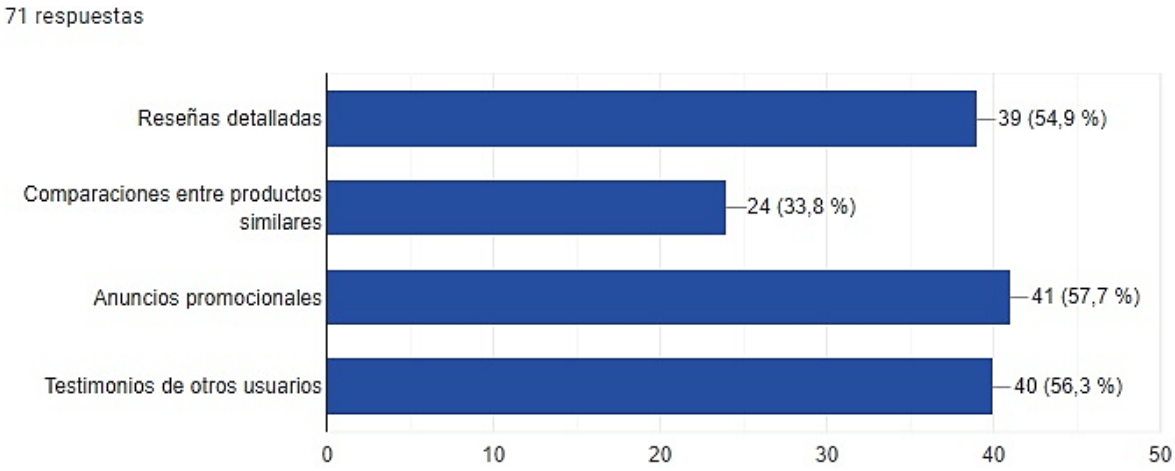
Gráfica 6 *¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia para buscar sus productos tecnológicos? (Puede seleccionar más de una)*



Fuente: Elaboración propia

En la primera grafica nos indica que Facebook es la red social que más utilizan los encuestados con un (85,9%), seguida por la red social Instagram con un (69%) y Tik Tok con un (64,8%). Twitter es la menos popular, utilizada solo por el (7%) de los participantes. Estos datos sugieren que, para llegar al público potencial, las campañas de marketing deberían enfocarse en Facebook e Instagram, y considerar también Tik Tok, aunque no es prioridad en las personas, el alcance y visibilidad que brinda esta red social es necesaria, además, no es necesario generar campañas pagas en Tik Tok dada su viralidad y exposición.

Gráfica 7*¿Qué tipo de contenido en redes sociales influye más en el momento de decidir una compra? (Puede seleccionar más de uno)*



Fuente: Elaboración propia

La presente grafica evidencia el tipo de contenido publicitario que más influye en los encuestados, sugiere que los anuncios promocionales tienen gran predominancia en la decisión de compra con un 57,7%, los testimonios de otros usuarios representan el 56,3%, por lo cual, se puede concluir que estas dos alternativas son las que más impactan en la elección de compra.

En cuanto a las reseñas detalladas tienen un porcentaje significativo con un 54,9%, y en último lugar con un 33,8% están las comparaciones entre productos similares. Esto sugiere que las estrategias que se implementen, como el contenido y forma de publicitar debe centrarse en recopilar testimonios de clientes satisfechos para aumentar la confianza y persuasión en los consumidores. Así como también, se necesita crear estrategias que permitan aumentar la confianza de los consumidores a través los dos últimos aspectos mencionados en los resultados de esta pregunta.

7.3 Oferta

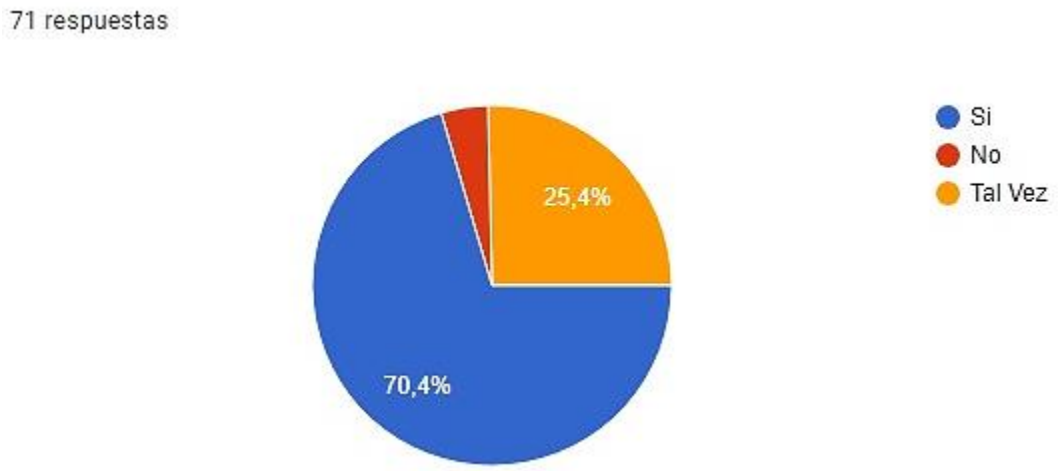
En los últimos años, el mercado de tecnología ha experimentado un crecimiento significativo, impulsado por la creciente demanda de dispositivos electrónicos como audífonos inalámbricos y relojes inteligentes. Este crecimiento ha sido liderado por grandes almacenes y cadenas de supermercados, que ofrecen productos de marcas reconocidas a nivel mundial, como Mini-so, que tiene una fuerte presencia en el mercado nacional.

A pesar de la presencia dominante de las grandes cadenas, los pequeños y medianos minoristas desempeñan un papel crucial en el mercado al ofrecer alternativas más económicas para los consumidores. Aunque sus productos son menos conocidos, cumplen con altos estándares de calidad y diseño, lo que representa una oportunidad atractiva en medio de la creciente demanda de estos dispositivos.

Los negocios que desean ampliar su portafolio de productos y aumentar su rentabilidad encuentran en los productos alternativos una oportunidad para incrementar sus ventas y fortalecer su reconocimiento en el mercado.

Para evaluar la aceptación de estos productos, se llevó a cabo una encuesta dirigida a clientes potenciales y minoristas que se dedican a la comercialización de telefonía celular, accesorios y productos relacionados. A continuación, se presentan los resultados:

Gráfica 8 *Interés en la compra de artículos tecnológicos importados de China*



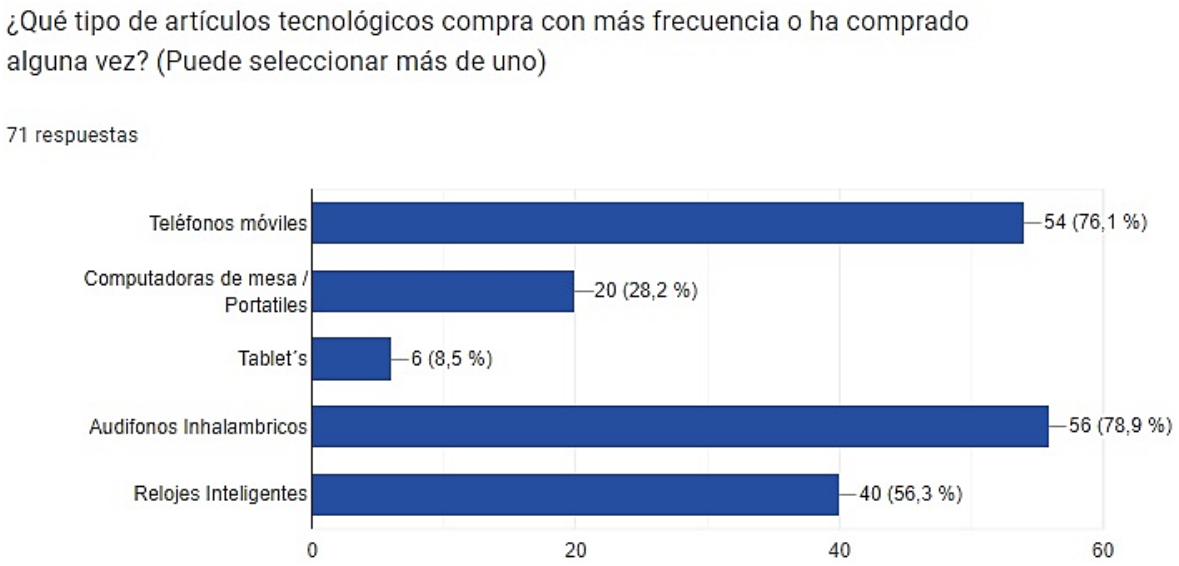
Fuente: Elaboración propia

La gráfica muestra los resultados de la encuesta sobre el interés en productos tecnológicos importados de China a Colombia. Los datos revelan un porcentaje favorable del 70,4%. Por otro lado, el 25,4% de los participantes adoptó una posición neutral. Este grupo podría ser incentivado mediante estrategias de marketing que resalten la calidad y el precio de los productos.

Finalmente, el 4,2% de los encuestados expresó una opinión desfavorable, indicando un desinterés en la importación de estos productos. Aunque este segmento es minoritario, podría estar influenciado por aspectos como la durabilidad de los productos o la preferencia por productos locales.

En la misma línea de aceptación de productos tecnológicos importados de China, se destaca el tipo de artículos y su frecuencia de compra.

Gráfica 9 *Tipo de artículos tecnológicos y su frecuencia de compra*



Fuente: Elaboración propia

La gráfica muestra que la compra de audífonos inalámbricos, con un porcentaje del 78,9%, está alineada con la adquisición de los teléfonos móviles con un 76,1% y accesorios como relojes inteligentes con un 56,3%. Esto sugiere que los consumidores tienden a buscar dispositivos que mejoren su experiencia tecnológica, lo que impulsa una tendencia al alza en la demanda de estos productos. Por otro lado, las computadoras de escritorio o portátiles, con un 28,2%, y las tablet´s, con un 8,5%, son menos adquiridas, posiblemente debido a sus usos más específicos o preferencias personales. Sin embargo, los audífonos inalámbricos y relojes inteligentes, que se conectan por Bluetooth a estos dispositivos, siguen siendo relevantes, lo que podría indicar un posible desconocimiento por parte de los clientes potenciales sobre la interoperabilidad de estos productos.

7.3.1 Proveedores

Se han seleccionado meticulosamente los mejores proveedores, priorizando aquellos que son confiables y que ofrecen una excelente relación calidad-precio, para la importación de audífonos inalámbricos y relojes inteligentes. Este proceso es esencial para asegurar que se mantengan los altos estándares de excelencia del proyecto.

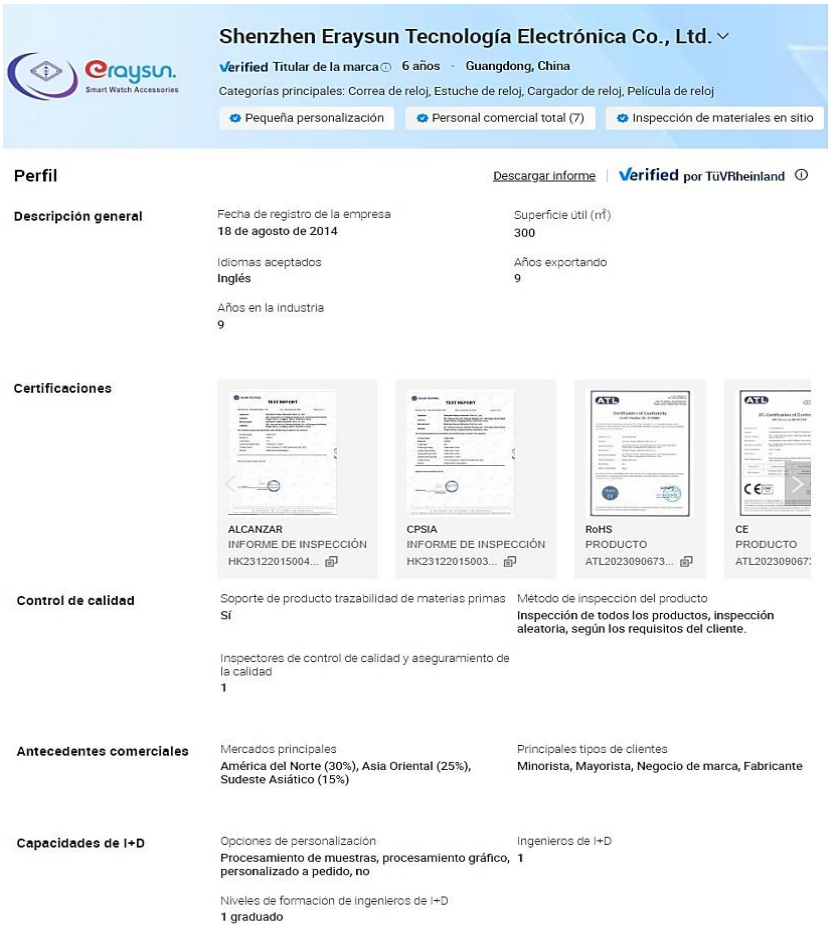
Además, se han evaluado varios factores, incluyendo la durabilidad, el diseño y la funcionalidad de los productos a ofrecer. También se han considerado los plazos de entrega de los proveedores y del flete, que oscilan entre un mes y 15 días hasta dos meses y 15 días. En cuanto a las devoluciones, se ha estipulado un plazo máximo de 15 días, utilizando transporte aéreo si es necesario, ya que se contará con un stock para agilizar el proceso. La empresa se encargará de validar el servicio de garantía, con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

Los proveedores que cumplen con las especificaciones y requisitos de calidad establecidos son los siguiente:

a. **Shenzhen Eraysun Electronic Tech Co., Ltd.** Es un proveedor destacado en la industria de accesorios para dispositivos electrónicos, especializado en la fabricación de relojes inteligentes, correas y estuches de marcas nuevas y reconocidas.

