

TRAP ICE

TRAP ICE

ANTIOQUIA MEDELLÍN ,19 DE AGOSTO DEL 2013

TRAP ICE
Plan de Negocio

Trap ice
Antioquia
Medellin, Noviembre 24 2013



Escriba su Copyright

El uso de esta plantilla esta limitada a los estudiantes autorizados que estén realizando Planes de Negocios, ya sea para cursos regulares o a nombre propio con el aval de la Institución. De cualquier forma, al hacer uso de ésta, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de esta plantilla por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito del titular del Copyright

DERECHOS RESERVADOS © 2007 Carlos Mario Morales C – UEEM -Coordinador de Emprendimiento ESUMER. carlos.morales@esumer.edu.co. Calle 76 No 80-126 Carretera al Mar Medellín –Colombia Teléfonos 2646011 Extensión 225

TRAP ICE
Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Nombre de la Empresa
- 3.2. Descripción de la Empresa
- 3.3. Misión y Visión de la Empresa
- 3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- 3.5. Ventajas Competitivas
- 3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir
- 3.7. Relación de productos y/o servicios
- 3.8. Justificación del Negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
- 3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
 - 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.3. Distribución Directa (En caso de ser aplicable)
 - 4.6.4. Manejo de Inventarios
 - 4.6.5. Comunicación
 - 4.6.6. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.3.1. Precios de Ventas Internacional, cantidades mínimas de pedidos
 - 4.7.4. Política de Precios

- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción
- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1. Locaciones
 - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
 - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
 - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
 - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos Administrativos
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1. Organigrama
 - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Locaciones
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
 - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios
- 8.2. Ingresos y Egresos
 - 8.2.1. Ingresos
 - 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.
 - 8.2.1.2 Otros Ingresos
 - 8.2.2. Egresos
 - 8.2.2.1. Inversiones
 - 8.2.2.2. Costos
 - 8.2.2.3. Gastos
 - 8.2.2.4. Gastos Financieros

- 8.3. Estados Financieros Proyectados
 - 8.3.1. Flujo de Caja
 - 8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
 - 8.3.3. Balance General
- 8.4. Evaluación financiera del proyecto
 - 8.4.1. Valor Presente Neto
 - 8.4.2. Tasa Interna de Retorno
 - 8.4.3. Indicadores Financieros proyectados
 - 8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)
 - 8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

Este es un proyecto que se hizo con el principal objetivo de facilitar al consumidor final su vida cotidiana.

En este proyecto se hizo un estudio de la pre factibilidad de lanzar al mercado Internacional un atrapa hielos, que cuente con las características de evitar que el hielo se incline hacia la cara del consumidor al momento de ingerir una bebida. Para esto Se realizaron varios estudios de entorno del sector, de mercados, administrativo, legal y financiero.

Hoy en día muchas de los colombianos visitan muchos lugares donde pasan s tiempo ingiriendo bebidas mientras disfrutan de la compañía de otra u otras personas. Este tipo de ambientes es perfecto para que un producto tan sencillo como lo es un vaso plástico se consuma en grandes cantidades y decidimos aprovecharnos de eso y darle un valor agregado como lo es nuestro Atrapa-Hielos.

Colombia hace parte de muchos tratados, y relaciones bilaterales, esto puede tener un impacto positivo porque hay varios países en los que se puede tener algunos beneficios a la hora de exportar. En la economía colombiana hay variables que no han mejorado mucho, en el lado del desempleo se analiza que ha bajado la tasa en vez de subir, pero con este proyecto se puede generar empleo.

La compañía a través de los años ira investigando que nuevos posibles mercados de nuevos productos ira inyectando a la economía del país, esto siempre y cuando el desarrollo de la misma lo permita esperando que cada de que pase con nuestros productos en el mercado la población los valla aceptando cada dia mas

El nombre de la compañía será TRAP ICE S.A.S (sociedades por acciones simplificadas) se constituye con un documento privado con uno o más accionistas esto reduce tramites y costos de estructuración, además como no exige numero de accionistas se puede ampliar o reducir a la manera que más convenga La estructura orgánica de la sociedad, su funcionamiento son libremente elegidos por los accionistas, se encuentran obligados a designar un representante legal.

Nuestra empresa está destinada como pequeña empresa ya que esta en el rango de 9 empleados necesarios para todas las actividades

Los documentos que se necesitan para la creación de la empresa son RUT, registro mercantil, Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), certificado de importación

INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Sebastián Gómez Ospina			
Identificación:	1017188633	Teléfono:	2525554 Celular: 3015043118
Dirección:	Calle 42 # 108 a 217	Barrio:	San Javier
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Sebasos_252@hotmail.com
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	x Universitarios
Comercio exterior			
Otros Estudios:	NINGUNO		

Jhon Edison Salazar Ortiz			
Identificación:	1128390744	Teléfono:	5841786 Celular: 3003455942
Dirección:	Calle 102 No 77 B 46	Barrio:	12 de octubre
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	Jhon62003@hotmail.com
Estudios:	Técnicos	X Tecnológicos	Universitarios
Otros Estudios:	NINGUNO		

Nombre y Apellidos			
Identificación:	999999999	Teléfono:	9999999 Celular: 999999999
Dirección:	Calle o Carrera 99999 No 99-99	Barrio:	XXXXXXXX
Ciudad	XXXXXXXX	Correo electrónico:	xxxxxx@xxxx.xxx
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios
Otros Estudios:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		

Nombre y Apellidos			
Identificación:	999999999	Teléfono:	9999999 Celular: 999999999
Dirección:	Calle o Carrera 99999 No 99-99	Barrio:	XXXXXXXX
Ciudad	XXXXXXXX	Correo electrónico:	xxxxxx@xxxx.xxx
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	Universitarios
Otros Estudios:	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

El objetivo principal de nuestro trabajo es sustentar un proyecto innovador que vemos en el un enorme potencial para revolucionar el mercado de utensilios de cocina en el mundo; además buscamos desarrollar habilidades y aptitudes que nos hagan mejores elementos en nuestra área profesional tales como trabajo en grupo, sinergia entre los participantes del equipo, capacidad de análisis e investigación.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 *Nombre de la Empresa*

TRAP-ICE: El nombre de la empresa es sencillo y muy elocuente con el producto que realiza, esta en inglés y significa TRAMPA PARA HIELO, lo que queremos lograr con el nombre es que identifiquen la razón de la empresa rápidamente.

3.2 *Descripción de la Empresa*

Nuestro Negocio está dirigido a la población en general que les guste enfriar sus bebidas en hielo con un diseño revolucionario que no existe en el mercado, queremos ser una de las empresas más reconocidas en el sector del plástico, específicamente en las manufacturas plásticas. Inicialmente queremos conquistar el mercado nacional y una vez la empresa tenga reconocimiento lo haremos en el mercado internacional. Tenemos una proyección muy alta en los próximos 10 años de ser una de las empresas más reconocidas del sector a nivel nacional e internacional.

3.3 *Misión y Visión de la Empresa*

Misión

Tenemos como misión la creación de una empresa con una función social que es la de darle seguridad y comodidad a nuestros clientes finales, contribuyendo con el mejoramiento del medio social donde opera con la ayuda de personal capacitado y comprometido, lucharemos para incursionar inicialmente el mercado nacional e internacional aumentando cada vez más la participación y al mismo tiempo nuestro patrimonio económico y tecnológico.

Visión

Nuestra visión es ser la mejor empresa transformadora y comercializadora de plástico, garantizando esto con la calidad continua de nuestros productos, cumpliendo con un objetivo primordial, el de fabricar los mejores productos para así ayudar al crecimiento industrial y económico del país.

3.4 *Objetivos a corto, mediano y largo plazo*

CORTO PLAZO

- Conquistar en un periodo de un año inicialmente el mercado de tiendas, bares, todo tipo de lugar donde vendan bebidas con hielo.
- Crear un producto que satisfaga las necesidades de los clientes contribuyendo a una mayor comodidad evitando el rechazo al hielo.

MEDIANO PLAZO

- Fortalecer las ventajas del producto por medio de la publicidad en radio durante un periodo aproximado de 2 meses, esto a partir del segundo año.
- Se creara una página web por medio de la cual más personas podrán conocer las ventajas del producto y además la empresa y los contactos.

LARGO PLAZO

- Conquistar en un periodo de 10 años el mercado nacional; principalmente en las capitales (Bogotá, Cali, Pereira, Cartagena etc)
- Conquistar en un periodo de 15 años el mercado internacional, inicialmente Suramérica por medio de sus capitales.

3.5 *Ventajas Competitivas*

Para nuestra fortuna no contamos con competencia directa, el producto seria 100% innovador, por lo tanto nuestro producto seria UNICO en el mercado.

Distinciones Competitivas: Lo que haremos es darle un valor agregado a algo existente, como lo es un simple vaso de plástico, pero una vez el vaso sea procesado por nosotros será un producto único en el mercado.

3.6 *Necesidad o problema que se quiere intervenir*

Con este producto buscamos solucionar la incomodidad que causa el hielo mojando la nariz en el momento de beber cualquier clase de bebida en un vaso.

3.7 *Relación de productos y/o servicios*

Produciremos un vaso especial que en su interior tenga un dispositivo que evite que el hielo en la bebida se le venga a la cara de las personas que estén consumiendo sus bebidas.

3.8 Justificación del Negocio

Vemos en este producto un gran potencial para capturar un gran nicho de mercado ya que este soluciona un problema que nos afecta a todos, seríamos pioneros en sacar la solución a este problema; nuestra marca sería reconocida por ser la primera en sacar este tipo de artículos para el hogar, financieramente sería un producto con un alto valor agregado por la innovación del mismo, nos podríamos dar el lujo de pedir un muy buen precio por el producto y así subsidiar los costos de la compañía y sacar un buen margen de utilidad.

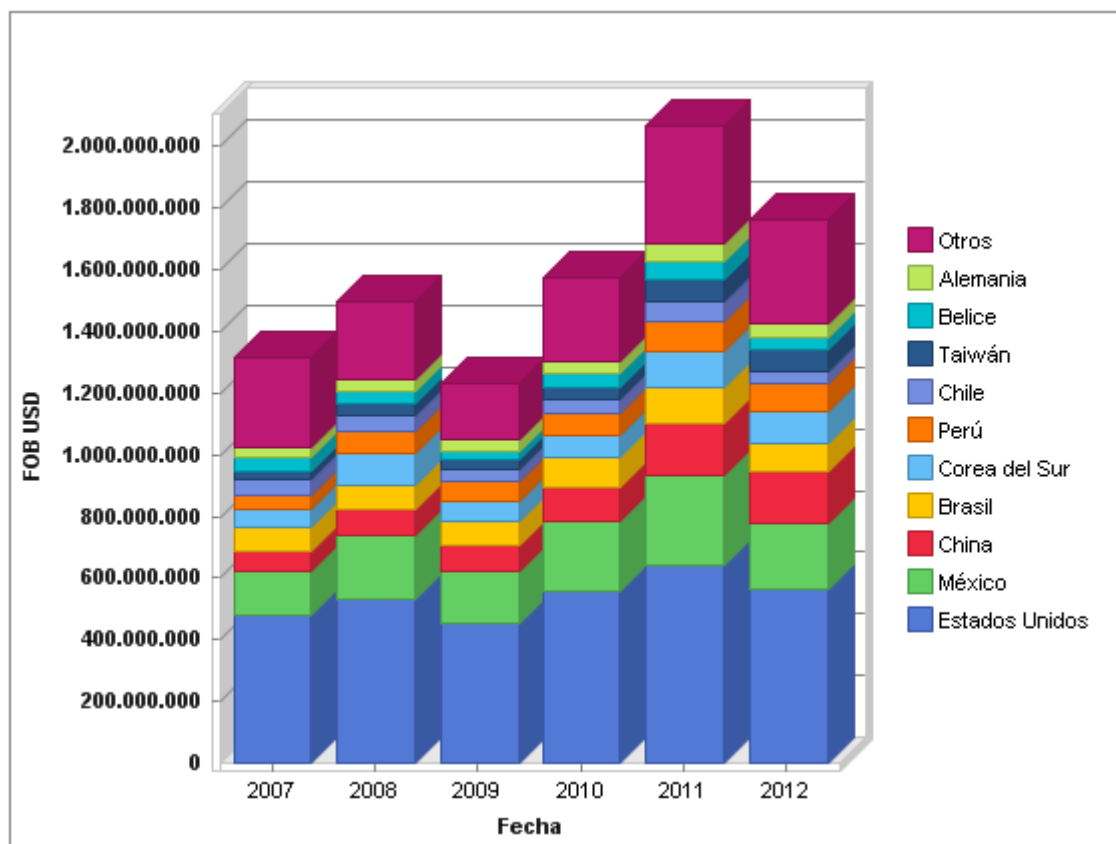
3.9 Análisis del entorno y del sector

Colombia sufre un atraso relativo en su infraestructura de transporte; adicionalmente se encuentra en medio de una topografía que desafía la productividad y competitividad internacional, que solo puede ser superada con ambiciosas obras de infraestructura y un gran capital destinado a estos propósitos. Sin embargo los vehículos pesados (buses y camiones) con relación a los países del primer mundo, cuentan con mayor envergadura, tomando en cuenta que en estos países y ciudades las infraestructuras viales son de mayor amplitud, rectas en su mayor parte con planicies prolongadas; por lo cual se prestan para el transporte terrestre de mercancías de gran volumen, sus vehículos pueden ser tracto camiones, con remolque y 1 o más semirremolques, además los países extranjeros con gran movimiento de mercancías producto de exportaciones o importaciones pueden ser transportadas a través de vías férreas, lo cual conlleva a un generoso flujo de bienes a precios realmente competitivos.

La mayor parte de las carreteras nacionales está constituida por calzadas sencillas bidireccionales, donde el impacto de los vehículos pesados sobre el tráfico es muy significativo, causando caos durante las horas pico, la falta de líneas férreas también es un agravante para el costo final de venta para todo bien que tenga destino de exportación.

De esta forma las exportaciones continuarán siendo lo que son, negocios comerciales de altos costos logísticos, y con un mínimo de aportes al PIB. Aunque debido a una mayor integración de Colombia con sus principales socios comerciales, el gobierno deberá tener en su plan de internacionalización comercial e industrial la ampliación y conmemoración de sus planes de mejoramiento vial, tales como las carreteras de la prosperidad y obviamente la agilización de los trámites para la exportación en los puertos por parte de la DIAN.

Tabla # 1
Importaciones Colombianas de plástico y sus manufacturas
Análisis del sector



Fuente: Trade Nosis (2013, marzo)

Pero, ¿Por qué Colombia tiene que realizar excesivas importaciones de materias primas y manufacturas plásticas?

Existen varios factores que afectan a la competitividad de la industria plástica. Algunos de los principales factores que afectan a la competitividad del sector son:

- **Mano de obra:** Existe una alta dificultad al momento de contratar mano de obra calificada tanto técnica (electrónica, electricidad e hidráulica) como administrativa. En ese sentido no existen cursos de formación técnica en el empleo de maquinarias para el sector plástico.
- **Energía:** En el país se genera abundante energía eléctrica, sin embargo, la transmisión y distribución son muy ineficientes y caracterizados por frecuente interrupciones que incrementan los costos de producción de manera importante.
- **Materias primas:** Existe alta dependencia de la importación de formas primarias para la producción de manufacturas, proviniendo estas desde distintos países del resto del continente.

- **Mercado:** A pesar de contar con un mercado interno pequeño, se tiene un déficit comercial de estos productos.

Escaso cumplimiento de normas técnicas al momento de ingresar productos en el país, en contraposición con los requerimientos al momento de exportar: el control de manufacturas de plástico que ingresan al país desde el exterior es prácticamente nulo, principalmente en aquellos productos tales como envases para alimentos (que por sus características no pueden ser elaborados a partir de productos reciclados). Por el contrario, al momento de exportar se presentan numerosos obstáculos relacionados a los requisitos técnicos que se deben cumplir principalmente en países de extrazona.

Acuerdos comerciales y preferencias arancelarias.

Preferencias arancelarias:

- a. Sistema Generalizado de Preferencias para los Países Andinos (SGP ANDINO).
- b. Sistema Generalizado de Preferencias -SGP- en Otros Países.
- c. ATPA y APTDEA

Acuerdos comerciales:

- a. Tratado de Libre Comercio, (Colombia-Estados Unidos).
- b. Comunidad Andina de Naciones (CAN).
- c. Tratado de Libre Comercio de los Tres (TLC-G3).
- d. Acuerdo de Complementación Económica con Chile.
- e. Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).
- f. Comunidad del Caribe (CARICOM).
- g. Acuerdo de Complementación Económica MERCOSUR y Colombia.
- h. Colombia en la Cuenca del Pacífico.
- i. Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA).

Incentivos para los exportadores colombianos

En los últimos años el comercio mundial ha venido presentado una tendencia a la eliminación de fronteras comerciales por lo que se han visto reducidos los aranceles a las exportaciones de un país a otro y cada día esta tendencia es mayor en el mundo presentándose como la globalización de la economía.

Por este motivo el gobierno colombiano ha buscado la forma de incentivar las exportaciones y de esta forma lograr un equilibrio en la balanza comercial y buscar precios más competitivos a nivel internacional, lo que le da a los productores mayores ventajas competitivas en el exterior. De igual forma los países buscan incentivar las exportaciones porque estas traen grandes beneficios a los países como lo son:

- Permite un mayor aprovechamiento de las economías a escala, ya que a medida que las exportaciones crecen las plantas de producción podrán tener una mayor oportunidad de crecimiento.
- Buscan mejorar las ventajas competitivas por medio de las especializaciones.

- Ayudan a aumentar las actividades productivas de la compañía.
- Las empresas tienen la oportunidad de acceder a nueva tecnología a través de convenios e importaciones temporales, franquicia, donación por mencionar algunas formas, lo que les permite mejorar los procesos productivos.
- Facilita el uso de plan Vallejo entrando materia prima desde el exterior para ser exportadas como un bien terminado.
- Disminución de impuestos y aranceles.
- Reducción parcial de documentos legales y extralegales.

Para lograr alcanzar los beneficios mencionados anteriormente los países han creado diferentes figuras y planes que les den mayores ventajas a los exportadores logrando de esta forma unos precios más competitivos a nivel internacional, estos incentivos son otorgados sin hacer distinción al lugar de origen de la exportación, ya que lo que le interesa al gobierno colombiano es que estas crezcan y se logren nuevas aperturas comerciales.
universidad javeriana, facultad de derecho (2013, marzo)

Para nuestra fortuna el sector del plástico es una de las industrias que mejor resultados han estado mostrando en los últimos años, es la industria que cada día le apuesta más a la renovación de la industria con la importación de nuevas tecnologías, la industria está llamada a ser la líder por rendimiento y crecimiento.

Responsabilidad social sostenible

El ecosistema y el tema verde es uno de los temas fundamentales para el sector a tal punto que el gremio trabaja con cooperativas para incentivar el reciclaje de productos plásticos que es totalmente posible como es el caso de envases de gaseosa y agua elaborados en PET por Enka de Colombia y Codesarrollo.

Para nuestro proyecto es muy importante que la industria este en un muy buen camino ya que podremos encontrar insumos a bajo precio y un sinnúmero de clientes que esperan siempre innovación, la cual se les brindará con nuestro producto.

Fuente: Productos de Colombia (2013, marzo)

Sector

La industria del plástico en Colombia demuestra que con trabajo permanente en innovación y adquisición de nuevas tecnologías, está llamada a ser una de las líderes por rendimiento y crecimiento, toda vez que este indicador por año es del siete por ciento en promedio. El sector según sus voceros, está preparado para el TLC y todo tipo de competencia.

El presidente de la Asociación Colombiana de Industrias Plásticas, Acoplásticos, Carlos Alberto Garay aseguró que en 2011 el crecimiento fue del 7.8 por ciento el cual contrasta con una caída en el presente año cercana al cinco por ciento. Precisó que por la dinámica de la industria, en el corto plazo se pueden modificar las tendencias y volver a los niveles de los últimos 25 años.

En materia de elaboración, el sector de los plásticos procesa 980.000 toneladas de resinas

Sobre las importaciones, Garay manifestó que estas vienen aumentando notoriamente toda vez que llega producto de la China, Ecuador y Perú en condiciones desiguales de competencia. El dirigente gremial precisó que el sector se ve castigado por las importaciones de bajo precio que se originan por un dólar barato que facilita las internaciones de materias primas y castiga fuertemente las exportaciones.

“La revaluación tiene un efecto muy perjudicial para la producción local, no solo en oferta exportable sino en atención para el mercado interno”, indicó Garay.

La revaluación y la inestabilidad cambiaria en la industria plástica pueden tener impactos en el ejercicio económico hasta del diez por ciento anual.

El vocero de Acoplásticos, anotó que las 600 empresas que agrupa el gremio y que analiza el DANE generan más de 40.000 empleos directos, pero aclaró que hay que tener en cuenta que en Colombia hay 2.000 establecimientos que procesan plásticos, muchos de ellos no capturados por el ente estadístico por razones tales como que su actividad principal no son los plásticos y por el alto número de empresas muy pequeñas que tienen menos de 10 trabajadores en sus plantas.

Sector Boliviano

Lamentablemente no se encontró mucha información específica del sector plástico en Bolivia ya que la economía de Bolivia tiene su base principal en la extracción y en la exportación de sus recursos naturales, principalmente mineros. La perspectiva de su desarrollo desde los años cincuenta muestra que su renta per cápita ha tenido un crecimiento muy lento desde entonces. El PIB ha tenido un crecimiento medio de un 3% anual, mientras que la tasa de incremento de la población ha sido del 2,6% anual, de los que se desprende, que la renta per cápita ha permanecido casi igual y su población se viene a encontrar en similares condiciones económicas a la de los años cincuenta, sin que se haya producido casi ningún aumento de productividad. A nivel comparativo, dentro del continente americano, sólo Argentina y Perú, han tenido una trayectoria similar.

En tiempos coloniales Bolivia era un gran productor mundial de oro y plata, con cuantiosas reservas. Además, hacia mediados del siglo XX, en la época republicana Bolivia se constituía en uno de los más grandes productores de estaño, llegando a ser el primer productor mundial de este metal. No obstante, la economía boliviana dependió mucho de la mono-extracción de minerales, con una baja diversificación, lo que la expuso a grandes riesgos por las fluctuaciones del precio internacional. De modo, que en la década de los ochenta la economía boliviana se declaró en quiebra por la caída del precio internacional del estaño, trayendo como consecuencia masivos despidos por parte de las múltiples empresas que salieron del negocio. Hoy en día, la economía boliviana continua siendo muy dependiente de la producción primaria; aunque se ha producido una leve diversificación de la producción minera como el zinc o el estaño, gas natural y soya.