Ilustración 5

Perfil del proveedor Shenzhen Eraysun



Nota. Perfil del proveedor Shenzhen Eraysun. Tomada de Company Overview - Shenzhen Eraysun Electronic Tech Co., Ltd. (s. f.).Alibaba.com. https://eraysunwearable.en.alibaba.com/company_profile.html?spm=a2700.shop_index.88.8.73ba18a2egvnn9

Este proveedor se destaca como una excelente opción por varias razones:

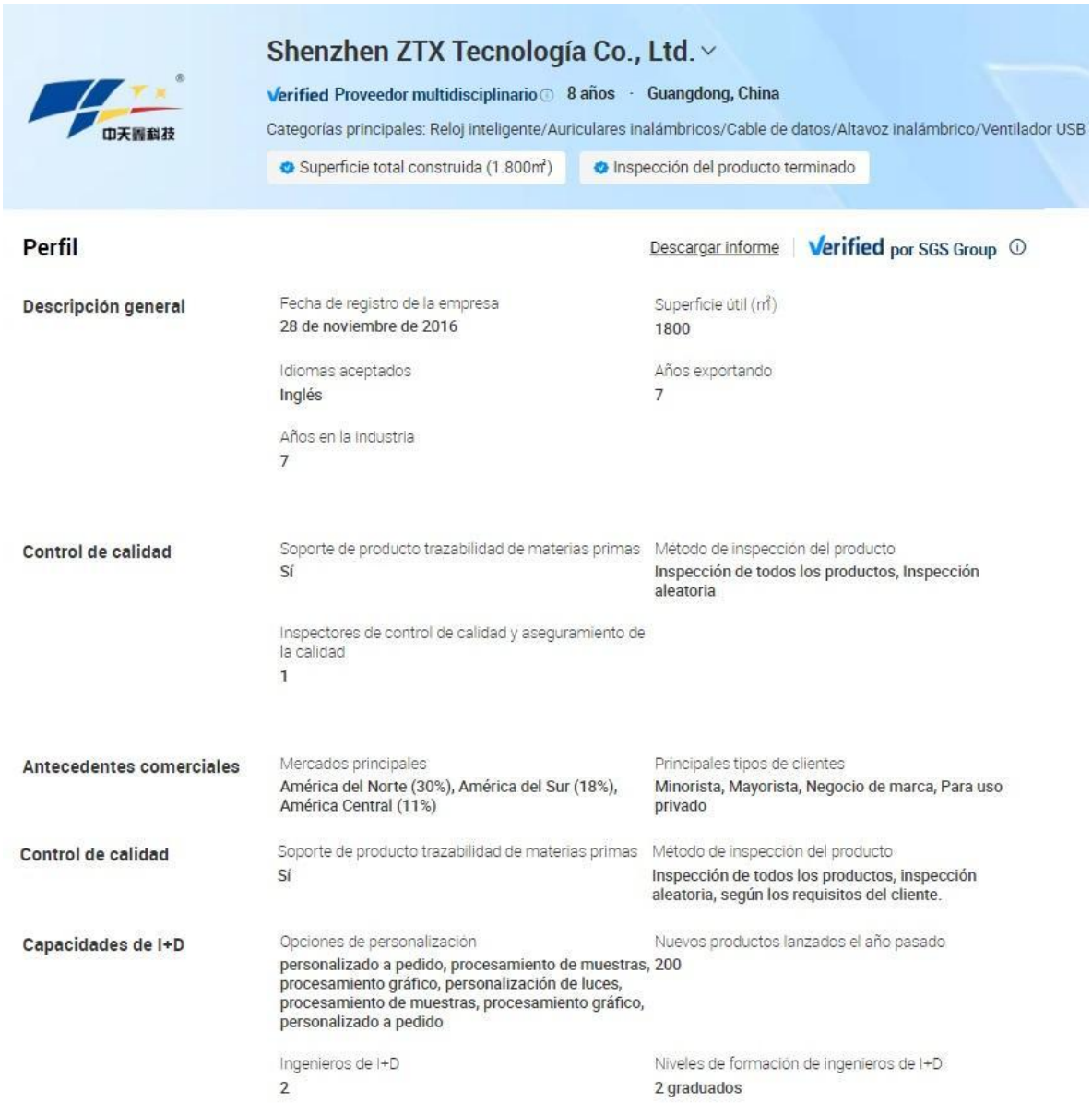
- **Experiencia y especialización:** Con más de 10 años en la industria, Eraysun ha demostrado ser un proveedor confiable y especializado en la fabricación de accesorios para relojes inteligentes.

- **Capacidad de producción:** La empresa tiene la capacidad de producir más de 100,000 unidades diarias, lo que garantiza la capacidad de manejar grandes volúmenes de pedidos sin comprometer la calidad.
- **Calidad y certificaciones:** Eraysun opera en un entorno de producción impecable, utilizando materiales de alta calidad que cuentan con certificaciones de organismos profesionales como RoHS, CE, REACH y CPSIA2, lo que asegura el cumplimiento de estándares internacionales de seguridad y calidad.
- **Innovación y desarrollo:** La compañía cuenta con un equipo dedicado a la investigación y desarrollo, permitiendo la constante introducción de nuevos productos y la adaptación a las demandas del mercado.
- **Flexibilidad y personalización:** Ofrecen servicios OEM/ODM, permitiendo a los clientes obtener productos personalizados según sus necesidades. Además, son capaces de proporcionar muestras en una semana, facilitando decisiones rápidas y eficientes.
- **Servicio al cliente:** Eraysun se distingue por su rápida respuesta y alta tasa de entregas puntuales, lo que refleja su compromiso con la satisfacción del cliente.

b. Shenzhen ZTX Technology Co., Ltd. Es un proveedor destacado en la industria de dispositivos electrónicos, especializado en la fabricación de relojes inteligentes, audífonos inalámbricos, cables de datos, altavoces inalámbricos y ventiladores USB.

Ilustración 6

Perfil proveedor Shenzhen ZTX



Nota. Perfil del proveedor ShenZhen ZTX. Tomado de Company Overview - ShenZhen ZTX Technology Co,.Ltd. (s. f.). Alibaba.com. https://ztxtech.en.alibaba.com/company_profile.html?spm=a2700.shop_index.88.8.4f90346bBBqphv

Las razones por las que este proveedor es una excelente opción son:

- **Experiencia y diversificación:** Con 8 años en el mercado, ZTX Technology ha demostrado ser un proveedor confiable y versátil, ofreciendo una amplia gama de productos electrónicos.
- **Capacidad de producción:** La empresa cuenta con una planta de producción de 1,800 metros cuadrados, lo que le permite manejar grandes volúmenes de pedidos y mantener un control de calidad riguroso en varias líneas de productos.
- **Inspección y control de calidad:** ZTX Technology realiza inspecciones exhaustivas de materiales y productos terminados en el sitio, asegurando que cada artículo cumpla con los estándares de calidad antes de su envío.
- **Personalización y flexibilidad:** Ofrecen servicios de personalización (OEM/ODM) para satisfacer las necesidades específicas de los clientes.
- **Innovación y desarrollo:** La empresa invierte continuamente en investigación y desarrollo, lanzando nuevos productos alineados con las tendencias del mercado.
- **Servicio al cliente:** ZTX Technology se destaca por su rápida respuesta y alta tasa de entregas puntuales, demostrando un firme compromiso con la satisfacción del cliente.

7.3.2 Partida Arancelaria

Simultáneamente, se consulta el arancel de aduanas proporcionado por la DIAN a través del Modelo Único de Ingresos, Servicio y Control Automatizado (MUISCA). Este sistema permite acceder a información detallada sobre medidas arancelarias, normas relacionadas con la

nomenclatura y sus especificaciones. Mediante este servicio, es posible consultar datos y características de cada subpartida arancelaria declarable en Colombia, incluyendo el código, la descripción, las tarifas generales y las tarifas aplicables según los acuerdos comerciales vigentes.

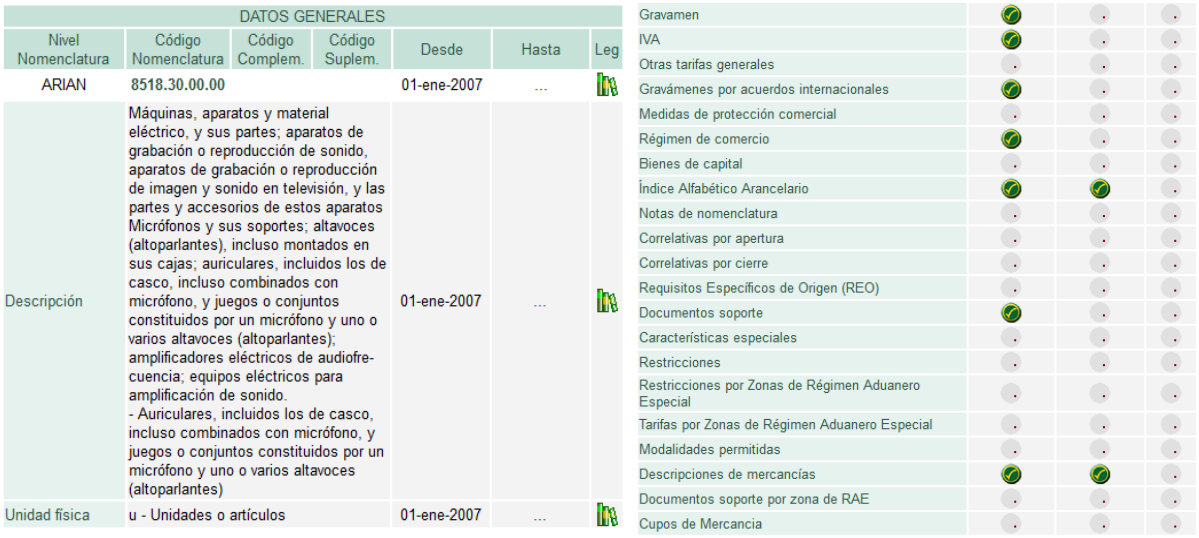
El sistema MUISCA es una herramienta esencial para importadores y exportadores, ya que facilita el cumplimiento de las normativas aduaneras y optimiza el proceso de importación, ofreciendo una visión clara y precisa de los requisitos y tarifas correspondientes.

a. Partida arancelaria de los Audífonos Inalámbricos

La partida arancelaria para audífonos inalámbricos se encuentra en el capítulo 85, que cubre máquinas, aparatos y material eléctrico, junto con sus partes. Específicamente, los audífonos inalámbricos están clasificados en la subpartida 8518.30.00.00, que incluye micrófonos y sus soportes, altavoces (incluso montados en sus cajas), auriculares, auriculares combinados con micrófono, y conjuntos formados por un micrófono y uno o más altavoces.

Estos audífonos están exentos de aranceles, pero están sujetos a un IVA del 19% sobre el total de la compra. Además, no enfrentan restricciones de entrada al país, lo que simplifica su documentación y requisitos de importación.