Bolivia posee las segundas reservas más importantes de gas natural en América del Sur pero que no alcanzan al 1% del total de las reservas mundiales. Dichas reservas se constituyen hoy por hoy en fuente de un amplio debate nacional respecto a su utilización futura.

El sector agroindustrial ha tenido un impacto importante en la economía boliviana, debido a la tecnificación y optimización de productos agropecuarios como ser: La ganadería, la producción de soya, la producción de azúcar, producción de arroz, etc.

El turismo es un sector en crecimiento debido a que Bolivia es un país de contrastes profundos ubicado entre las altas cumbres de los Andes y las selvas tropicales del Amazonas.

En Bolivia existen aproximadamente 13.500 industrias, de las cuales se estima que el 90% son pequeñas, las restantes clasificadas como medianas y grandes. La industria boliviana representa un 35 por ciento del total del producto interior bruto (PIB), esta industria está principalmente enfocada en la manufactura en gran y pequeña escala, el refinado de azúcar y derivados, artículos de piel, fabricas de tabaco, cemento, química, papelería, mobiliaria, de vidrio, explosivos, y otras de gran importancia económica. El 80% de las industrias del país están ubicados en las ciudades de Santa Cruz de la Sierra, La Paz y Cochabamba.

En el país se pueden distinguir aproximadamente nueve categorías de industria manufacturera:

Industria metalúrgica: Existen varias plantas metalúrgicas principalmente en Oruro, La Paz, Santa Cruz y Cochabamba que funden chatarra para producir válvulas y accesorios en bronce, latón, aluminio y piezas de hierro fundido. Otra actividad en este sector es el reciclado de baterías de plomo, baterías reconstituidas y soldaduras. Otro dato importantes es la construcción de plantas metalúrgicas de gran capacidad, para la fabricación de acero, que fueron terminadas a finales de 2007 para la explotación del yacimiento geológico de hierro Mutún. La industria minera de metales básicos es amplia constituyéndose los mayores centros de producción, los departamentos de: Oruro que cuenta con plantas de tratamiento de minerales de Estaño, complejos de plomo-plata y zinc, oro, wolfram, bismuto, antimonio, etc. ;cuenta con dos fundiciones de estaño, fundición de plata, plantas volatilizadoras de trióxido de antimonio y además de plantas de no metálicos para la industria petrolera como la bentonita y baritina, etc. el departamento de Potosí también cuenta con numerosas plantas de tratamiento de minerales.

Industrias de terminación metálicas: Está constituido por una gran cantidad de empresas pequeñas que trabajan principalmente en la ciudad de El Alto. Su crecimiento encuentra dificultad por el alto grado de reciclado que presentan los repuestos metálicos usados, especialmente en los mercados locales de la ciudad y mercados populares.

Industria minera: Este sector incluye la manufactura de cemento, de cemento asbesto y la industria del vidrio. Estas ramas extraen materias primas de las minas o canteras de su propiedad, excepto la manufacturera de cemento asbesto (Duralit), que usa materias primas importadas. Las cementeras del país y las de vidrio han iniciado una fase de crecimiento para poder cubrir la creciente demanda, por ejemplo, las cuatro plantas de cemento del país, emprenden un acelerado crecimiento de su producción, entre otros, la manufactura de botellas de vidrio en Cochabamba ha implementado actualmente un proyecto de expansión.

Industria del petróleo: Hasta hace poco la industria petrolera del país estaba íntegramente controlada por la compañía estatal Yacimientos Petrolíferos Fiscales Bolivianos (YPFB), creada en 1936 con la misión de explotar, refinar y distribuir los recursos de hidrocarburos. A partir de la Ley de Capitalización, se dieron concesiones tanto a empresas extranjeras como a nacionales para el transporte de gas natural y petróleo, habiendo la exploración, explotación y producción sido sujeta a contratos de riesgo compartido (join venture) desde 1990 y las refinerías privatizadas en 1999. Hasta la nueva estatización del presidente Evo Morales, a fecha de 1 de mayo de 2006, donde todas las reservas hidrocarburíferas volvían a ser parte del estado boliviano, aunque la explotación de las mismas continúa en manos privadas. Los campos de gas natural y petróleo están ubicados en la parte oriental y sur del país. Las operaciones principales en las refinerías son las de destilación para la fraccionar el crudo, transformación catalítica para obtener gasolina con elevado octanaje, y refinación de fracciones pesadas para producir lubricantes. Los productos finales son gasolina para vehículos, propano y butano líquido, combustible para aviones, gasóleo, fueloil y lubricantes para uso en maquinarias e industria. Como producto auxiliar se genera electricidad con turbinas a gas natural en Santa Cruz, Cochabamba y Chuquisaca. Debido a la naturaleza del petróleo boliviano, la producción de gasóleo es insuficiente para satisfacer la demanda interna, y el producto debe ser importado.

Industria Química: Es un sector limitado, pero cubre una gran variedad de actividades incluyendo la producción de químicos básicos, explosivos, jabones, detergentes, tintas, pinturas y fármacos. En este sector se reciclan los aceites lubricantes residuales y se manufacturan varios productos plásticos y de goma. Las industrias químicas están concentradas en La Paz y El Alto, con algunas fabricas en Oruro, Cochabamba y Santa Cruz. Las principales industrias del sector, además de las plantas manufactureras de fármacos y plásticos en la región de La Paz, se encuentran en Cochabamba.

Industria del calzado y curtiembres: La industria de curtiembre ha tenido un notable crecimiento en los volúmenes de exportación durante los últimos años. La industria del calzado ha tenido un crecimiento sostenido. Llegando el mismo a superarse cada año, existen varias unidades medianas y pequeñas, ubicadas principalmente en Cochabamba, pero también en La Paz y Santa Cruz y Oruro. La manufacturadora de calzados más grande del país es la compañía Manaco otra industria importante con cien años de trayectoria es la Fabrica Nacional de Calzados Zamora de la ciudad de Oruro.

Industria textil: La industria textil fue el segundo sector manufacturero en importancia después de la industria alimenticia en los años 1970, y fue reduciendo importancia progresivamente representando cada vez menor valor del total de manufactura. Sin embargo la industria textil ha ido aumentando su índice de crecimiento desde los años 1990. La industria del algodón y lana se redujo a expensas de fibras sintéticas, un cambio que fue provechoso para las exportaciones que ascienden con su contribución a 3,2% del total de productos exportados en 1997. La mayor concentración de plantas textiles está en La Paz, pero también se encuentran en Santa Cruz y Cochabamba y en menor escala en Oruro. Fuera de esta industria pero relacionada con ella, se encuentra la fabricación de prendas de vestir excepto calzado, que ha tenido impresionante crecimiento en los últimos años, llegando a más de doble del tamaño en volumen físico a partir del año 1990.

Industria del papel: La manufactura del papel y cartón es un sector muy reducido en Bolivia, con pocas fábricas pequeñas ubicadas en Santa Cruz, La Paz y Cochabamba. Todas las industrias de este ramo utilizan papel reciclado, fibras residuales y o pulpa importada como materia prima. Las industrias afines, de transformación del papel, la industria gráfica y las imprentas, se encuentran concentradas principalmente en La Paz, Santa Cruz y Cochabamba.

Industria alimenticia: Este sector ocupa un lugar predominante en la industria manufacturera que crece continuamente, tanto en producción como en cantidad de empresas y empleos. No obstante, la industria alimenticia a partir de la apertura de la economía, ha entrado en competencia y asea en el mercado interno o el mercado externo donde su cuota en las exportaciones fue más o menos del 26%, incluyendo la soja y sus derivados que alcanzaron a mercados de exportación muy amplios durante los últimos años, (excluye algodón). Dentro de esta rama se encuentran las plantas de aceite comestible, los ingenios azucareros, las destilerías, las cervecerías y una fábrica de levadura y alimentos en La Paz. Existen varias unidades medianas y grandes en los subsectores de frigoríficos, fábricas de lácteos, plantas embotelladores de refrescos y plantas procesadoras de cereales. Las grandes fábricas procesan soja, girasol y semillas de algodón, así como azúcar de caña, están principalmente en Santa Cruz, aunque una gran refinería de aceite comestible opera en Cochabamba. Todas las grandes ciudades tienen por lo menos una cervecería, una o varias plantas embotelladoras de gaseosas y uno o varios frigoríficos y empaquetadoras de alimentos y plantas donde se enlatan productos alimenticios.

Fuente: SERVICIO AL EXPORTADOR. La Paz (2011)

Disponible en

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/1025350155rad40F44.pdf>

Variables que afectan nuestra Industria

- Las restricciones que existen en dicho país para las importaciones, tales como lo son el arancel y el IVA, lo cual incrementa el precio final a nuestro producto.

Tabla # 2

Impuestos en Bolivia

ARANCELES/ IMPUESTOS	TASAS	BASE IMPONIBLE	OBSERVACIONES
Arancel de Importación	0 %, 5%, 10%, 15%, 20% y 35%.	CIF – Frontera	Algunos bienes de capital (maquinarias y equipos) tienen una rebaja del 50% del arancel de importación.
Tasa de Almacén aduanero	0.5 %	CIF – Frontera	Valor según el servicio prestado y tiempo de permanencia. La tasa es un valor referencial.
Aporte Gremial	0.3 %	CIF – Frontera	Aporte gremial según la Cámara a la que se esta asociado.
Despacho Aduanero	0.1 % al 2,5%	CIF – Frontera	Comisión variable que se paga a la agencia despachante de aduana.
Impuesto al Valor Agregado (IVA).	14,94 %	CIF – Aduana	IVA importaciones, grava sobre el valor de mercadería más el arancel.
Impuesto al Consumo Especifico (ICE).	---	CIF – Aduana	Impuesto variable, grava a licores, tabaco y bienes suntuarios.
Impuesto a los Hidrocarburos (IEDH).	---	CIF – Aduana	Según el producto a ser importado.

Fuente: www.embolivia.org.br

- Colombia no es uno de los principales países de los cuales Bolivia importa por lo que nos podríamos encontrar con muchas restricciones a la entrada de un producto totalmente nuevo.
- **Mano de obra:** existe una alta dificultad al momento de contratar mano de obra calificada tanto técnica (electrónica, electricidad e hidráulica) como administrativa. En ese sentido, no existen cursos de formación técnica en el empleo de maquinarias para el sector plástico.
- **Energía:** en el país se genera abundante energía eléctrica, sin embargo, la transmisión y distribución son muy ineficientes y costosa con respecto a otros países latino americanos, estos nos genera grandes costos y puede restarnos competitividad ya que

encarecería nuestro producto.

- **Materias primas:** existe alta dependencia de la importación de formas primarias para la producción de manufacturas, proviniendo estas desde distintos países del resto del continente.
- **Mercado:** a pesar de contar con un mercado interno pequeño, se tiene un déficit comercial de estos productos.
- Escaso cumplimiento de normas técnicas al momento de ingresar productos en el país, en contraposición con los requerimientos al momento de exportar: el control de manufacturas de plástico que ingresan al país desde el exterior es prácticamente nulo, principalmente en aquellos (que por sus características no pueden ser elaborados a partir de productos reciclados). Por el contrario, al momento de exportar, se presentan numerosos obstáculos relacionados a los requisitos técnicos que se deben cumplir
- TRM la tasa representativa del mercado es una variable la cual encarece nuestros producto ya para cubrirnos a esa incertidumbre del la volatilidad del dólar, siempre creamos un margen o un colchón en caso de que el dólar baje frente al peso , no nos toque la utilidad.

Rentabilidad: Tabla a continuación mostrada relaciona la rentabilidad de cinco empresas del sector plástico en Bolivia la cual no permitirá sacar un promedio de rentabilidad en el gremio del plástico.