Ilustración SEQ Ilustración * ARABIC 7 *Partida Arancelaria de los Audífonos Inalámbricos*



DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	8518.30.00.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos Micrófonos y sus soportes; altavoces (altoparlantes), incluso montados en sus cajas; auriculares, incluidos los de casco, incluso combinados con micrófono, y juegos o conjuntos constituidos por un micrófono y uno o varios altavoces (altoparlantes); amplificadores eléctricos de audiofrecuencia; equipos eléctricos para amplificación de sonido. - Auriculares, incluidos los de casco, incluso combinados con micrófono, y juegos o conjuntos constituidos por un micrófono y uno o varios altavoces (altoparlantes)			01-ene-2007	...	
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

Gravamen	✓	.	.
IVA	✓	.	.
Otras tarifas generales	.	.	.
Gravámenes por acuerdos internacionales	✓	.	.
Medidas de protección comercial	.	.	.
Régimen de comercio	✓	.	.
Bienes de capital	.	.	.
Índice Alfabético Arancelario	✓	✓	.
Notas de nomenclatura	.	.	.
Correlativas por apertura	.	.	.
Correlativas por cierre	.	.	.
Requisitos Específicos de Origen (REO)	.	.	.
Documentos soporte	✓	.	.
Características especiales	.	.	.
Restricciones	.	.	.
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial	.	.	.
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial	.	.	.
Modalidades permitidas	.	.	.
Descripciones de mercancías	✓	✓	.
Documentos soporte por zona de RAE	.	.	.
Cupos de Mercancia	.	.	.

Nota. Partida arancelaria según código. Tomado de Tomado de Dian Muisca Arancel https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces

b. Partida arancelaria de los Relojes Inteligentes

La partida arancelaria para relojes inteligentes se encuentra en el capítulo 85 del Sistema Armonizado, específicamente en la subpartida 8517.62.20.00. Esta subpartida abarca aparatos para la recepción, conversión, emisión y transmisión de imagen, voz y otros datos. Los relojes inteligentes están exentos de aranceles y no enfrentan restricciones de entrada al país, aunque están sujetos a un IVA del 19%.

Ilustración SEQ Ilustración * ARABIC 8 *Partida Arancelaria de los Relojes Inteligentes*

Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	8517.62.10.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos Teléfonos, incluidos los teléfonos inteligentes y demás teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas; los demás aparatos de emisión, transmisión o recepción de voz, imagen u otros datos, incluidos los de comunicación en red con o sin cable (tales como redes locales (LAN) o extendidas (WAN)), distintos de los aparatos de transmisión o recepción de las partidas 84.43, 85.25, 85.27 u 85.28. - Los demás aparatos para emisión, transmisión o recepción de voz, imagen u otros datos, incluidos los de comunicación en red con o sin cable (tales como redes locales (LAN) o extendidas (WAN)): - - Aparatos para la recepción, conversión, emisión y transmisión o regeneración de voz, imagen u otros datos, incluidos los de conmutación y encaminamiento («switching and routing apparatus»): - - - Aparatos de conmutación para telefonía o telegrafía, automáticos			01-ene-2007	...	
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

Concepto	Importaciones	Exportaciones	Tránsito
Gravamen	✓	.	.
IVA	✓	.	.
Otras tarifas generales	.	.	.
Gravámenes por acuerdos internacionales	✓	.	.
Medidas de protección comercial	.	.	.
Régimen de comercio	✓	.	.
Bienes de capital	✓	✓	.
Índice Alfabético Arancelario	✓	✓	.
Notas de nomenclatura	.	.	.
Correlativas por apertura	.	.	.
Correlativas por cierre	.	.	.
Requisitos Específicos de Origen (REO)	.	.	.
Documentos soporte	.	.	.
Características especiales	.	.	.
Restricciones	.	.	.
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial	.	.	.
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial	.	.	.
Modalidades permitidas	.	.	.
Descripciones de mercancías	✓	✓	.
Documentos soporte por zona de RAE	.	.	.
Cupos de Mercancia	.	.	.

Nota. Partida arancelaria según código. Tomado de Dian Muisca Arancel

https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces

7.4 Precio

Los costos de las mercancías abarcan una serie de elementos, incluyendo el embalaje, el etiquetado, los derechos de aduana y el flete desde la fabricación hasta el puerto. Este proceso de transacción internacional implica que el exportador es responsable hasta que la mercancía llega al puerto marítimo o se entrega a un agente de aduanas. A continuación, se presentarán los precios promedio del dólar, la moneda utilizada en las transacciones con los proveedores.

Por lo anterior, se precisa que, según la clasificación establecida por la Cámara de Comercio Internacional, de las cuatro categorías existente para los icoterms, la que se va a

utilizar en la empresa es la del grupo C denominada CPT Transporte pagado, en donde, el vendedor debe entregar la mercancía a disposición de la empresa en el lugar acordado, siendo así responsable el vendedor de los procesos de Transporte dentro del país de origen, carga en el muelle, transporte de un país a otro y descarga en muelle.

Ilustración 9

Precio del dólar desde agosto 2023 hasta agosto 2024



Nota. Precio del dólar desde el 24 de agosto de 2023 hasta el 10 de agosto de 2024. Tomada de Gráfica del precio del dólar. (s/f). Dólar-colombia.com. https://www.dolar-colombia.com/grafica?num=90

La gráfica anterior muestra que el valor del dólar fluctúa en relación con la moneda colombiana. Sin embargo, en este momento, el promedio se encuentra en $4,013.65 COP.

Por lo anterior, es importante pensar en estrategias que permitan mitigar esta fluctuación en el sentido de que la empresa al ser importadora será más vulnerable a la volatilidad que puede generar la TRM (Tasa representativa del mercado), esto a su vez afecta el precio de venta hacia

los consumidores y por ende se perdería capacidad en la competitividad. También, se generaría una dificultad en la planeación de los costos, afectando la rentabilidad, porque los costos de los insumos pueden variar ampliamente. Las anteriores situaciones pueden influir en la economía del país, debido a la pérdida de poder adquisitivo de los consumidores que son los principales participes en el comportamiento de la inflación, lo que hace que el Banco de la Republica tenga que subir las tasas de interés y a su vez se reduce la inversión y el consumo.

En ese orden de ideas, se planea realizar estrategias, como el uso de instrumentos financieros específicos y algunas prácticas de gestión para mitigar el impacto de la volatilidad del cambio ya mencionado, por ende, se establece lo siguiente:

Contrato Forward a Plazo: A través de este instrumento financiero le permitirá a la empresa fijar una tasa de cambio futura en un acuerdo realizado directamente con una entidad financiera. Logrando así, asegurar la tasa de cambio en las fechas de duración de dicho contrato sin importar la volatilidad de la TRM. Esta opción es muy beneficiosa porque permite establecer la cantidad y el tiempo específico en la que la empresa necesita realizar las importaciones.

Contratos de Futuros: Este tipo de contratos permiten establecer un tipo de cambio futuro, solo que se considera realizar más adelante, cuando la empresa ya pueda realizar negociaciones en la bolsa de valores, puesto que este es uno de los principales requisitos, aunque es un poco inflexible porque se determinan por las funciones del mercado, es una opción para las negociones de la empresa.

Opciones Cambiarias: Este tipo de alternativas también serían posibles dentro de las estrategias de la empresa porque ofrecen la posibilidad sin obligar a la empresa; de comprar o

vender una divisa a una tasa predeterminada antes de una fecha de vencimiento, permitiendo así decidir si se elige la opción de compra según el comportamiento de la tasa de cambio.

Swap Cambiarios: este tipo de permutas financieras son acuerdos entre dos partes para el intercambio de pagos o ingresos en diferente moneda, que permiten en el momento de realizar contrato establecer una promesa de permuta financiera futura sin realizar ningún intercambio adicional, de esta manera se fijan las condiciones como importe, calendario de pagos, duración, entre otros.

Esto sugiere la necesidad de considerar diferentes escenarios para analizar el panorama según el caso. Por ejemplo, se deben evaluar situaciones con un valor por debajo del promedio, el valor promedio actual y el valor más alto alcanzado en el último año. Como a su vez se deben elegir muy bien los proveedores para determinar con mayor precisión los posibles cambios, a continuación, se resaltan algunos de ellos:

Precio según proveedores:

Tabla 5

Precio de los productos según proveedores

Smartwatch T900 Ultra		
Proveedor	Precio	Fletes
ZTX	$4 USD $15.539,6 COP	Precio Flete Marítimo: $924 COP Precio Flete Bog-Pop: $285,39 COP Total Producto y fletes: $16.749 COP
Audífonos inalámbricos F9-5		
Proveedor	Precio	Fletes
Shenzhen ZTX	$1,50 USD $6.020,47 COP	Precio Flete Marítimo: $1.320 COP

		Precio Flete Bog-Pop: $374,57 COP Total, Producto y fletes: $7.715,04 COP

Fuente: Elaboración propia

El precio de flete marítimo ya incluye los costos del agente de aduanas, bodegas en China y Colombia, flete, IVA, aranceles, nacionalización y demás procesos. Por esta razón, es fundamental destacar los beneficios de las alianzas estratégicas en este proyecto, así como la oportunidad de aumentar el volumen de importación por metro cúbico para obtener precios más favorables. Sin embargo, el costo del flete nacional de Bogotá a Popayán se debe añadir al precio del producto y al flete marítimo para obtener así el precio final de la importación del producto.

7.4 Comercialización o Canales de Distribución

Uno de los elementos clave para el éxito de este proyecto de importación de audífonos inalámbricos y relojes inteligentes desde China a Popayán es la formación de alianzas estratégicas. A través de estos contactos, se han obtenido beneficios significativos como:

a. **Agente de aduanas:** Contar con un agente de aduanas confiable y experimentado es crucial para agilizar los procesos de importación. Un buen agente asegura el cumplimiento de todas las regulaciones, facilita la gestión documental, los pagos y la liberación rápida de los productos en aduanas. Esto ayuda a minimizar retrasos y costos adicionales, garantizando que todo el proceso se maneje de manera eficiente y conforme a las normativas.
b. **Precios reducidos de flete marítimo:** Se han negociado tarifas preferenciales por metro cúbico de embarque para el transporte marítimo. Estas tarifas permitirán una reducción

significativa en los costos de transporte, haciendo que los precios sean más competitivos para los clientes.

Por ejemplo;

La importación se cobra en función del volumen, sin límite de cantidad, de la siguiente manera:

- Metro cubico: $2.200.000
- 2 metros cúbicos: $2.000.000
- 5 metros cúbicos: $1.800.000

El cálculo del flete se realiza en base al volumen de la caja del producto, por ejemplo, el smartwatch T800 Ultra con las siguientes dimensiones:

- Largo: 12 cm (0.12 m)
- Alto: 10 cm (0.10 m)
- Ancho: 2.5 cm (0.025 m)

El volumen de la caja se calcula como:

$$0{,}12 * 0{,}10 * 0{,}025 = 0{,}00024$$

Luego se multiplica por el costo por metro cúbico

$$0{,}00024 * 2´000.000 = 660$$

El costo del flete para una caja del smartwatch T800 Ultra es de $600 COP

c. **Bodegas:** Estos contactos también facilitan el almacenamiento seguro y eficiente de los productos importados, al contar con una bodega en China y dos bodegas en Colombia, ubicadas en Bogotá y Popayán. Esto permite reducir significativamente los costos de almacenamiento y manejo de la mercancía.

El flete de Bogotá a Popayán se calcula por metro cúbico, teniendo en cuenta el peso del producto. A continuación, se presentan las cotizaciones para el smartwatch T900 Ultra con las siguientes especificaciones:

- Dimensiones: 12 cm x 10 cm x 2 cm
- Peso: 0.300 kg
- Cantidad aproximada por metro cúbico: 2,500 unidades

La cotización proporcionada por la Empresa Coordinadora y Servientrega son las siguientes:

Ilustración 10

Cotización de envío de la Empresa Coordinadora



Nota. Cotización empresa coordinadora. Tomado de cotizar un envío https://coordinadora.com/envios/cotizar-un-envio/

Ilustración 11

Cotización de envío de Servientrega



Nota. Cotización empresa Servientrega. Tomado de cotizar mis envíos. https://www.servientrega.com/wps/portal/cotizador

Dado que se pueden enviar aproximadamente 2,500 unidades por metro cúbico y que la cotización de la empresa coordinadora es la más adecuada, el costo del flete por unidad de Bogotá a Popayán sería de $239.70 COP.

Es crucial enfatizar que, las alianzas estratégicas fortalecen la competitividad del proyecto en el mercado local al reducir los costos operativos, de importación, transporte y almacenamiento.

Con base a lo anterior, el canal de distribución será de canal directo, puesto que la empresa será la encargada de importar los productos con los proveedores y aliados ya mencionados, y a su vez se encargará de vender directamente al consumidor final sin recurrir a intermediarios, para su distribución.

Es importante precisar que, este tipo de canal es el adecuado para los inicios de la empresa, puesto que permite mayor contacto con el cliente, garantiza la eficiencia en la prestación del servicio (atención del cliente) y a su vez se puede controlar el precio puesto que no se generan costos adicionales por intermediación. Con lo expuesto, se busca en primer lugar, lograr la fidelización del cliente a través de la atención y respuesta oportuna a las necesidades de este.

7.5 Publicidad o Propaganda

Se implementará un plan de marketing que proporciona una guía estructurada para lanzar y gestionar con éxito la publicidad de la a empresa de importación de relojes inteligentes y auriculares a través de Internet. Adaptar y ajustar las estrategias según la respuesta del mercado y los resultados obtenidos será clave para el éxito continuo.

a. Estrategia de Producto

- Diferenciación: Resaltar características únicas y beneficios de los relojes inteligentes y auriculares importados.

- Calidad y garantía: Ofrecer garantías y soporte postventa para aumentar la confianza del cliente.

b. Estrategia de Precio

- Precios competitivos: Ajustar precios para ser competitivos con otras marcas en el mercado.
- Ofertas y descuentos: Implementar promociones y descuentos periódicos para atraer clientes.

c. Estrategia de Distribución

- Plataforma de venta: Utilizar una tienda en línea bien diseñada y optimizada para la conversión.
- Logística: Asegurar una cadena de suministro eficiente y tiempos de entrega rápidos.

d. Estrategia de Promoción

- Publicidad en línea: Invertir en anuncios pagados en Google Ads y redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok).
- Marketing de contenidos: Crear contenido relevante sobre tecnología y uso de los productos (blogs, videos, infografías).
- SEO y SEM: Optimizar el sitio web para motores de búsqueda y ejecutar campañas de marketing en buscadores.
- Email Marketing: Enviar boletines y promociones a una lista de suscriptores interesados.

e. Estrategia de Redes Sociales

- Presencia activa: Mantener perfiles activos en redes sociales populares, como Instagram, Facebook, y Twitter.
- Publicidad segmentada: Realizar campañas publicitarias dirigidas a segmentos específicos de audiencia.
- Colaboraciones e influencers: Colaborar con influencers tecnológicos para promocionar los productos.

f. Estrategia de Atención al Cliente

- Soporte en línea: Ofrecer soporte en tiempo real a través de chat en vivo y correos electrónicos.
- Política de devoluciones: Implementar una política de devoluciones clara y sencilla para generar confianza.

8. Estudio Técnico

El estudio técnico es fundamental, ya que proporciona una comprensión detallada de los aspectos operativos y logísticos que afectan la viabilidad de un producto o servicio. Este análisis permite evaluar la infraestructura necesaria, los recursos tecnológicos y los procesos operativos

que deben implementarse para satisfacer la demanda identificada en el mercado. Al integrar el estudio técnico con el análisis de mercado, las empresas pueden asegurarse de que sus ofertas no solo respondan a las necesidades y deseos de los consumidores, sino que también sean factibles desde el punto de vista práctico y económico. Esto ayuda a minimizar riesgos, optimizar recursos y garantizar que la estrategia de mercado sea efectiva y sostenible.

8.1 Macro-localización

La puesta en marcha de este proyecto se tiene destinada a realizarse en Popayán capital del departamento del Cauca.

Ilustración 2

Macro localización



Fuente: (Instituto Geográfico Agustín Codazzi, s.f.).

Popayán se encuentra a una altitud de 1.738 metros sobre el nivel del mar y su extensión territorial es de 512 km²; mantiene con una temperatura media de 19° C, se localiza a los 2°27' norte y 76°37'18" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Su extensión territorial, es de 512 km², debido a que cuenta con una altura de 1.737 msnm (medidos en la plazuela de la iglesia de San Francisco) y muy cerca al Ecuador tiene una temperatura media de 18 ° a 19 °C durante todo el año, alcanzando temperaturas máximas en los meses de julio, agosto y septiembre en horas del mediodía, hasta 29 °C y mínimas de 10 °C en horas de la madrugada en verano.

La ciudad tiene como principales fuentes hídricas los ríos Blanco, Ejido, Molino, Las Piedras, Cauca, Negro, Mota, Pisojé, Clarete, Saté y Hondo, de los que de cuatro de estas abastece su acueducto municipal para llevar agua potable a casi la totalidad de su población (Alcaldia de Popayan , s.f.).

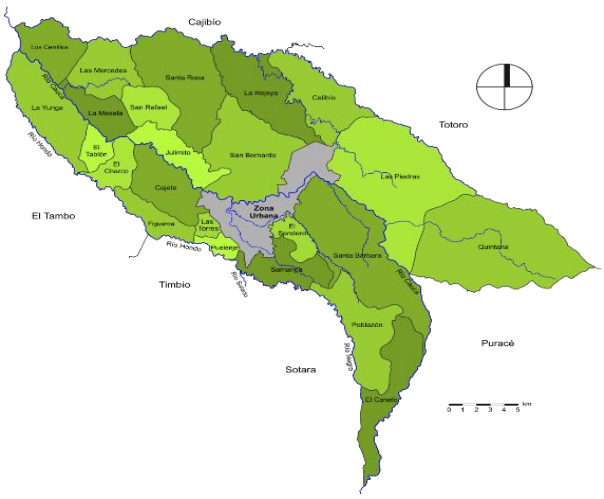
Por otra parte, el departamento del Cauca respecto a su actividad económica para el tercer trimestre del año 2020

Tuvo una caída de 5% (entre -4,7% y -5,6%) en comparación con el mismo trimestre del año anterior y ajustado por estacionalidad y efecto calendario. Aunque el dato interanual sigue siendo negativo, la economía del Cauca mostró un repunte importante frente al segundo trimestre del año, al crecer inter-trimestralmente un 9,6%. Este resultado confirma el proceso de recuperación económica en el departamento del Cauca bajo el período de desconfinamiento y después de registrar la mayor contracción histórica durante el segundo trimestre de 2020 (-12,4% en términos interanuales) (IMAE, 2020).

De igual manera, la ciudad de Popayán cuenta con un alto grado de participación en temas de comercio, pero no se caracteriza por ser una ciudad industrial, es por esta razón que implementar y dar marcha al plan de negocio no solo fortalecería este sector de la economía sino también el mercado laboral.

Ilustración 3

Municipio de Popayán

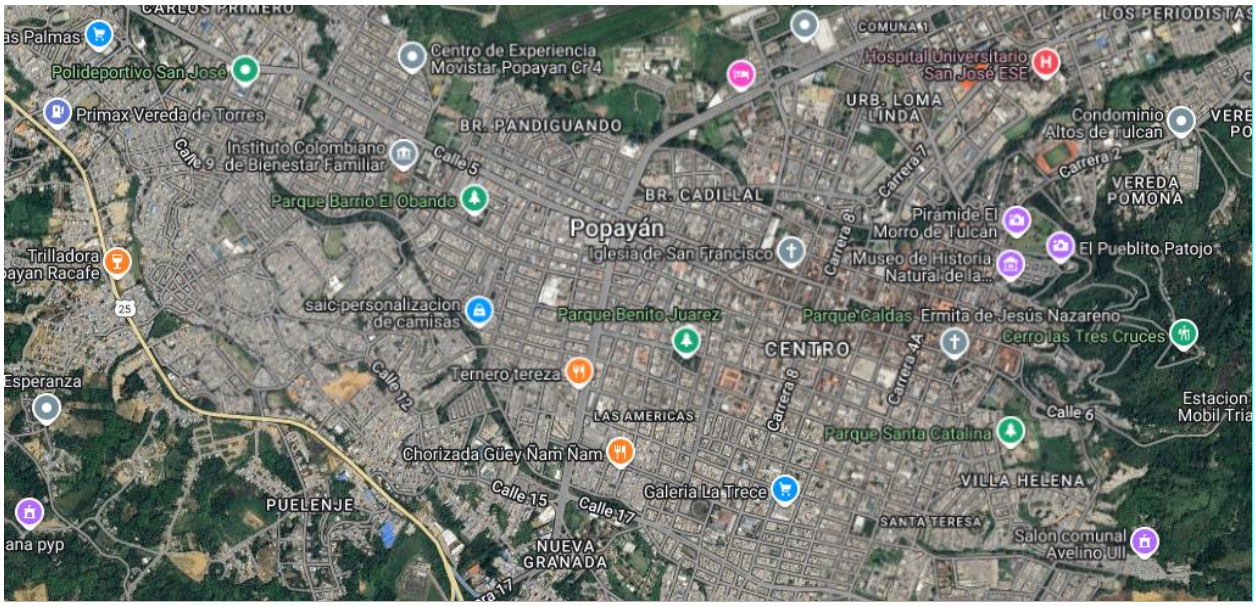


Fuente: Google maps.

8.2 Micro localización

Se determina que, el centro de la ciudad es el punto ideal para la tienda física pues concentra a diario una gran afluencia de gente, además es la zona franca de la ciudad de Popayán ya que alrededor hay muchos sitios de interés comercial para la ciudadanía.

Mapa 1: *Micro localización punto de venta*



Fuente: https://satellites.pro/mapa_de_Popayan.Region_de_Cauca.Colombia#G2.450315,-76.616440,13

9 ***Mapa 2:*** *Micro localización de bodega.*



Fuente: https://satellites.pro/mapa_de_Popayan.Region_de_Cauca.Colombia#G2.450315,-76.616440,13

Con respecto a la planta de producción, está ubicada en el barrio La esmeralda con dirección carrera 18 # 8-17, ubicado al occidente y perteneciente a la comuna 8 de la ciudad de Popayán.

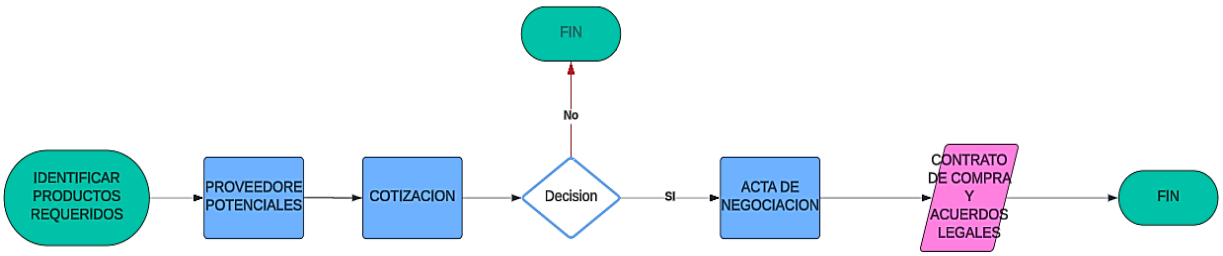
La empresa contará con un espacio físico reducido, ya que su operación principal se centrará en ventas virtuales. Este enfoque nos permitirá maximizar la eficiencia operativa y reducir costos asociados con el mantenimiento de un gran local físico. Al priorizar las ventas en línea, podemos ofrecer una experiencia de compra conveniente y accesible para nuestros clientes, al mismo tiempo que optimizamos nuestros recursos y enfoques hacia la innovación digital y el crecimiento en el entorno virtual.

8.3 Diagramas y Planes Funcionales

Los diagramas y planes funcionales son cruciales para visualizar y comprender los distintos procesos necesarios para llevar el producto al cliente final. A continuación, se presentan los diagramas que ilustran el proceso de compra con proveedores, el envío desde China a Colombia, la importación, y la distribución.