CALCULO DE INDICES UTILIDAD

Tabla # 3

utilidad	CIP	VANYPLAST	UMIPLAST	M.M	G.R
1995 - 1996	29,52%	63,55%	38,35%	30,46%	-18,09%
1996 - 1997	256,98%	-2,95%	-20,82%	43,48%	58,92%
1997 - 1998	-64,72%	47,00%	242,83%	-3,35%	7,45%
1998 - 1999	-7,47%	11,23%	-36,31%	72,50%	-41,52%
1999 - 2000 -	-43,22%	-3,28%	-26,98%	-100,00%	3,75%
2000 - 2001	325,02%	-8,27%	-46,28%	0%	-100,00%
2001 - 2002	1,18%	2,07%	-40,54%	95,15%	0%
2002 - 2003	-21,58%	3,02%	10,90%	-70,81%	-3,39%
2003 - 2004	5,29%	-0,92%	59,07%	-16,31%	65,35%

2004 - 2005	90,14%	25,53%	-10,75%	600,16%	56,18%
2005 - 2006	34,73%	-14,83%	18,56%	-71,11%	8,64%
2006 - 2007	41,97%	33,78%	-4,63%	116,71%	-1,17%
2007 - 2008	15,94%	-7,26%	-99,10%	-17,84%	-13,65%
2008 - 2009	32,65%	1,70%	88,12%	-67,24%	-31,02%
PROMEDIO TOTAL	23,18%				

Fuente: ANALISIS ESTRUCTURAL DEL SECTOR ESTRATEGICO DE PLASTICOS. (2010)

Disponible en

:<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/2204/1/52992493-2010.pdf>

EL EMPAQUE, (2013) “Participación por productos plásticos en el mundo”

Disponible en

http://www.elempaque.com/ee/secciones/EE/ES/MAIN/N/NOTICIAS3/doc_89645_HTML.html?idDocumento=89645

De tabla anteriormente presentadas se pueden analizar aspectos como la evolución que ha tenido de sus utilidades a través de los años la empresa CIP y Vaniplast, caso contrario ocurre con las utilidades de las demás empresas ya que muestran un comportamiento fluctuante entre cada año muchas veces siendo cero.

Con respecto al estudio analizado se puede evidenciar una rentabilidad en promedio del 23,18% anual (1,93% mensual) en el sector plástico en Bolivia, para nuestro proyecto apuntamos a una rentabilidad superior del 45% anual(3,75% mensual) ya que estaremos trabajando fuertemente en tres aspectos que nos hacen destacar frente a la competencia:

innovación del producto, innovación de canal distribución e innovación de necesidad

4. Análisis del Mercado

4.1 Objetivos Del Mercado

Objetivos de Mercadeo Corto plazo:

- Crear un posicionamiento y reconocimiento de la marca en los mercados establecidos como productores de artículos de cocina, bares, hogares, almacenes de cadena, tiendas de artículos para cocina esto lo lograremos a un plazo de 6 meses.
- Incentivar la demanda de vasos producidas por TRAP ICE, reconociendo los beneficios que tiene nuestros productos.

Objetivos a Mediano plazo:

- Incrementar nuestra participación en el mercado internacional en 10 puntos porcentuales para el año 2015.
- Proyectamos lograr una participación alta en ferias internacionales tales como:

K 2013: Es la feria internacional más reconocida en el mundo, la cual se celebra en Dusseldorf, Alemania. Tales como Plastic electronics conference y exhibition 2013(Dresde Alemania) Luxe pack (Mónaco) 2013, Asunpack 2013

Objetivos a largo plazo

- Para Julio del el año 2015 buscamos tener un incremento en ventas del 10% esto lo lograremos atreves de posicionar nuestro producto en grandes cadenas de supermercados, tiendas que tenga un reconocimiento en el mercado de artículos de cocina .En cuanto a publicidad trataremos de posicionar el producto como un utensilio necesario al momento de recibir un visita o de compartir con amigos y familiares.
- Buscaremos incursionar en nuevos productos innovadores para cocina y los impulsaremos igual que lo hicimos con TRAP ICE

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

- **Ficha Tecnica 1**

Nombre Producto: Vaso Plástico

Material: Polipropileno 100% virgen de alta densidad

Color: Amarillo, Azul y Rojo

Capacidad: 8, 10 y 12 onzas

Diámetro Mayor interno: 6,9 cm Mínimo

Altura: 9.0 cm Mínimo

Peso: 24.0 grs Mínimo

Embalaje: Cajas de cartón de 10 paquetes de 100 unidades embolsado con bolsas de polipropileno transparente de espesor mínimo de 45 micras

Identificación del embalaje:

Deberá indicar en una etiqueta adherida a lo siguiente:

- Nombre del fabricante y proveedor
- Nombre y número del proceso de selección
- Lote y fecha de producción
- Cantidad en unidades

- **Ficha Tecnica 2**
 - Nombre Producto: Retenedor de hielo
 - Material: Acrilico
 - Peso: 10 grs

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Nuestro mercado meta es la ciudad de Santa Cruz, epicentro de un país en desarrollo como lo es Bolivia, un país con una economía en crecimiento en los últimos años demostrando que pueden dejar de ser la última economía de Sur América.

La recopilación de información del consumo local en la producción presentó una dificultad en cuanto a los datos necesarios para este acápite. El INE carece de información actualizada para las gestiones 2008, 2009 y 2010; habiéndose obtenido datos solamente para las gestiones 2006 y 2007.

En este entendido, la fabricación de plásticos y caucho sintético tuvo un valor bruto de producción de Bs. 4,537 equivalentes a USD 56186 y un valor agregado de Bs. 438, Equivalentes a USD 63 en la gestión 2006, según datos del INE.

En la misma gestión, la fabricación de productos de plástico tuvo un valor bruto de producción de Bs. 872,401 equivalentes a USD 125,345 y un valor agregado de Bs. 285,386 equivalentes a USD 41,004.

El consumo intermedio de plásticos y caucho sintético representa el 90% del valor bruto de producción; y este consumo de productos de plástico representa el 67% del valor bruto de Producción durante la gestión 2006.

En la gestión 2007, la producción de plástico y caucho sintético se redujo totalmente llegando a valores cercanos a 0. Sin embargo, en el caso de productos de plástico, el valor bruto de producción se incrementó considerablemente a Bs. 1.103,757 equivalentes a USD 158, 586. El valor agregado de estos productos fue de Bs. 370,218 equivalentes a USD 53,192. El consumo intermedio de estos bienes fue de Bs. 733,539 equivalentes a USD 105,394 lo que representa un 66% del valor bruto de producción.

Es importante resaltar que la industria manufacturera de productos de plástico representa solamente el 3.39% del total de la industria manufacturera en Bolivia en cuanto al valor bruto de producción, durante la gestión 2006. En la gestión 2007 los productos de plástico representan el 3.65% del valor bruto de producción de la industria manufacturera en Bolivia.

En general el crecimiento de la industria manufacturera en Bolivia entre las gestiones 2006 y 2007 fue del 17% mientras que el de la industria de plásticos tuvo un crecimiento del 26.5%.

Fuente: SANTA CRUZ DE LA SIERRA (2013)

Disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Santa_Cruz_de_la_Sierra

Consumo Local

Los productos plásticos con mayor demanda en el mercado boliviano corresponden a artículos para el hogar como baldes, bañadores, escobas; productos para la construcción como tuberías y accesorios; juguetes y asientos (sillas y taburetes).

En general, no existe una línea específica de productos con mayor demanda debido a que la decisión de compra está diferenciada en función a la utilización de los productos.

Nota: Nosotros escogimos la ciudad de la santa Cruz como mercado meta ya En este contexto Santa Cruz representa alrededor del 50% de las importaciones bolivianas de estos materiales y manufacturas, seguido por La Paz cuyas

Importaciones rondan el 25% y finalmente Cochabamba donde las importaciones representan alrededor del 15% del total nacional. Estos tres departamentos representan más del 85% de las importaciones del sector plásticos, alcanzando en la gestión 2010 el 90% de estas importaciones.

4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Objetivos corto plazo

- B obtener información acerca de los hábitos de consumo del vasos con qué frecuencia lo consumen el cliente.
- Además podemos buscar información sobre la disposición del cliente a mejorar un producto ,el cual es muy tradicional como lo es el vaso, todo esto con el objetivo de mejorar y conocer qué nivel de acogida puede tener nuestro producto en el mercado

VARIABLES A TOMAR EN CUENTA

Sexo :

Estrato Socioeconómico:

Edad:

Que tan abierto al cambio se considera: 1 Poco 2 Medio 3 Mucho

Le gustan las bebidas Frías: Si - No

Que tanto consume Hielo: 1- nunca 2 - a veces 3- todo el tiempo

Con que frecuencia a tiende su visita con bebidas frías:1- nunca 2- a veces 3- todo el tiempo

Le incomoda el hielo al ingerir su bebida: SI- NO

Estaría dispuesto a pagar un valor agregado por un vaso con un dispositivo el cual le evite que el hielo se le vaya a nariz: si- no

Objetivos Mediano Plazo

- Estaremos haciendo constantemente encuestas que nos indiquen el aceptación del producto y hacer modificaciones si es necesario
- Con el aceptación del producto se irán introduciendo al mercado productos complementarios al vaso para lograr una identificación de la empresa en el mercado

Objetivos Largo Plazo

- Se estarán buscando nuevos mercados en el cono sur del continente con el fin de lograr un mayor reconocimiento
- Conquistar el mercado Nacional en todo el territorio Nacional

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

A través de los sitios web de empresas como Topytop, (de la cual contamos con cifras de producción relacionadas respecto a los hábitos y demanda del mercado boliviano), Devanlay y paginas

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/1025350155rad40F44.pdf> esto con el fin lograr conocer su capacidad de producción y el porcentaje de productos destinados tanto a la exportación como para la comercialización en el mercado local; números que nos señalan no solo el gran flujo de ventas que estas empresas tienen, sino la demanda por los productos que TRAP ICE está dispuesto a ofrecerles con todas las garantías de calidad, precio y cumplimiento.

c) Aplicación de la Medios

Se hicieron las investigaciones a través de internet, las páginas de nuestros futuros compradores o mercado meta, observando en ella el tipo de productos que elaboran tomando ideas de las necesidades que poseen, las falencias que hay en el mercado en relación a la oferta y que debemos realizar para suplirlas, las cuales pretendemos cubrir de

forma total en el largo plazo.

d) Resultados del estudio del mercado

Población Consumidora: 10.026.000

Ubicación geográfica: Es un país sin litoral marítimo situado en el centro-oeste de América del Sur, Políticamente, se constituye como un estado plurinacional, descentralizado y con autonomías. Se divide en 9 departamentos .Los productos plásticos con mayor demanda en el mercado boliviano corresponden a artículos para el hogar

Finalmente, en la gestión 2012, se incrementó la participación del sector

Alcanzando los 512 mil bolivianos (USD 62.500) equivalentes al 4.90% del total de la industria manufacturera de plásticos artículos para el hogar en esta gestión.