Gráfica 11

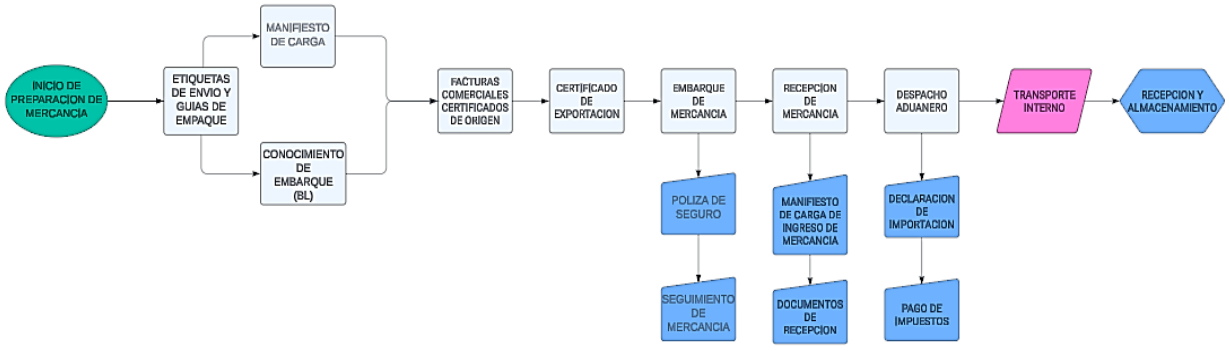
Diagrama proceso de compra con proveedores



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 12

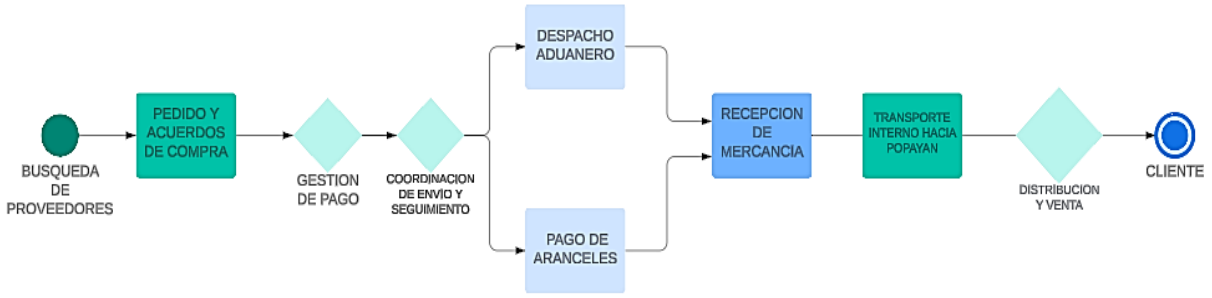
Diagrama del proceso de envío de China a Colombia



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 13

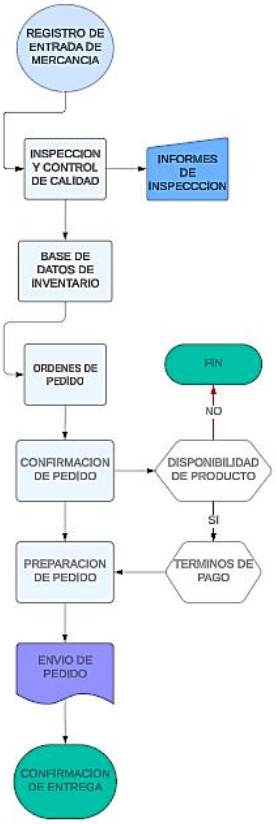
Diagrama del proceso de importación



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 14

Diagrama del proceso de distribución

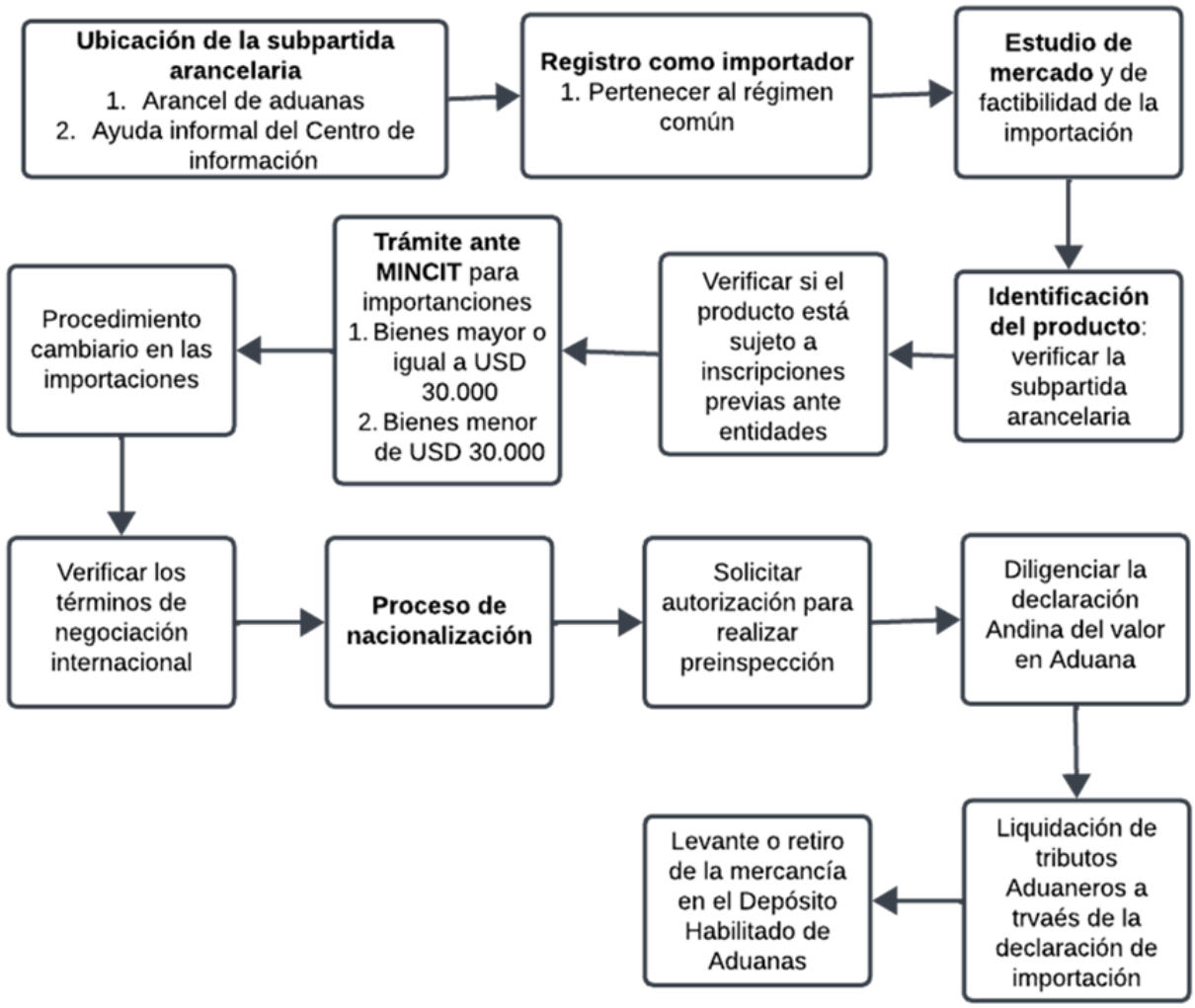


Fuente: Elaboración propia

8.3.1 Proceso de Importación

Según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, se recomienda seguir una serie de directrices en el proceso de importación, que son las siguientes:

Gráfica 10 *Proceso de importación*



Fuente: Elaboración propia

Es importante aclarar que las personas que pueden actuar directamente ante la DIAN, según el Estatuto Aduanero (Decreto 2685/99) son:

a. Las personas Jurídicas que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000).

b. Las personas naturales que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000).

c. Los viajeros en los despachos de sus equipajes.

8.4 Maquinaria y Equipos

Para gestionar eficientemente una empresa online dedicada a la importación de artículos tecnológicos desde China a Colombia, es fundamental contar con maquinaria y equipos que optimicen la logística y las operaciones diarias. Dado que el negocio opera de manera digital, los procesos deben ser ágiles y bien coordinados para cumplir con las expectativas de los clientes en cuanto a tiempos de entrega y calidad del servicio.

Sistemas de Información y Comunicación: Se utilizará una computadora para coordinar las operaciones de importación y distribución, así como para gestionar las tareas administrativas. Además, este equipo será esencial para asegurar una comunicación eficiente, tanto interna como externa.

Mesa y estantería: Una mesa amplia y bien iluminada para examinar los productos, asegurando que cumplan con los estándares de calidad y estén libres de daños. Además, se

contará con un sistema de almacenamiento que optimiza el espacio vertical, permitiendo almacenar una gran cantidad de productos en un área compacta.

Tabla 6

Costos *de maquinaria y equipo*

Maquinaria y equipos	**Costo**
Computadora	$ 2.992.270
Mesa	$ 285.000
Estantería	$ 122.979
Total	**$ 3.400.249**

Fuente: Elaboración propia

8.5 Materia Prima e Insumos

La empresa depende de diversos insumos y recursos esenciales para asegurar la eficiencia y calidad en cada etapa del proceso logístico y comercial.

Material de Empaque: Plástico de burbujas, cinta adhesiva y otros materiales de empaque que aseguren la protección de los productos durante el almacenamiento y el transporte.

Etiquetas y Marcadores: Etiquetas de códigos de barras, marcadores y sistemas de etiquetado automático que ayudan en la identificación y seguimiento de los productos.

Tabla 7 *Costos de materia prima e insumos*

Materia prima e insumos	**Costos**
Plástico de burbujas	$109.900
Cinta adhesiva	$ 9.900
Etiquetas de código de barras	$ 220.000
Total	**$ 339.800**

Fuente: Elaboración propia

9. Estudio Organizacional - Legal

9.1 Estructura Organizacional

La estructura organizacional de una empresa online dedicada a la importación de artículos tecnológicos debe estar diseñada para optimizar la eficiencia operativa, garantizar la calidad del servicio y promover el crecimiento del negocio.

En el inicio del proyecto de venta de audífonos inalámbricos y relojes inteligentes importados es crucial poder optimizar recursos humanos y planificar un crecimiento a futuro. Teniendo en cuenta que su comienzo será virtual se tendrán en cuenta fases de progreso y por ende el personal requerido a medida que la empresa aumente su demanda.

9.2 Roles y Responsabilidades

Gestión General: Se tendrá responsabilidad de todas las operaciones diarias, incluyendo la gestión de inventarios, atención al cliente, marketing y ventas.

Marketing Digital: Crear y gestionar campañas en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok), diseñar contenido visual y escribir publicaciones.

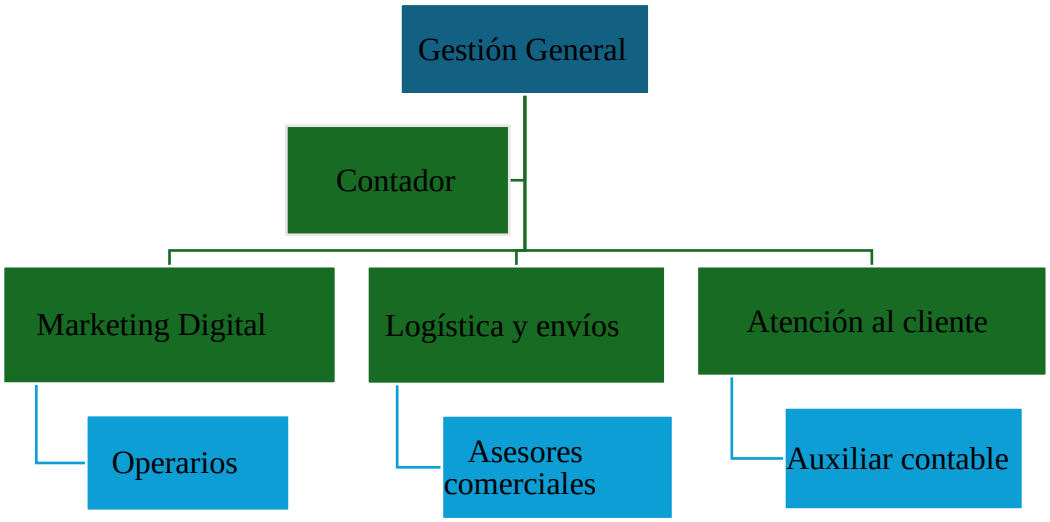
Logística y Envíos: Empacar y enviar productos, gestionar devoluciones y mantener el inventario organizado.

Atención al Cliente: Responder a consultas de clientes, resolver problemas y gestionar comentarios en redes sociales.

Contabilidad Básica: Llevar un registro de ingresos y gastos, y preparar reportes financieros básicos.

Gráfica 15

Organigrama



Fuente: Elaboración propia

9.3 Descripción de Cargos

A partir de proyecciones de personal se irá aumentando de personal de acuerdo con las necesidades y requerimientos.

Los cargos proyectados de acuerdo con la fase en que se encuentre la empresa son los siguientes:

Tabla 8

Proyecciones de personal

Proyecciones de Personal		
Crecimiento inicial	**Expansión**	Consolidación
Asistente de marketing digital: Ayudará a crear	**Especialista en marketing digital:** Un profesional con	**Gerente de operaciones:** Supervisará todas las

contenido, gestionar campañas publicitarias y analizar métricas de rendimiento. **Asistente de logística:** Se encargará de empacar y enviar productos, así como de gestionar el inventario. **Atención al cliente:** Una persona dedicada a responder consultas y resolver problemas de los clientes, permitiéndote enfocarte en la estrategia y el crecimiento	experiencia en SEO, SEM y análisis de datos para optimizar las campañas de marketing. **Gerente de logística:** Responsable de supervisar el almacenamiento, la distribución y la gestión de inventarios. **Contador:** Un profesional para llevar la contabilidad, preparar impuestos y gestionar las finanzas de la empresa. **Desarrollador Web:** Para mejorar y mantener la tienda en línea, asegurando una experiencia de usuario óptima.	operaciones diarias, permitiéndote enfocarte en la estrategia a largo plazo. **Equipo de ventas:** Varios empleados dedicados a la venta directa y a la gestión de relaciones con los clientes. **Especialista en atención al cliente:** Un equipo dedicado a proporcionar un servicio al cliente excepcional. **Analista de datos**: Para analizar el rendimiento de las ventas, el comportamiento del cliente y las tendencias del mercado.