Determinación de la Demanda

Santa Cruz de la Sierra, Bolivia es una ciudad que cuenta en la actualidad con 2'102.998 habitantes aproximadamente, en la ciudad hay 10 distribuidoras de envases plásticos por las cuales queremos llegar inicialmente al 10% de la población (210.299)

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Santa_Cruz_de_la_Sierra

El Mercado Proveedor

Tabla # 4

Implementos de Oficina

NUMERO	ARTICULO	PROVEEDOR	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO FINAL
1	Rollos cinta sin logo 3M	EMPAQUETARURAS Y EMPAQUES	20	\$ 2.649,00	\$ 52.980
2	Caja N°2 nacional 55x42x43	INDUGEVI	1000	\$ 2.095,00	\$ 2.095.000
3	Bolsa cierre hermético 9x13 paq x 100	bolsas punto rojo	50	\$ 13.800,00	\$ 690.000
4	Rollos cinta sin logo 3M	EMPAQUETARURAS Y EMPAQUES	100	\$ 2.649,00	\$ 264.900
5	estibas 110x99 x12	MADERAS RENOBABLES	100	\$ 18.400,00	\$ 1.840.000
6	monitoreo de seguridad	ALARMAR	1	\$ 80.000,00	\$ 80.000
7	alcohol antiséptico	PAPYSER	24	\$ 2.744,00	\$ 65.856
8	algodón MK X	PAPYSER	5	\$ 1.432,00	\$ 7.160
9	curas X 100	PAPYSER	10	\$ 3.818,00	\$ 38.180

TRABAJO FINAL TRAP ICE-Plan de Negocios

10	isodine espuma	PAPYSER	2	\$ 5.870,00	\$ 11.740
11	borrador de tablero	PAPYSER	5	\$ 990,00	\$ 4.950
12	papeleras	PAPYSER	20	\$ 24.459,00	\$ 489.180
13	uñas quita ganchos	PAPYSER	8	\$ 849,00	\$ 6.792
14	bisturís pequeños	PAPYSER	8	\$ 2.454,00	\$ 19.632
15	bisturís grandes	PAPYSER	8	\$ 3.703,00	\$ 29.624
16	portaminas 0.7	PAPYSER	20	\$ 1.947,00	\$ 38.940
17	minas 0.7	PAPYSER	10	\$ 844,00	\$ 8.440
18	gasa	PAPYSER	3	\$ 2.583,00	\$ 7.749
19	reglas	PAPYSER	5	\$ 1.950,00	\$ 9.750
20	cosedoras	PAPYSER	8	\$ 12.838,00	\$ 102.704
21	grapas estándar	PAPYSER	10	\$ 1.314,00	\$ 13.140
22	perforadoras	PAPYSER	8	\$ 14.483,00	\$ 115.864
23	calculadoras	PAPYSER	8	\$ 11.990,00	\$ 95.920
24	libretas de anotaciones	PAPYSER	10	\$ 1.674,00	\$ 16.740
25	libros contables	PAPYSER	1	\$ 11.227,00	\$ 11.227
26	lápiz mirado N°2	PAPYSER	48	\$ 436,00	\$ 20.928
27	borradores de nata	PAPYSER	15	\$ 560,00	\$ 8.400
28	saca puntas	PAPYSER	20	\$ 327,00	\$ 6.540

29	Papel higiénico familia doble hoja x32 mts ref. 7025	PAPYSER	15	\$ 880,00	\$ 13.200
30	Toalla en rollo x 100 mts ref. 7361	PAPYSER	9	\$ 9.810,00	\$ 88.290
31	Papel higiénico blanco doble hoja Scott ref. 099	PAPYSER	15	\$ 985,00	\$ 14.775
32	Servilletas tipo cafetería ref. 7205	PAPYSER	10	\$ 1.148,00	\$ 11.480
33	azúcar rio paisa en cubos	PAPYSER	4	\$ 5.623,00	\$ 22.492
34	plato de tinto café de Colombia	PAPYSER	10	\$ 2.506,00	\$ 25.060
35	jabón liquido x 3800cc	PAPYSER	2	\$ 6.795,00	\$ 13.590
36	limpiones wypall x 80	PAPYSER	12	\$ 11.828,00	\$ 141.936
37	balde mediano x 10 lts	PAPYSER	2	\$ 3.936,00	\$ 7.872
38	bolsas para la basura	PAPYSER	3	\$ 1.570,00	\$ 4.710
39	lavaplatos X 1000	LOS CORALES	3	\$ 5.303,00	\$ 15.909
40	vasos desechables 9 oz TUC caja 3000 unids	LOS CORALES	3	\$ 85.860,00	\$ 257.580
41	trapeadoras	LOS CORALES	10	\$ 3.927,00	\$ 39.270

42	escobas	LOS CORALES	10	\$ 2.841,00	\$ 28.410
43	guantes domésticos	LOS CORALES	3	\$ 2.075,00	\$ 6.225
44	CAMARA FOTOGRAFICA DE 16MPX, marca Panasonic y Sony	PAPYSER	1	\$ 297.647,00	\$ 297.647
45	re manufactura de tóner	IMPRIMA	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000

ARTICULO	PROVEEDOR	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO FINAL
Impresoras	ÉXITO	1	\$ 369.100,00	\$ 369.100
Escáneres	ÉXITO	1	\$ 179.000,00	\$ 179.000,00
sillas secretariales	OFFICE DEPOT	4	\$ 79.900,00	\$316.000
Sillas ejecutivas	OFFICE DEPOT	2	\$ 219.900,00	\$439.800
Escritorios en L para ejecutivos	OFFICE DEPOT	3	\$ 530.000	\$1.060.000
Escritorios secretariales	OFFICE DEPOT	4	\$ 254.900,00	\$ 7.647.000,00
Gabinets de almacenamiento	OFFICE DEPOT	2	\$ 339.900,00	\$ 679.800.
televisor Led 40''	OFFICE DEPOT	1	\$ 1.299.900,00	\$ 1.299.900,00
Soportes para tv	OFFICE DEPOT	1	\$ 54.900,00	\$ 54.900,00
muebles sala de espera	FALABELLA	1	\$ 1.199.000,00	\$ 1.199.000,00
mesa de centro	FALABELLA	1	\$ 119.900,00	\$ 119.900,00

Fuente: Elaboración propia

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

La principal virtud que buscamos en un proveedor es que tengan un compromiso con sus

clientes, acompañados de buenos productos, excelente servicio y bajos precios. Es de vital importancia que los proveedores tengan certificados de calidad para así generar más confianza, a continuación dejamos algunos aspectos necesarios:

- * Buenos tiempos de entrega
- * Buenos tiempos de financiación
- * Garantías en sus productos
- * Servicio al cliente personalizado

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

El estudio de los diferentes proveedores se realizó a través de internet, la búsqueda fue reciente y verdadera que fuera acorde con a lo que necesitamos en cuanto a productos, garantías, reconocimiento en el mercado y como factor clave en la decisión de los precios ofrecidos por los mismos.

c) Aplicación de la Medios

La aplicación de los medios fue a través de internet, el tiempo de aplicación se dio al momento de necesitar saber cuáles iban a ser los posibles proveedores del producto final para la empresa.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Todos nuestros proveedores les propusimos un plazo de 1- 2 meses de financiamiento

EMPRESA	PROFILCO
SERVICIOS	Esta compañía nos suministra materia prima, polímeros y homopolímeros
CALIFICACION	85%
UBICACIÓN	Bogotá, Colombia
DIRECCION	Cra 10 28 49 p 27
TELEFONO	596 02 10
PAGINA WEB	www.propilco.com.co

Datos de la empresa INCAMETAL

EMPRESA	INCAMETAL
SERVICIOS	Esta compañía nos suministra materia para mayas en acero inoxidable
CALIFICACION	80%
UBICACIÓN	BELLO, ANTIOQUIA
DIRECCION	CARRE 45 32 D INT 135
TELEFONO	4500426
PAGINA WEB	www.incametal.com

4.5 El Mercado Competidor

- **4.5.1.** Competidores como tal no tenemos un competidor directo puesto que el mercado no hay una empresa dedicada hacer vaso los cuales tenga un atrapa hielos, nuestros competidores indirectos seria empresas dedicadas a la elaboración de vasos, de tales como **Industrias Estras, Fantiplas** estas son las mas representativas del mercado pero hay otras

b) El estudio de la competencia se realizó por medio de internet buscando en las páginas oficiales de dichas compañías y mirando los catálogos de precio y producto

c) la aplicación de los medios para el estudio de los competidores se hizo a través de internet, de páginas que nos suministraron información de los competidores anteriormente mencionados

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

Variables estudiadas del mercado Competidor

a) Fortalezas: Llevan bastante tiempo en el mercado y tienen ventaja en ese sentido

- Tienen un amplio portafolio de productos

Debilidades: No tienen certificados de calidad

No tienen reconocimiento a nivel internacional, solo nacional

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

El estudio de la competencia se realizó por medio de internet buscando en las páginas oficiales de dichas compañías y mirando los catálogos de precio y producto

c) Aplicación de la Medios

la aplicación de los medios para el estudio de los competidores se hizo a través de internet, de páginas que nos suministraron información de los competidores anteriormente mencionados

a) Resultados del Estudio de la Competencia

Tabla # 5

Estudio Competencia

NOMBRE	DIRECCION	PRODUCTO	PRECIO	
ECOPACK	Cra 52 D 76-67 int 1142	VASOS DE CARTON	\$ 2090 x 25 unidades de 7 onzas	
TROFORMAS S.A.	Calle 12 66 B 35	VASOS DE PLASTICO	1800 x 25 unidades de 7 onzas	
PLASTISUBA	Calle 145 A 90 A 13	VASOS DESECHABLES	1950 x 25 unidades de 7 onzas	
CIP	Dirección: Av. Arce Nro. 2342 P. 1 (Sopocachi) - La Paz, LA PAZ. Teléfono: (591-2) 2442153	ARTICULOS PARA LA COSINA	Vasos . termos , utensilios,	
VANYPLAST	Dirección: Av. 20 de Octubre Nro. 2646,	ARTICULOS PARA LA COSINA	Vasos . termos , utensilios,	
UMIPLAST	Dirección: c. Montevideo esq. Tupiza Nro. 202 - Potosí, POTOSÍ.	ARTICULOS PARA LA COSINA	Vasos . termos , utensilios,	G.R
M.M	Av. Blanco Galindo Km. 5 1/2 Lado Surtidor Saavedra Federico García Lorca No. 566	ARTICULOS PARA LA COSINA	Vasos . termos , utensilios,	

Fuente: Elaboración Propia

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

El producto se distribuirá al consumidor final por medio de bares y restaurantes tales ,además de distribuir nuestros productos a nivel internacional en cadenas de tienda para el hogar serán ,enviados a nuestros compradores de manera directa para no sacrificar mucho el margen de utilidad, transportadoras que nos brinden el servicio de recogida y entrega a los diferentes lugares ya se aéreo marítimo férreo o por carretera en donde se encuentren nuestros compradores para agilizar al máximo nuestra logística y poder dedicarnos con mayor precisión a las áreas más críticas de nuestra empresa (búsqueda de nuevos clientes y contratos)

4.6.2 Distribución a través de terceros

La variable más importante que se tuvo en cuenta fue el reconocimiento y el posicionamiento del comercializador como tal ya que son ellos los que le ofrecen el producto al consumidor final Este tipo de productos se caracterizan por ser distribuidos de manera indirecta, tanto en centros de abasto como en locales en los que existen productos similares pero no necesariamente de plástico. Estos productos son importados por personas naturales (o empresas unipersonales) quienes utilizan intermediarios para su comercialización. Es importante señalar que la demanda de los productos en este grupo responde principalmente a las vajillas de plástico tienen una importante demanda siempre y cuando se caractericen por ser desechables, especialmente para restaurantes de comida rápida o “al paso”.

4.6.3 Distribución Directa

No Aplica

4.6.4 Manejo de Inventarios

Nuestro objetivo principal es manejar un inventario rotativo que se sincronice con la demanda del mercado y así bajar nuestros costos logísticos de almacenamiento

La metodología consistirá inicialmente en la recopilación de la información histórica de las ventas a través de los centros de información de entidades gubernamentales que se encargan de recopilar esta información para estadísticas económicas tales como lo son el DANE y FENALCO.

4.6.5 Comunicación

1. El Atrapa-Hielos
2. Tenemos 3 colores distintivos como portafolio inicial Rojo, Azul y Verde
3. Trap-Ice
4. Nuestros colores distintivos son el blanco y azul los cuales dan la sensación de frescura

4.6.6 Actividades de promoción y divulgación

A través de nuestra página web, esperamos atraer la atención de los nuevos clientes, además esperamos asistir a las ferias que se realicen en nuestro país tales como la feria internacional en bogota y algunas internacionales tales como Plastic Electronic conference and exhibition (Dresde Alemania) Feria k 2013 dusseldorf Alemania : Feria internacional del plástico y caucho.

En países como Alemania, y otros países del continente Europeo, para posicionar la marca. Luego de esto pretendemos organizar entrevistas con empresas de gran magnitud tales como IMUSA, UNIVERSAL y concretar negociaciones a largo plazo.

Esperamos que para el segundo año podamos presentar pequeñas publicidades en la televisión y radio y promediamos que para el 2015 estaremos invirtiendo en publicidad alrededor unos 400 millones de pesos en vallas publicitarias Internet, radio, Tv entre otros Precios de los Productos

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

Los factores a tener en cuenta a la hora de determinar los precios de nuestros productos serán.

El costo de las maquinas que producirán los artículos.

La variación del costo en las materias primas necesarias para su fabricación.

Los costos indirectos de fabricación (administrativa)

Los tiempos de producción requeridos por cada producto.

La cantidad de empleados que se necesitan por producto.

Tabla # 6

Nombre: Estimado de Ventas y Costo del Producto

ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO

Ingrese el Nombre del Producto:

Ventas Estimadas por Mes (Docenas)

Altas (optimista)	15000	Unidad de Medida	docenas
Medias (medio)	12000	Precio Unitario Venta	\$ 15.009
Bajas (pesimista)	8000	Consolidado (Medio)	11667

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por
EXW	8.095	500	DOCENA	\$ 8.094,620
Transporte nacional	210	500	DOCENA	\$ 0,420
Comisión aduanera	340	500	DOCENA	\$ 0,680
Exportación	40	500	DOCENA	\$ 0,080
Certificado de Origen	140	500	DOCENA	\$ 0,280
Gastos Fijos	140	500	DOCENA	\$ 0,280
AGENTE CARRIER	152	500	DOCENA	\$ 0,304
DUE CARRIER	95	500	DOCENA	\$ 0,190
Flete internacional	1900	500	DOCENA	\$ 3,800
Seguro internacional	86	500	DOCENA	\$ 0,172
gastos nacionalizacion (8% cif)	179	500	DOCENA	\$ 0,357
Manipulacion en destino	304	500	DOCENA	\$ 0,608
transporte en destino	456	500	DOCENA	\$ 0,912
seguro en destino	410,4	500	DOCENA	\$ 0,821
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 8.103,52

Fuente: Elaboración Propia

4.6.8 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Tabla # 7

Nombre: Costos Unitarios del componentes del producto

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Polietileno Alta Densidad	\$ 1.556,94	1,00	docena	\$ 1.556,94
Polietilenterefilato	\$ 1.068,75	1,00	docena	\$ 1.068,75
Politerefilato de etileno	\$ 937,33	1,00	docena	\$ 937,33
Policloruro de vinilo	\$ 978,50	1,00	docena	\$ 978,50
Polipropileno	\$ 712,50	1,00	docena	\$ 712,50
empaque de carton	\$ 240,00	1,00	docena	\$ 240,00
caja de carton	\$ 200,00	1,00	docena	\$ 200,00
Mallas acero	\$ 2.400,00	1,00	docena	\$ 2.400,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 8.094,02

Fuente: Elaboracion Propia

4.6.9 Los Precios de los Productos propuestos

El precio propuesto para la comercialización de Los vasos será 15000 pesos por docena, cubriendo con esto, los costos, gastos, descuentos y dejando el margen de utilidad esperado del $(15000-8094,02)= 6905,98$

4.6.10 Política de Precios

La compañía maneja políticas de descuentos de la siguiente manera:

- Precios 30% de descuento a nuestros distribuidores mayoristas
- Pago financiación a los clientes a 1 mes
- 20 % de descuentos a nuestros colaboradores (empleados)

La compañía maneja políticas de descuentos de la siguiente manera:

- 5% de descuentos por compras entre las 100 y 199 docenas
- 10% de descuento por compras entre las 200 y 499 docenas
- 15% de descuento por compras entre las 500 y 1000 docenas
- 20% de descuento por compras de 1001 docenas en adelante
- Costos asociados a las Actividades de Comercialización

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Tabla # 8

Fuente: Elaboración Propia

CARGO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
JEFE DE VENTAS	1	1'500.000
VENDEDOR	5	700.000
CATALOGOS DE VENTA	10	100.000
UNIFORMES	5	200.000
TARJETAS PRESENTACION	1000	250.000

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

La fluctuación del precio del dólar esto sería un amenaza para nuestras exportaciones ya que en caso de una devaluación nuestras utilidades se verían amenazadas.

Causa de las disputas que se viven constantemente en el medio oriente los precios del barril del petróleo son más volátiles, De este modo podría desencadenar escases o costo excesivo del crudo, generando que las materias primas necesarias para la producción de manufacturas plásticas eleven su precio en el mercado y su adquisición sea más limitada

Otro de los riesgos que se pueden identificar es el paro nacional que está viviendo nuestro país, porque la tabla de fletes aumenta sus precios debido al costo de la gasolina en el país,.

La inseguridad que sufre nuestro país con los grupos al margen de la ley paramilitares Güerillas, BACRINES,

Otro factor a tener en cuenta es la poca mano de obra especializada en el mantenimiento de maquinaria de plásticos, la escases de repuestos estos seria un sobre costo para nosotros ya que tendríamos que solicitar personal capacitado del exterior y repuestos del exterior para el mantenimiento de nuestras maquinas.

4.10 Plan de ventas

Se determina que durante el primer año de la empresa se estarán vendiendo 20000 docenas entre mercado local y el mercado internacional en promedio por mes y anuales de 240.000 docenas

Tendríamos un crecimiento anual de 10% por lo que en el segundo año se estarían incrementando a 264.000anuales.

ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)



5.1 Objetivos de producción

Corto Plazo

- Cumplir con los tiempos de entrega una vez nos hagan el pedido
- Disminuir los defectos en producción para que así no hayan devoluciones por parte de los clientes.

Mediano Plazo

- Aprovechar al máximo los picos altos en ventas para que en los picos bajos no nos afecten demasiado las finanzas
- Estar siempre activo en el mercado buscando nuevos proveedores que mejoren los tiempos de entrega y producción

Largo Plazo

- Fidelizarnos con un solo proveedor para obtener un mayor poder de negociación
- Ampliar las instalaciones con el fin de contratar personas mejor capacitadas a medida que vaya creciendo la empresa

5.2 Descripción del proceso de producción

Tabla # 9

Fuente: Elaboración Propia

Pasos	Descripción	RECURSOS
Inyeccion	Se inyecta en un molde con la forma del vaso	Maquinaria
Enfriamiento	Se retira del molde para que se enfríe y quede solido	Maquinaria
Empaque	Posteriormente se agrupan en paquetes de 12 en bolsas pasticas de polipropileno	Maquinaria
Almacenamiento	Se hace un conteo de lo producido para su almacenamiento	Bodega
Distribución	Contactar y concretar citas de venta	Proveedores
Vender	Se realizan las órdenes de venta	Personal

5.3 Capacidad de producción

La empresa está en la capacidad de producir al mes 20.000 unidades, de las cuales siempre se dejara en stock el 30% para el inventario y tener un colchón para futuros pedidos

5.4 Plan de Producción

Producción mensual por producto

PRODUCTO	PRODUCCION X MES
Vasos	12.000

Nuestra meta es poder estar vendiendo 20000 al mercado boliviano esto lo lograremos abastecer, duplicando turnos a nuestros trabajadores, optimizando procesos y dándole una buena gestión a la área de producción.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

- La empresa solo tiene una locaL, la cual es la planta de producción y oficinas al mismo tiempo de la cual se paga un arriendo mensual de 1'800.000 pesos

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla # 10

Fuente: Elaboración Propia

Bien	Descripción	Precio
Maquina Inyectadora	Se usa para inyectar el plástico en un molde	36'000.000
Maquina Selladora	Se usa para sellar los vasos por unidades	310.000



regístrate para publicar anuncios gratis

Me gusta 0

\$ 36.000.000

Artículo usado - Bogotá D.C. (Bogotá)

Pago a acordar con el vendedor.

Envío a acordar con el vendedor.



Comprar



- Máquina de moldeo por inyección de plástico, con fuerza de cierre de molde que oscila entre 500 y 12000 KN
- Tecnología CAD y CAM para optimizar el diseño y la alta precisión de máquinas automáticas, alta eficiencia y ahorro de energía.

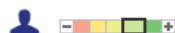


\$ 310.000

Artículo nuevo - Antioquia (Medellín)

Pago a acordar con el vendedor. [Más información.](#)

Envío a acordar con el vendedor. [Ver costos de envío.](#)



Comprar



- Modelo ZP300T

- Impulsada por pedal
- Control de temperatura del alambre del sellado
- Consumo de 500 W
- Peso de maquina 9,5 Kgs

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Tabla # 11

Fuente: Elaboración Propia

Insumo	Proveedor	Precio
Polietileno Alta Densidad	GoodFellow	USD 295 / 10 Laminas
Polietilentereflato	Quiminet	USD 450 1 Tonelada Metrica
Politereflato de etileno	GoodFellow	USD 296 / 20 piezas
Policloruro de vinilo	Quiminet	USD 206 / 500 gramos
Polipropileno	Quiminet	USD 150 / 90 Litros

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Tabla # 12

Fuente: Elaboración Propia

Producto	Descripción	Proveedor	Precio x Mes
Servicios Publicos	Son todos los servicios necesarios para la producción	EPM y UNE	3'350.000

Mensajería	Este servicio se tercerizara cada vez que sea necesario	URBANOS MENSAJERIA LTDA	6000 por vuelta
Mantenimiento	Se utilizara este servicio cada 3 meses	ELECTRO DIESEL SERVICE	500.000 por servicio

5.5.5 Requerimientos de personal.

Tabla # 13

Fuente: Elaboración Propia

CARGO	CANTIDAD	COSTO	ESPECIFICACIÓN
Asesor comercial	5 vendedores	9.111.330	Las vendedoras se encargaran de hacer toda la comercialización del producto. Persona entre 20-25 años de edad con estudios realizados de mercadeo y ventas.
Resepionista	1 secretaria	\$977.834	La secretaria es la encargada de redactar memorandos, informes manejar la base de datos, recibir llamadas etc. Persona entre 25-30 años en adelante con estudios de secretariado ejecutivo.
aseo	1 empleado	977834 auxilio de tte: 70.500 prestaciones: 141.167.50 aportes: 120.847.50 parafiscal: 53.055	Va hacer la encargada del aseo general del establecimiento.