Fuente: Elaboración propia

9.4 Gastos Administrativos

TRÁMITE/DOCUMENTO	COSTO
Registro Único Tributario	$ 8.568
Registro de la empresa en c.c.c impuesto de registro (total de activos smlmv)	$ 115.000
Derechos por registro	$ 87.000
Formulario de registro mercantil	$ 5.500
Inscripción de libros	$ 54.600
Total	**$ 270.668**

Fuente: Elaboración propia

9.5 Constitución Empresa y Aspectos Legales

La empresa comenzará operando bajo la figura de persona natural, ya que los trámites y requisitos legales son más simples y menos costosos en comparación con la creación de una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Esta opción es ventajosa al inicio, cuando se busca minimizar costos y mantener un control total sobre las decisiones sin tener que cumplir con las formalidades corporativas que exige una sociedad. Esto permite mayor rapidez y flexibilidad en la toma de decisiones, sin las complejidades contables y tributarias avanzadas, lo que facilita un flujo de caja ágil, esencial en las etapas iniciales de la empresa.

Operar como persona natural también brinda la oportunidad de probar el modelo de negocio de importación sin necesidad de establecer una estructura empresarial formal. Si el negocio alcanza un punto de equilibrio y comienza a generar rentabilidad, siempre existe la opción de convertirlo en una SAS en el futuro, una vez se haya demostrado la viabilidad y rentabilidad del emprendimiento.

9.6 Filosofía Empresarial

La empresa de importación de artículos tecnológicos se basa en la creencia de que la tecnología moderna debe ser accesible y confiable para todos. En un entorno de evolución tecnológica constante, la filosofía de progreso continuo impulsa la adaptación rápida a nuevas tendencias y necesidades del mercado.

Compromiso con el cliente desde el primer contacto: Al comenzar como una empresa virtual, impulsada por la visión de ofrecer a los clientes una experiencia de compra ágil,

amigable, garantizada y confiable a través de redes sociales, es fundamental conectar a las personas con productos que mejoren su experiencia tecnológica y calidad de vida. Nuestro objetivo es proporcionar una compra segura y una atención personalizada que cada cliente merece.

Crecimiento sostenible y enfocado en la comunidad: El objetivo a largo plazo de la empresa es expandirse desde la plataforma digital hacia un local físico, manteniendo la calidad de servicio excepcional que nos caracteriza. Queremos seguir brindando una experiencia virtual sobresaliente mientras nos establecemos como un referente en el mercado local. Aspiramos a generar empleo y contribuir al desarrollo económico de la ciudad.

Transparencia y confianza en cada transacción: Es frecuente observar preocupaciones al comprar productos importados, por lo que es esencial construir relaciones basadas en confianza y transparencia. Cada interacción con los clientes se guía por la honestidad, garantizando que se sientan seguros y satisfechos con cada compra.

Marca y Logotipo

Ilustración 12

Marca y logotipo



El diseño del logotipo transmite de manera efectiva la esencia del negocio. La combinación de la bolsa de compras, la órbita y la flecha sugiere un servicio de importación eficiente, confiable y virtual. La selección de colores vivos y la tipografía refuerzan esta imagen, haciendo que el logotipo sea atractivo y memorable. Los elementos visuales trabajan juntos para comunicar claramente el mensaje y los valores de la empresa.

10. Estudio Financiero

Se realiza la evaluación económica y financiera del proyecto para determinar su nivel de factibilidad. Para ello, se han calculado los valores relacionados con la inversión inicial, los costos, gastos e ingresos mensuales y anuales. A partir de esta información se estructuran las proyecciones a cinco años y se determinan los indicadores financieros del proyecto.

En este estudio de financiamiento que se va a abordar, las proyecciones se realizan en moneda corrientes (pesos colombianos). Además, para el análisis del año 2024, hemos decidido utilizar un Índice de Precio al Consumidor (IPC) del 6%, basado en las tendencias históricas proporcionadas por el Banco de la República. Esta tasa refleja la tendencia observada en los datos históricos y se considera representativa de las expectativas inflacionarias y las condiciones económicas previstas para el próximo año. Al incorporar esta tasa en nuestras proyecciones financieras, buscamos asegurar una evaluación precisa y realista de la rentabilidad y los costos asociados con nuestras inversiones y operaciones.

10.1 Inversiones fijas para puesta en marcha del Proyecto

En el inicio de la operación de la empresa no se requiere de alta inversión en propiedad planta y equipo, debido a que su comienzo estará enmarcado en las ventas en línea.

Tabla 9

Inversiones Fijas AV GLOBAL SHOP ONLINE

AV GLOBAL SHOP INVERSIONES FIJAS				
Área	**Descripción**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Administrativa	Mesa y Estanteria	2	$407.979	$407.979
	computadora	1	$2.992.270	$2.992.270
			TOTAL INVERSION FIJA	**$3.400.249**

Fuente: Elaboración propia

La anterior tabla muestra la inversión fija inicial que se necesita en la organización AV GLOBAL SHOP ONLINE para inicio las operaciones.

Tabla 10 Inversión -Gastos de Instalación y Puesta en Marcha

AV GLOBAL SHOP INVERSION - GASTOS DE INSTALACION Y PUESTA EN MARCHA			
Concepto	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Registro Único Tributario	1	$8.568	$8.568
Registro de la empresa en c.c.c impuesto de registro (total de activos smlmv)	1	$115.000	$115.000
Derechos por registro	1	$87.000	$87.000
Formulario de registro mercantil	1	$5.500	$5.500
Inscripción de libros	1	$54.600	$54.600
TOTAL INVERSION/GASTOS			**$270.668**

Fuente: Elaboración propia 1

Para que la empresa de inicio a sus operaciones es necesario incurrir en ciertos gastos como los legales los cuales ascienden al valor de $270.668.

La inversión total inicial es de $23.670.917, los cuales comprenden $270.668 gastos legales, $3.400.249 de activos fijos y $20.000.000 para compra de mercancía; los cuales son aportes de su único dueño.

Presupuesto de Ingresos

Para el presupuesto de ventas se estimó para el primer año una oferta de 5 900 unidades para el producto 1 (audífonos inalámbricos) y 4 900 para el producto 2 (relojes inteligentes). Se estimó que las ventas años a año tendrá un incremento en un 5% cada año durante 5 años.

Tabla 11

Ventas proyectadas en unidades para la empresa

AV GLOBAL SHOP VENTAS PROYECTADAS EN UNIDADES					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producto 1 (Audifonos)	5.900	6.195	6.505	6.830	7.171
producto 2 (Relojes Inteligentes)	4.900	5.145	5.402	5.672	5.956
TOTAL VENTAS PROYECTADAS	**10.800**	**11.340**	**11.907**	**12.502**	**13.127**

Fuente: Elaboración propia

Los precios de los productos han sido establecidos basándonos en nuestra amplia experiencia en el ámbito de la comercialización de estos dispositivos, así como en los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a proveedores clave. Además, se ha considerado cuidadosamente la estructura de costos involucrados en la adquisición y distribución de los

productos, asegurando así que los precios reflejen tanto el valor de mercado como las expectativas de rentabilidad.

Tabla 12

Precios por año para la empresa

PRECIO POR UNIDAD						
›ducto	Nombre	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producto 1	(Audifonos)	$15.430	$16.356	$17.337	$18.377	$19.480
producto 2	(Relojes Inteligentes)	$33.499	$35.509	$37.639	$39.898	$42.292

Fuente: Elaboración propia

Las ventas proyectadas en pesos para los dispositivos se han estimado tomando en cuenta un análisis detallado de la demanda del mercado, las tendencias de crecimiento en la adopción de tecnologías portátiles y el comportamiento histórico de las ventas en este segmento. Se han utilizado modelos de proyección financiera que consideran factores como la expansión del mercado, la competencia y las estrategias de marketing planificadas, lo que nos permite prever un crecimiento constante en las ventas anuales, reflejando así un incremento en los ingresos año tras año.

Tabla 13

Ventas proyectadas en valores para la empresa

AV GLOBAL SHOP VENTAS PROYECTADAS EN VALORES					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producto 1 (Audifonos)	91.037.590	101.324.838	112.774.544	125.518.068	139.701.610
producto 2 (Relojes Inteligentes)	164.145.002	182.693.387	203.337.740	226.314.905	251.888.489
TOTAL INGRESOS	**255.182.592**	**284.018.225**	**316.112.284**	**351.832.972**	**391.590.098**

Fuente: Elaboración propia

Costo de Ventas

La siguiente tabla muestra los costos por cada producto, donde se tiene en cuenta los costos de adquisición, arancelarios, impuestos y fletes que hacen parte de valor de los inventarios. Por tanto, se realiza una proyección de costos a cinco años con un incremento del 6% anual, correspondiente al IPC estimado.

Tabla 14

Costos unitarios por año para la empresa

COSTOS PROMEDIO UNITARIO POR AÑO					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producto 1 (Audifonos)	$ 7.715	$ 8.178	$ 8.669	$ 9.189	$ 9.740
producto 2 (Relojes Inteligentes)	$ 16.749	$ 17.754	$ 18.820	$ 19.949	$ 21.146

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15

Costos totales de la empresa

AV GLOBAL SHOP COSTOS TOTALES					
PRODUCTO	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Producto 1 (Audifonos)	$ 45.518.795	$ 50.662.419	$ 56.387.272	$ 62.759.034	$ 69.850.805
producto 2 (Relojes Inteligentes)	$ 82.072.501	$ 91.346.694	$ 101.668.870	$ 113.157.452	$ 125.944.244
TOTAL COSTOS	**$ 127.591.296**	**$ 142.009.112**	**$ 158.056.142**	**$ 175.916.486**	**$ 195.795.049**

Fuente: Elaboración propia

10.2 Gastos Operativos

A continuación, se presenta un listado completo de todos y cada uno de los gastos operacionales que se generan en la compra y comercialización de los dispositivos electrónicos.

Y es de mencionar que, en la parte de mano de obra está el administrador y el vendedor. Por contratación de prestación de servicios se va a vincular el auxiliar de marketing y asistente de logística. Para la proyección de asignación básica y honorarios se proyectan con un índice del 7% para los próximos 4 años.

Tabla 16

Gastos de personal

CARGO	SUELDO BASICO/HONO	SALARIO CON PRESTACIONES	AÑO
Asistente de Marketing Digital	1.300.000	-	7.800.000
Asistente de Logistica	1.300.000	-	15.600.000
Vendedor	1.500.000	2.265.000	27.180.000
Administrador	1.300.000	1.963.000	23.556.000

Fuente: Elaboración propia

Para las depreciaciones se utilizó el método de la línea recta y todos los activos fijos no tienen un valor de salvamento, donde se supone una depreciación constante a través de los cinco años de la vida útil del activo, esto con el fin de acelerar la depreciación.

En el contexto de la gestión de activos fijos, la empresa ha adquirido muebles y enseres por un valor de $407.979, los cuales se depreciarán en un período de 10 años, siguiendo las normativas contables aplicables. Adicionalmente, se ha realizado una inversión en equipos de

cómputo con un valor de $2.992.270, cuya depreciación se ha programado a 5 años. Estas depreciaciones permiten reflejar de manera precisa la pérdida de valor de estos activos con el tiempo, asegurando que los estados financieros presenten una imagen fiel de la situación patrimonial de la empresa.

Tabla 17

Depreciaciones utilizando el método de la línea recta

ACTIVO FIJO	VALOR DEPRECIABLE	VIDA ÚTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Mesa y Estanteria	407.979	10	40.798
computadora	2.992.270	5	598.454
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL			**639.252**

Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente, es necesario para la distribución de los dispositivos tecnológicos es necesario tener en cuenta los siguientes gastos.

Tabla 18

Gastos de venta

Gastos de Ventas	Costos
Plástico de burbujas	$109.900
Cinta adhesiva	$ 9.900
Etiquetas de código de barras	$ 220.000
Total	**$ 339.800**

Fuente: Elaboración propia

10.3 Estado de Resultados Proyectados

El presente análisis del estado de resultados proyectado a 5 años para la empresa de productos tecnológicos ofrece una visión integral de las expectativas financieras a mediano plazo. Este análisis contempla las proyecciones de ingresos, costos, y gastos operativos, así como la evolución esperada del margen bruto y neto. Basado en tendencias actuales del mercado y estrategias de expansión, este informe busca proporcionar una estimación fundamentada del desempeño financiero de la empresa, permitiendo la toma de decisiones estratégicas que guíen su crecimiento sostenido y rentabilidad futura.

Este estado permite analizar al final de cada periodo si el negocio es rentable o no. En el año 1 deja una utilidad después de impuestos de $30.879.526. Es importante mencionar, que según la Ley 2277 de 2022 “por medio de la cual se adopta una reforma tributaria para la igualdad y la justicia social y se dictan otras disposiciones” y según el artículo 10 la tarifa general del impuesto sobre la renta será del treinta y cinco por ciento (35%).

Tabla 19

Estado de resultados proyectados en pesos colombianos

AV GLOBAL SHOP ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO PESOS COLOMBIANOS						
	INICIAL	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INGRESOS		255.182.592	284.018.225	316.112.284	351.832.972	391.590.098
COSTOS DE PRODUCCIÓN		127.591.296	142.009.112	158.056.142	175.916.486	195.795.049
UTLIDAD BRUTA		**127.591.296**	**142.009.112**	**158.056.142**	**175.916.486**	**195.795.049**
GASTOS DE ADMINISTRACION						
SUELDOS		23.556.000	25.204.920	26.969.264	28.857.113	30.877.111
HONORARIOS		23.400.000	25.038.000	26.790.660	28.666.006	30.672.627
ARRIENDO DE SOFTWARE CONTABLE		600.000	636.000	674.160	714.610	757.486
PUBLICIDAD		100.000	106.000	112.360	119.102	126.248
DEPRECIACION		639.252	639.252	639.252	639.252	639.252
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO		2.551.826	2.840.182	3.161.123	3.518.330	3.915.901
GASTOS LEGALES		147.100	155.926	165.282	175.198	185.710
TOTAL GASTO DE ADMINISTRACION		**50.994.178**	**54.620.280**	**58.512.101**	**62.689.610**	**67.174.335**
GASTOS DE VENTAS						
SUELDOS		27.180.000	29.082.600	31.118.382	33.296.669	35.627.436
EMPAQUES		339.800	360.188	381.799	404.707	428.990
TOTAL GASTOS VENTAS		**27.519.800**	**29.442.788**	**31.500.181**	**33.701.376**	**36.056.425**
UTILIDAD OPERACIONAL		**49.077.318**	**57.946.044**	**68.043.860**	**79.525.500**	**92.564.289**
GMF		1.020.730	1.136.073	1.264.449	1.407.332	1.566.360
IMPUESTO DE RENTA (35%)		17.177.061	20.281.116	23.815.351	27.833.925	32.397.501
INVERSION INICIAL	-23.670.917					
UTILIDAD NETA		**30.879.526**	**36.528.856**	**42.964.060**	**50.284.243**	**58.600.428**

Fuente: Elaboración propia

10.5 Estado de Situación Financiera

El análisis del estado de situación financiera proyectado a 5 años para la empresa de productos tecnológicos proporciona una evaluación detallada de la estructura financiera futura de la organización. Este análisis abarca las proyecciones de activos, pasivos y patrimonio, ofreciendo una visión clara sobre la solidez financiera esperada y la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a largo plazo. Al considerar factores como el crecimiento en

las inversiones, la gestión del capital de trabajo y la financiación de nuevas adquisiciones, este informe busca anticipar las necesidades financieras y establecer una base sólida para el desarrollo estratégico y la sostenibilidad económica de la empresa.

Tabla 20

Estado de situación financiera en pesos colombianos

AV GLOBAL SHOP ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PESOS COLOMBIANOS						
	INICIAL	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECT	$20.270.668	31.518.778	37.168.108	43.603.312	50.923.495	59.239.680
CUENTAS COMERCIALES POR COBRAR		-	5.617.159	9.968.010	15.420.734	21.746.109
INVENTARIOS	-	37.447.729	66.453.403	102.804.895	144.974.057	194.135.754
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**20.270.668**	**68.966.507**	**109.238.670**	**156.376.217**	**211.318.286**	**275.121.542**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	3.400.249	3.400.249	3.400.249	3.400.249	3.400.249	3.400.249
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		- 639.252	- 1.278.504	- 1.917.756	- 2.557.008	- 3.196.260
INTANGIBLES	-	-	-	-	-	-
AMORTIZACIÓN ACUMULADA	-	-	-	-	-	-
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**3.400.249**	**2.760.997**	**2.121.745**	**1.482.493**	**843.241**	**203.990**
TOTAL ACTIVOS	**23.670.917**	**71.727.505**	**111.360.415**	**157.858.710**	**212.161.528**	**275.325.531**
PASIVOS CORRIENTE						
IMPUESTOS POR PAGAR	-	17.177.061	20.281.116	23.815.351	27.833.925	32.397.501
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	-	**17.177.061**	**20.281.116**	**23.815.351**	**27.833.925**	**32.397.501**
PATRIMONIO						
APORTES DE CAPITAL	23.670.917	23.670.917	23.670.917	23.670.917	23.670.917	23.670.917
UTILIDADES ACUMULADAS			30.879.526	67.408.382	110.372.442	160.656.685
UTILIDAD DEL EJERCICIO		30.879.526	36.528.856	42.964.060	50.284.243	58.600.428
TOTAL PATRIMONIO	**23.670.917**	**$54.550.443**	**91.079.299**	**134.043.359**	**184.327.602**	**242.928.030**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**23.670.917**	**71.727.505**	**111.360.415**	**157.858.710**	**212.161.527**	**275.325.531**

Fuente: Elaboración propia

10.4 Indicadores financieros

El análisis de los indicadores financieros de la empresa dedicada a la venta de dispositivos inteligentes es esencial para evaluar su desempeño económico y su posición en el

mercado. Este análisis incluye indicadores clave como la rentabilidad, la liquidez, el apalancamiento y la eficiencia operativa, proporcionando una visión integral de la salud financiera de la empresa. Al revisar estas métricas, se busca identificar fortalezas y áreas de mejora, así como ofrecer información crítica para la toma de decisiones estratégicas, asegurando que la empresa mantenga su competitividad y siga un camino sostenible hacia el crecimiento.

Los indicadores Financieros que se describen en la siguiente tabla permiten analizar los estados financieros de la empresa, determinar fallas en el desempeño de sus funciones, organizar procesos improductivos y proponer planes de acción para aumentar la productividad de la empresa.

Tabla 21

Indicadores financieros de la empresa

AV GLOBAL SHOP INDICADORES FINANCIEROS					
INDICADOR	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
LIQUIDEZ					
LIQUIDEZ	4	5	7	8	8
ACTIVIDAD					
ROTACIÓN DEL PATRIMONIO	77	115	153	189	223
ROTACIÓN ACTIVO FIJO	4	3	2	1	0
ROTACIÓN ACTIVO TOTAL	101	141	180	217	253
ENDEUDAMIENTO					
ENDEUDAMIENTO	24%	18%	15%	13%	12%
RENTABILIDAD					
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	50%	50%	50%	50%	50%
MARGEN DE UTILIDAD NETA	12%	13%	14%	14%	15%
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	57%	40%	32%	27%	24%

Fuente: Elaboración propia

La liquidez permite mirar la capacidad que tiene la empresa para asumir sus deudas a corto plazo, como se evidencia en la anterior tabla, para los 5 años se cuenta con un nivel de liquidez alto, por ejemplo, para el año1 la empresa cuentas con $4 pesos por cada peso que debe al corto plazo.

La rotación del patrimonio es la razón financiera que se utiliza para identificar que tan rápido los activos netos generan retorno de los aportes, este resultado se da en días, lo que quiere decir que para la empresa denominada “AV Global Shop” el patrimonio rota cada 77 días en el primer año, y va aumentando para los próximos 4 años. La empresa presenta una rotación baja, pero esto se debe a que los aportes son fijos.

La rotación del activo fijo refleja la eficacia de la empresa en la gestión de sus activos para generar ventas; para el año 1 es de 4 días, es una rotación alta y año a año esa situación va mejorando.

El endeudamiento para la empresa es bajo para los 5 años proyectados, para el año1 la entidad no presenta un alto nivel de endeudamiento con sus acreedores puesto que tan solo se encuentra comprometido el 24% de sus activos totales y esta situación mejora para los próximos años.

En cuanto a las ratios de rentabilidad, en estos indicadores podemos observar el porcentaje de las diferentes utilidades sobre el total de las ventas. En el margen de utilidad neta para el año 1 fue del 12%, es decir, que por un peso de ingresos el 0,12 son utilidades netas. Durante los próximos cuatros años las utilidades netas van incrementando hasta el 5 año que representan el 15%.del total de las ventas.

10.5 Evaluación Financiera

La evaluación financiera del proyecto destinado a la venta de dispositivos electrónicos inteligentes es un paso crucial para determinar su viabilidad económica y potencial de rentabilidad. Este análisis abarca la proyección del flujo de caja libre (FCL), indicadores clave como el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el período de recuperación de la inversión. A través de esta evaluación, se busca no solo cuantificar los posibles beneficios financieros, sino también identificar y mitigar riesgos, asegurando que el proyecto esté alineado con los objetivos estratégicos y financieros de la empresa.

10.5.1 Flujo de Caja Libre

Es la resultante del Flujo Neto de Inversiones y el Flujo de Operación, representa las salidas y las entradas de dinero a la empresa, permitiendo aplicar juicios de rentabilidad para conocer el flujo del proyecto. En este caso la empresa presenta en el año 0 la inversión inicial realizada por el único dueño por $23.941.585; Los años 1 y 2 presentan un flujo de caja de por $11.248.111 y $ 5.649.329 y así va incrementando durante los años 3,4 y 5, con respeto al año 2. Adicionalmente, es importante mencionar que los flujos de efectivo de cada año se ven impactados por los niveles de inventario que deben tener la empresa por sus dinámicas de operación.

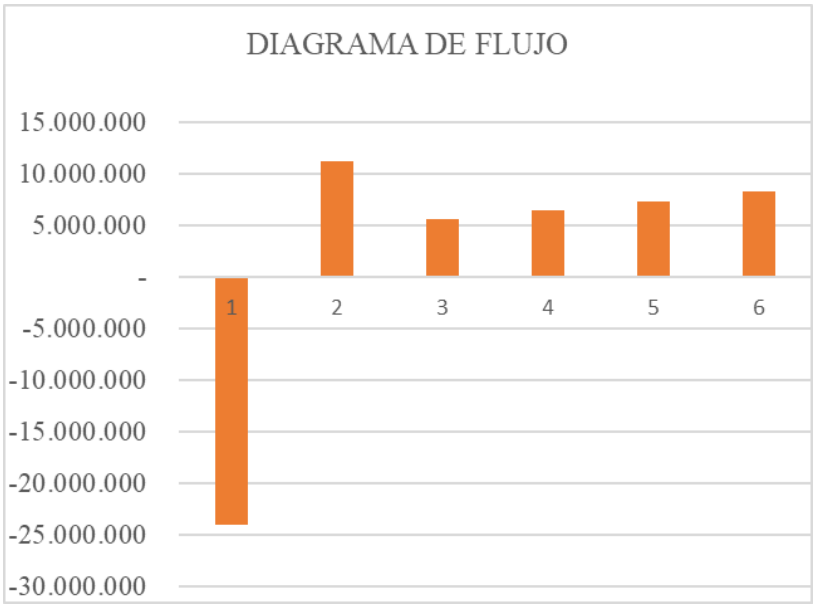
Tabla 22

Flujo de caja libre en pesos colombianos

Inventario		37.447.729	66.453.403	102.804.895	144.974.057	194.135.754
(+) Cuentas por cobrar		-	5.617.159	9.968.010	15.420.734	21.746.109
(-) Cuentas por pagar		17.177.061	20.281.116	23.815.351	27.833.925	32.397.501
Necesidades operativas de Fondos NOF		**20.270.668**	**51.789.447**	**88.957.554**	**132.560.866**	**183.484.361**
Inversión en NOF		20.270.668	31.518.779	37.168.107	43.603.312	50.923.495
		- 0	0	- 0	0	0
		AV GLOBAL SHOP **FLUJO DE CAJA LIBRE** **PESOS COLOMBIANOS**				
		AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
UTILIDAD NETA		30.879.526	36.528.856	42.964.060	50.284.243	58.600.428
(+) Depreciaciones		639.252	639.252	639.252	639.252	639.252
(+) Amortizaciones		-	-	-	-	-
(-) Pagos de capital		0	0	0	0	0
FLUJO NETO OPERATIVO		**31.518.778**	**37.168.108**	**43.603.312**	**50.923.495**	**59.239.680**
Crédito		0	0	0	0	0
Interesés de crédito		0	0	0	0	0
FLUJO NETO DE FINANCIACIÓN	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Inversiones en Necesidades Operativas de Fondo	-	20.270.668	31.518.779	37.168.107	43.603.312	50.923.495
Activos fijos	3.400.249	-				
Activos corrientes	20.270.668					
Activos diferidos	270.668					
FLUJO NETO DE INVERSIÓN	**23.941.585**	**20.270.668**	**31.518.779**	**37.168.107**	**43.603.312**	**50.923.495**
FLUJO DE CAJA LIBRE	**- 23.941.585**	**11.248.111**	**5.649.329**	**6.435.205**	**7.320.182**	**8.316.185**