5.6

Tabla # 14

Programa de producción

Fuente: Elaboración Propia

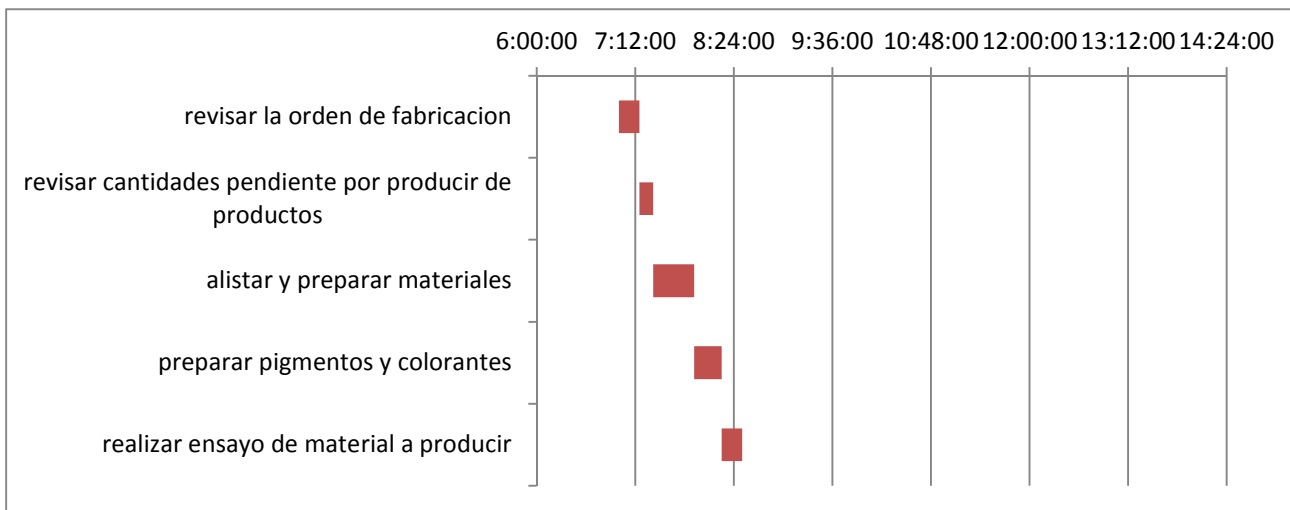


Tabla # 15

Funciones de operarios en horario laboral

Fuente: Elaboración Propia

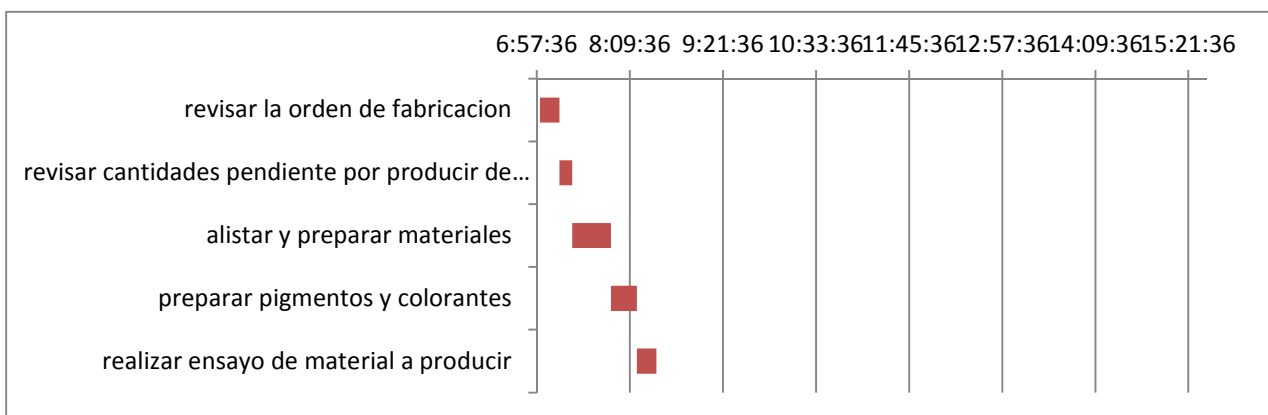


Tabla # 16
Funciones de montador de moldes en jornada laboral

Fuente: Elaboración Propia

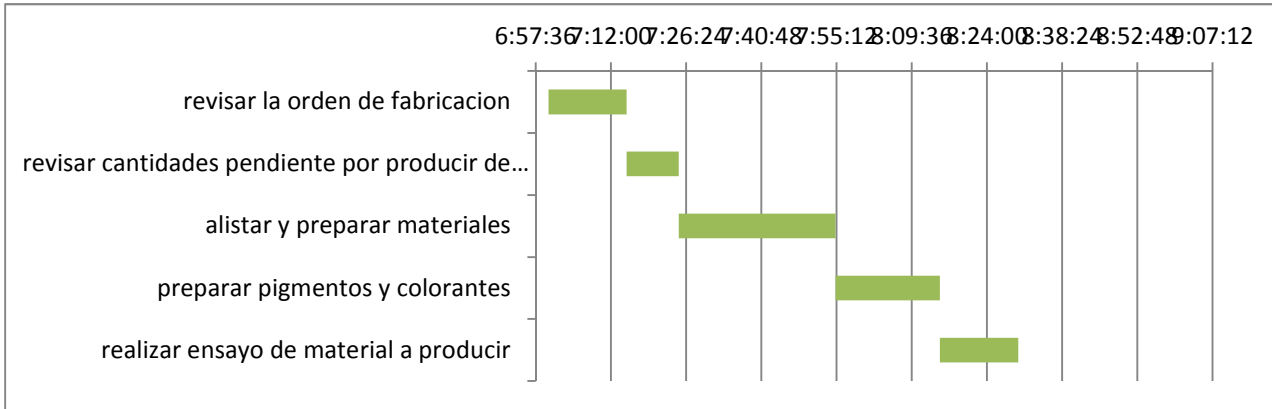
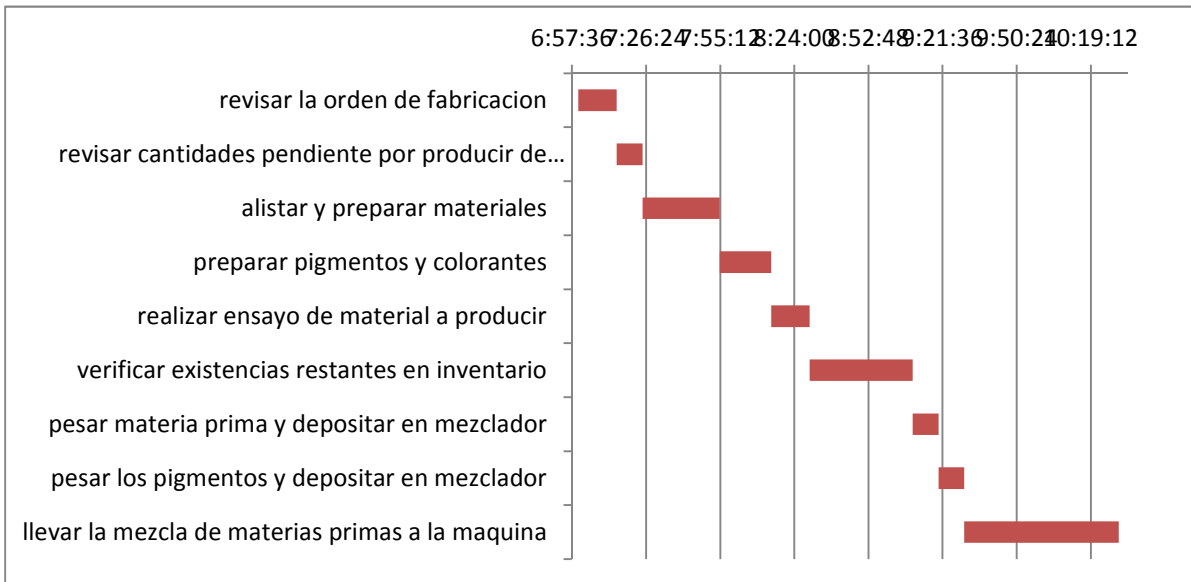


Tabla # 17
Funciones de pigmentado en jornada laboral

Fuente: Elaboración Propia



5. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Funciones del gerente general.

- Dirigir y coordinar el desarrollo eficiente de las actividades administrativas buscando el cumplimiento de las políticas de la junta directiva y asociados.
- Supervisar y crear normas que ayuden al buen desempeño de las áreas funcionales.
- Presentar planes de mejora a través de reuniones periódicas en donde se analicen los puntos críticos y positivos que se evidencian hasta ese momento.
- Generar planes de desarrollo de corto, mediano y largo plazo; los cuales deben ser alcanzables teniendo en cuenta la exigencia que pretende cumplir.
- Representar a la empresa como persona jurídica y autorizar con su firma las acciones y contratos a que esta tenga lugar.
- Velar por la correcta recaudación e inversión de los recursos de la compañía y sus asociados.
- Adoptar los reglamentos, manuales de funciones, crear normas y procedimientos necesarios para el buen cumplimiento de las actividades.
- Ordenar los gastos, reconocer y disponer los pagos a cargo de la empresa.
- Delegar las funciones que considere necesarias a sus sub alternos.

Funciones del contador.

- Consignar la información económica en los libros contables.
- Establecer normas y parámetros para generar un buen manejo de los libros de contabilidad
- Determinar los estados financieros y analizarlos.
- Realizar y certificar las planillas para el pago de impuestos
- Aplicar los beneficios que se adquieren en la compañía y reportar las utilidades
- Elaborar reportes relacionados con los movimientos de dinero para proceder con la toma de decisiones.

Funciones de gestión humana.

- Liderar el grupo de personas que se encuentren bajo su responsabilidad.
- Transmitir información consistente, lo que dice debe estar acorde a lo que hace.
- Mantener el personal al tanto de las actividades a realizar en relación al manual de funciones.
- Velar porque los empleados cumplan con los horarios y medidas de seguridad estipuladas por la compañía.
- Reportar o realizar seguimiento a las personas que se encuentren en incapacidad.
- Sancionar a las personas que incumplan con la normatividad.
- Velar por que las condiciones de trabajo de los empleados sean óptimas.

Funciones de publicidad

- Diseñar e innovar con propuestas de diversos artículos.
- Efectuar cambios de mejoras a los productos para brindar una satisfacción
- Diseñar productos de acuerdo a las necesidades y características solicitadas por el cliente
- Modelar las propuestas existentes para la muestra al cliente.
- Realización de una presentación gráfica entre texto e imágenes para facilitar el entendimiento de las características realizadas, entre estas sus dimensiones, funciones, ventajas.
- Cuando una propuesta es aceptada, se procede a generar los planos del artículo para determinar los aspectos técnicos del producto.
- Se procede a enviar la información respectiva para la fabricación del molde y las condiciones de negociación.

Funciones de jefe de compras

- Estar al tanto de las necesidades que tienen los clientes internos de la compañía.
- Recepcionar las órdenes de compra de las áreas o clientes internos, y efectuar la compra de los materiales solicitados, cumpliendo los tiempos de entrega establecidos.
- Informar sobre los posibles retrasos de los materiales en proceso de compra con anticipación, para evitar el incumplimiento de tiempos de entrega.
- Mantener los niveles de inventarios en un nivel adecuado, evitando al máximo la inexistencia de materias primas en bodega.
- Al momento de llegada de la mercancía, comunicarle al solicitante su arribo, para su recepción, estado del insumo de igual forma si cumple o no con las necesidades existentes.
- Recepcionar las facturas de venta, verificar las cantidades y el precio que en estas se incluyan, evitando fraudes y sobre costos.
- Estipular convenios de precio, tiempo de entrega y formas de pago con proveedores.
- Mantener actualizada la base de datos de los proveedores de la compañía.
- Mantener una base de datos de los artículos más consumidos por la compañía y sus precios de venta.
- Diligenciar los documentos y trámites necesarios.