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 10 *Diagrama de Flujo de Efectivo*



Fuente: Elaboración propia

A continuación, para realizar el análisis de factibilidad financiera, se ha tomado la tasa de oportunidad proyectada al cierre del año 2024 que se espera sea del 13.25%, según la Junta Directiva del Banco de la República decidió por unanimidad mantener inalterada la tasa de interés de política monetaria en 13,25%. Esta tasa no solo refleja la postura actual del banco frente a la estabilidad económica, sino que también se establece como la tasa de oportunidad para realizar comparaciones y análisis financieros de los proyectos. Al utilizar el 13,25% como referencia, podemos alinear nuestras evaluaciones con las condiciones monetarias prevalecientes,

facilitando una comparación precisa entre diferentes oportunidades de inversión y asegurando que nuestras proyecciones financieras sean consistentes con el entorno económico actual.

Tabla 23

Evaluación Financiera del proyecto AV GLOBAL SHOP ONLINE

	EVALUACIÓN FINANCIERA
VPN i=13,25%	6.882.841
TIR	20%
R BENEFICIO/COSTO	1,3
PRI	2 años y 3 meses

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los anteriores indicadores, se puede decir que la empresa denominada "AV Global Shop" es un emprendimiento factible porque:

- VPN= 6.882.841 es mayor que cero, es decir, cuando es positivo, indica que los dineros invertidos en el proyecto rentan a una tasa superior a la tasa de interés de oportunidad; por tanto, el proyecto es factible. El WACC utilizado para el cálculo del VPN es de 13.25%. Esto significa que el WACC refleja el costo de oportunidad del capital para la empresa.
- TIR: 20% es mayor que la tasa de oportunidad (13,25%), es decir que el proyecto es atractivo para invertir.
- Relación beneficio/costo=1,3 significa que, por cada unidad monetaria invertid, se obtiene un beneficio de 1,4 unidades monetarias, por lo tanto, es viable.

- PRI= 2 años y 3 meses, es decir, la inversión inicial tomara dos años y 3 meses aproximadamente para recuperarla. Es importante mencionar que la recuperación de la inversión financiera puede verse afectada por diversas variables, comenzando por la variación en los ingresos; si los ingresos generados son inferiores a lo esperado o se retrasan, el tiempo de recuperación se extenderá. Además, aumentos inesperados en los costos operativos, como mantenimiento, salarios o materias primas, pueden reducir las ganancias y alargar el periodo de recuperación. Los cambios en el mercado, como la competencia, fluctuaciones en la demanda o inestabilidad económica, también pueden influir en la rentabilidad del proyecto. Problemas en la ejecución, como retrasos o fallos técnicos, y costos de financiamiento superiores a lo previsto pueden agravar el problema. Las modificaciones en regulaciones y normativas, así como riesgos inherentes como desastres naturales o crisis políticas, pueden incrementar costos y retrasar la obtención de beneficios. Asimismo, estimaciones iniciales incorrectas sobre ingresos y costos pueden llevar a una recuperación más lenta, al igual que los cambios en la estrategia del proyecto. Finalmente, una eficiencia operativa menor a la esperada impactará negativamente en el rendimiento financiero y, por ende, en el tiempo de recuperación de la inversión.

Según los anteriores indicadores de evaluación financiera analizados, se determina que es recomendable llevar a cabo el proyecto. Los resultados obtenidos, como la elevada Relación Beneficio/Costo y otros parámetros clave, indican que la inversión no solo es viable, sino que

también promete ser altamente rentable. Estos indicadores reflejan un escenario favorable, donde los beneficios superan ampliamente los costos, justificando así la ejecución del proyecto. Además, la solidez de estos indicadores sugiere que la implementación podría generar un impacto positivo y sostenible a largo plazo.

10.6 Factor de Riesgos del proyecto

El factor riesgo es un componente siempre presente durante la instalación, puesta en marcha y vida útil de cualquier proyecto, es imposible contar con una confiabilidad del 100% en estos casos. Los riesgos que se identifican en la operación de la empresa denominan "AV Global Shop" son los siguientes:

- La fluctuación de la moneda del dólar versus peso colombiano, lo que puede encarecer los costos de los productos a importar.
- Las negociaciones arancelarias que se puedan establecerse entre China y Colombia.
- Que la demanda de nuestros productos disminuya, porque se incremente la oferta de estos por diferentes organizaciones.
- Durante el desarrollo del proyecto ocurra un fenómeno natural o social que afecte el transcurso normal de nuestras operaciones, por ejemplo, el bloqueo constante del cierre de la vía panamericana que comunica con el Departamento del Valle.

11. Estudio Ambiental

El estudio de un posible impacto ambiental es un documento técnico de carácter interdisciplinar que está destinado a predecir, identificar, valorar y considerar medidas preventivas o corregir las consecuencias de los efectos ambientales que determinadas acciones antrópicas pueden causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno. Su finalidad es que la autoridad de aplicación tome decisiones respecto a la conveniencia ambiental y social de la generación de nuevos proyectos en un determinado ámbito geográfico (Coria, 2008). La venta de relojes inteligentes y audífonos inalámbricos tiene un impacto significativo en el medio ambiente, principalmente debido a la extracción de recursos para su fabricación, el consumo de energía durante su producción y el aumento de desechos electrónicos al final de su vida útil.

La producción de estos dispositivos implica el uso de metales raros y plásticos, que contribuyen a la degradación ambiental y la contaminación. Para reducir este impacto, es crucial adoptar una estrategia de sostenibilidad que incluya el diseño de productos más duraderos y reparables, la utilización de materiales reciclables y la implementación de programas de reciclaje para dispositivos en desuso. Además, se debe fomentar la eficiencia energética en el proceso de producción y en el consumo de los productos, así como colaborar con proveedores comprometidos con prácticas ambientales responsables. Implementar estas medidas no solo contribuirá a minimizar el impacto ambiental, sino que también fortalecerá la imagen de la empresa como un líder en responsabilidad ecológica.

12. Conclusiones

- Los indicadores financieros obtenidos muestran una alta rentabilidad, lo que confirma que la creación de la empresa importadora es económicamente viable. El análisis de la Relación Beneficio/Costo y otros índices clave revela que la inversión generará retornos sustanciales, justificando la ejecución del proyecto.
- Los resultados financieros positivos destacan la solidez del plan de negocio, indicando que la empresa podrá cubrir sus costos operativos y generar beneficios desde sus primeras fases de operación. Esto sugiere que el proyecto es financieramente sostenible a mediano y largo plazo.
- La creación de la empresa no solo es factible, sino que también contribuirá significativamente al desarrollo económico de Popayán. Al importar artículos tecnológicos desde China, se atenderá una demanda creciente en la ciudad, lo que podría impulsar el comercio local. Debido a la diversificación de productos en el mercado, a su vez le permite a la ciudad lograr un posicionamiento tecnológico como centro de comercio regional y mejoramiento de la oferta en productos tecnológicos. A su vez, aportara fiscal y contributivamente al municipio en el pago de impuestos como industria y comercio, entre otros. Así como la generación de nuevos empleos.

Bibliografía

Alcaldía de Popayán. (s.f.). *Nuestra geografía*. Obtenido de Alcaldía de Popayán: http://popayan.gov.co/ciudadanos/popayan/nuestra-geografia

Basilio, S. (2019). Importación de accesorios chinos para celulares y estrategias de comercialización de las Mypes en la galería El Progreso, Las Malvinas, año 2019. [Trabajo de investigación para obtener grado académico, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional de la universidad de Vallejo https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57233/B_Basilo_SJPE-Guisado_RKL-Lagos_RMF-Ventura_BSG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Coria, I. D. (2008). El estudio de impacto ambiental: características y metodologías. Sistema de Información Científica Redalyc, 125.

Da Silva, D. (2023). Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve. Zendesk. Recuperado de: https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/

Digital360, Iberia. (s.f.).Dispositivos. Recuperado de: https://www.redestelecom.es/tag/dispositivos/

Económica, Observatorio de Complejidad. (junio de 2024). *OEC.* Obtenido de https://oec.world/es/profile/bilateral-country/chn/partner/col

Echeverry, M. Montenegro, N. (2013). Factibilidad para la importación de artículos tecnológicos chinos al mercado de Santiago de Cali. [Proyecto de grado]. Universidad Autónoma de

Occidente. Recuperado de: https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/5aa9964e-acb0-418d-86b5-23cd0e095de6/content

Eurofins. (2023). ¿Qué es lo que se evalúa en un estudio de impacto ambiental? Eurofins Environment Testing. Recuperado de: https://www.eurofins-environment.es/es/estudio-impacto-ambiental/#:~:text=El%20estudio%20de%20impacto%20ambiental,prevenir%20y%20minimizar%20dichos%20efectos.

Fernández Robín, C. A. (2 de 6 de 2001). Segmentación de mercados: . *buscando la correlación entre variables sicológicas y demográficas*. Bucaramanga, Colombia: Revista Colombiana de Marketing.

García, J. G. (2019). *https://repositorio.banrep.gov.co.* Obtenido de https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9754/LBR_2019-10.pdf

Hill, M. G. (s.f.). *Globalización y su impacto en el comercio mundial y regional.* Obtenido de https://www.oas.org/dsd/publications/unit/oea33s/ch32.htm#:~:text=Es%20en%20Inglaterra%20donde%20naci%C3%B3,%2C%20alimentos%2C%20etc.).

Hill, M. G. (s.f.). *Globalización y su impacto en el comercio mundial y regional.* Obtenido de https://www.oas.org/dsd/publications/unit/oea33s/ch32.htm

IMAE. (2020). *Indicador Mensual de Actividad Económica.* Cauca: Universidad Pontificia Javeriana-Cali - Cámara del Comercio del Cauca.

Instituto Geográfico Agustín Codazzi. (s.f.). *Instituto Geográfico Agustín Codazzi*. Obtenido de https://geoportal.igac.gov.co

Kiziryan, M. (2024). Importación: ¿Qué es y cómo funciona?. Economipedia. Recuperado de: https://economipedia.com/definiciones/importacion.html

Lugones, G. (2008). *Teorías del Comercio Internacional.*

Ministerio de relaciones exteriores. (24 de Febrero de 2003). *Asustos Economicos entre Colombia y China*. Obtenido de https://china.embajada.gov.co/colombia/asuntos_economicos

Ministerio Relaciones Exteriores. (24 de febrero de 2023). *Ministerio de Relaciones Exteriores.* Obtenido de https://china.embajada.gov.co/colombia/asuntos_economicos

Nogales, A. F. (2004). *Investigación y técnicas de mercado.* Madrid: Editorial Esic.

Ortega, C., (s.f.). Investigación cuantitativa. Qué es y cómo realizarla. Questionpro. Recuperado de: https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-investigacion-cuantitativa/

Plancencía, E. (2010). Obtenido de https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1207/3/PG%20175_Capitulo%20II.pdf

Riaño, E. P. (2015). COMERCIO INTERNACIONAL EN COLOMBIA Y LAS NORMAS QUE LO RIGEN Comercio Internacional en Colombia y normas que lo rigen. Bogotá.

Torres, D. R., Hernández, Y. L., & Jelly, J. R. (2024). *Comercio exterior colombiano, un análisis teórico e histórico*. Bogotá: Alpha Editorial S.A.

Universidad Cooperativa de Colombia. (31 de 07 de 2021). Obtenido de https://ucc.edu.co/investigacion-sinfoni/sala-de-conocimiento/Paginas/Antecedentes-y-evolucion-del-comercio-internacional-articulo.aspx