Funciones de ventas

- Buscar nuevos mercados objetivos.
- Incrementar las ventas a través de convenios, aumentando la cantidad de los productos solicitados por los clientes.
- Recepcionar las órdenes de compra del cliente y realizar el registro de dicha solicitud.
- Verificar la cantidad de unidades disponibles.
- Generar órdenes de fabricación en caso de tener un bajo margen de existencias de productos terminados.
- Estar al tanto del tiempo de producción de los artículos.
- Realizar el costeo de los productos periódicamente.
- Realizar los documentos y trámites a que den lugar los procesos de exportación de los bienes.
- Velar por el cumplimiento de las entregas a los clientes.

Área de producción

- Medición del trabajo (distribución de los operarios)
- Distribución de los horarios
- creación de los métodos de trabajo
- Análisis y control defabricación o manufactura.
- Planeación y distribución de instalaciones.
- Higiene y seguridad industrial.
- Reportar los tiempos y cantidades producidas al área de ventas.
- Controlar los niveles de inventario de materia prima.
- Controlar los niveles de producto terminado en la bodega.
- Optimizar los niveles de producción.
- Minimizar los desperdicios de producción.

Jefe de calidad

- Establecer los parámetros de la gestión de calidad.
- Asegurar el cumplimiento estricto de la gestión de calidad.
- Efectuar informes a la gerencia de sobre el desempeño de la gestión de calidad.
- Asegurar el buen estado de los artículos producidos.
- Controlar la calidad del empaque de los artículos elaborados.
- Verificar los certificados de análisis que se le llevan a las materias primas.
- Realizar pruebas parciales de resistencia, color y forma de los productos.
- Cerciorarse que los productos tengan cumplan con los parámetros fijados.
- Reportar el uso inapropiado de los accesorios de seguridad industrial.

6.1.2 Procesos administrativos

Tabla # 18

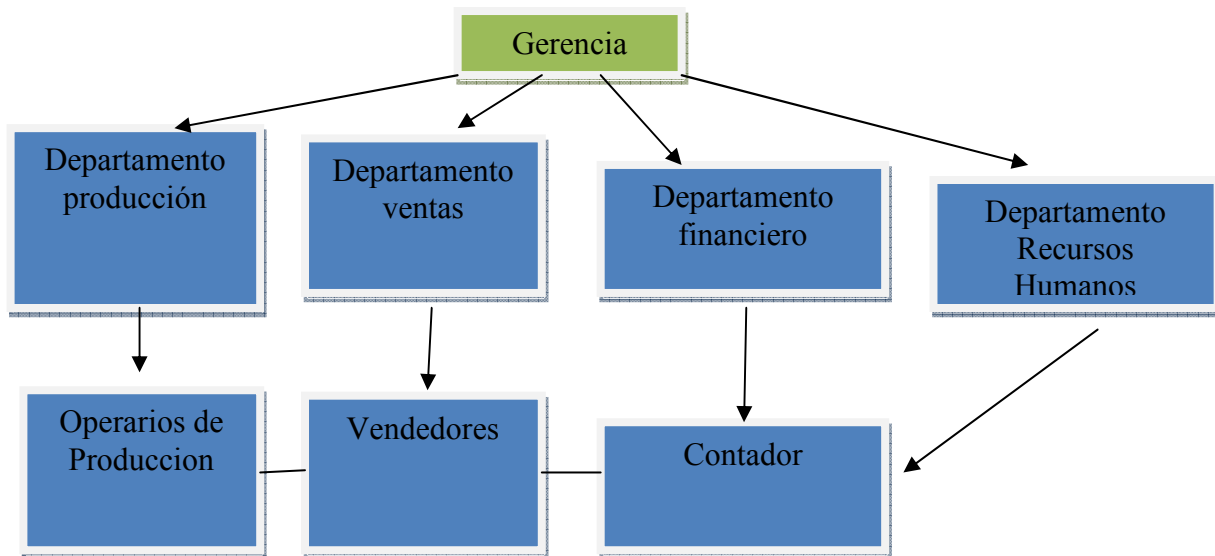
Proceso Administrativo

Fuente: Elaboración Propia

Proceso	Proveedor	Dirección	Pagina web	Teléfono	Costo
Contabilidad	PRICEWATERHOUSECOOPERS	Cl 7 Sur 42-70 , Trr 2-, P-11 Colombia, Medellín	www.pwc.com/co/es/outsource	3254320	2200.000
Aspectos legales y contractuales	Enclave abogados	Av 74# 39 -25 Edificio caquivacoa barrio laureles	www.enclaveabogados.com	4113894	20% comisión

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Área Financiera

Planear y coordinar estratégicamente los bienes y servicios para que las demás áreas y actividades funcionen adecuadamente según los recursos disponibles en el momento de la operación.

El área financiera tendrá entre sus funciones realizar los registros contables y los estados financieros referentes a los recursos económicos que posea la empresa, realizar la clasificación y de distribuir de manera eficaz y oportuna el pago de todo el personal que labora en la empresa, administrar todos los recursos que obtenga la empresa por concepto de ventas, velar por la confiabilidad y consistencia de la administración financiera, realizar el pago oportuno a los proveedores y realizar, diseñar y analizar los indicadores de desempeño de cada área en la empresa.

Área de ventas.

La función que cumple el área de ventas de TRAP ICE, será la de planear, verificar, ejecutar y controlar las actividades de este campo, en las cuales incluye la buena relación con los clientes y que durante el desarrollo de los planes de venta, evitar al máximo las sorpresas que puedan surgir en este proceso. El jefe de ventas tendrá la responsabilidad primordial de dirigir la fuerza de ventas y en algunos casos ejecutar él mismo esta función, en las que se incluyen:

- Elaborar pronósticos de ventas.
- Establecer los precios de los productos.
- Realizar la promoción y publicidad de los mismos, estableciendo buenas relaciones con los clientes.

- d. Llevar controles adecuados de los productos, así como analizar el proceso de ventas.
- e. Mantener estrecha relación con el departamento de créditos para evitar vender a clientes morosos.

Área de producción.

El área de producción puede considerarse como el alma misma de la empresa, por lo cual que del adecuado rendimiento de esta depende el éxito o fracaso del ente productivo.

El área de producción será la encargada de solicitar y controlar el material o insumo disponible para la transformación para la generación del producto final, se determinan las secuencias de las operaciones productivas, los métodos operacionales en cada uno de los procesos del área, la asignación de los tiempos que tomará realizar cada uno de los mismos, la distribución y control del trabajo a cada uno de los operarios involucrados en el proceso,

Gerencia.

En el área de gerencia de TRAP ICE, se llevarán a cabo las funciones diligenciales de la empresa. Tales como la dirección, coordinación y supervisión de las normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la compañía, cumpliendo con las políticas adoptadas por la cabeza de la organización que es la junta directiva, además de presentar ante ella, proyectos de presupuestos y de gasto generados en la empresa, presentar planes de desarrollo a corto, mediano y a largo plazo, representar a la empresa como persona jurídica y autorizar con su firma los actos y contratos en que tenga que intervenir, velar por la correcta recaudación e inversión de los recursos, delegar funciones que considere necesarias de conformidad con las normas vigentes, nombrar y remover a los empleados de la empresa y presentar ante la junta directiva informes de gestión anual acerca de su desempeño y el de la empresa.

Área de recursos humanos.

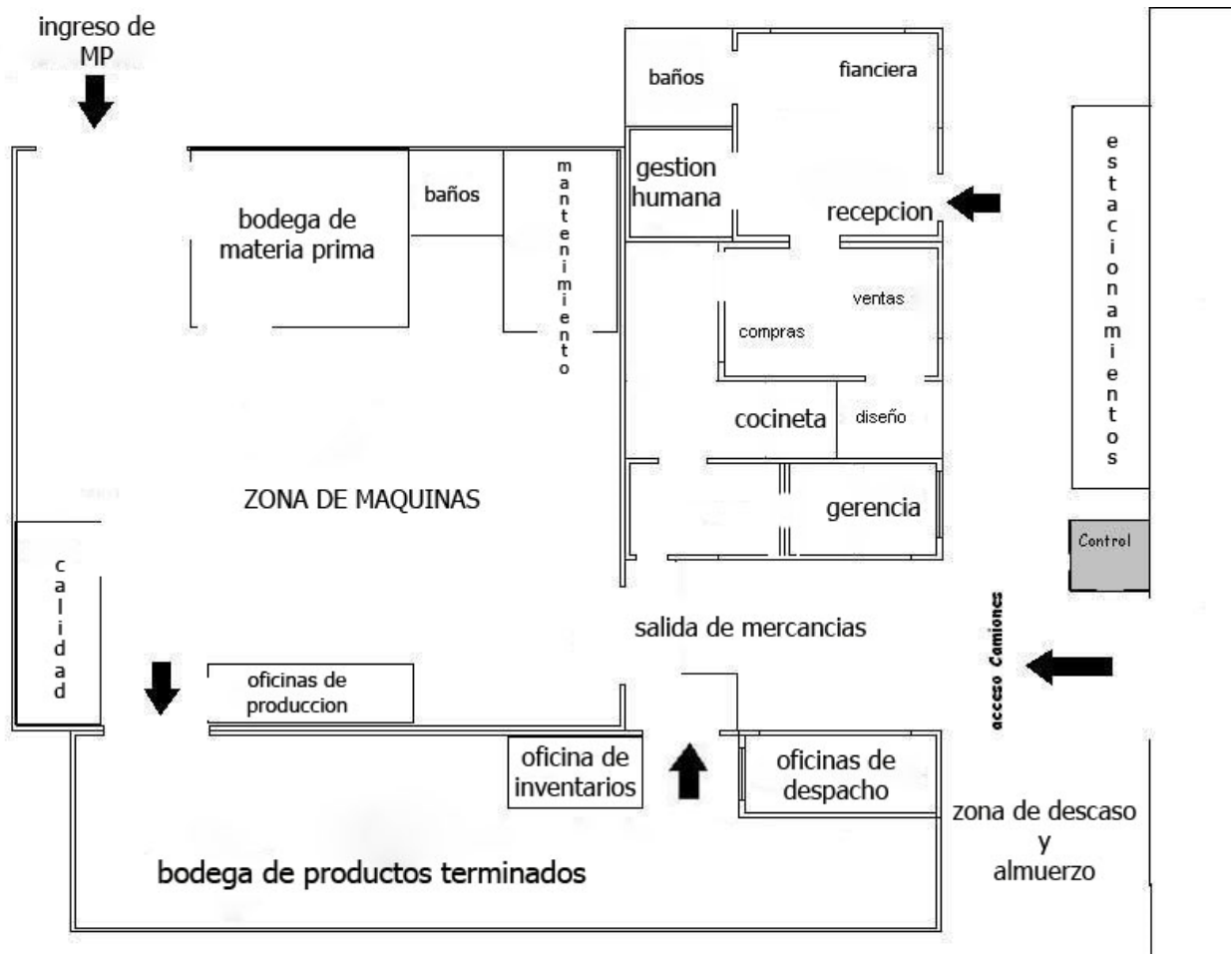
Las funciones que cumple esta área esta direccionada enteramente al capital humano presente en la empresa, las cuales incluye emplear a las personas idóneas para cada cargo requerido, es decir, que cumpla con el perfil que se necesita; evitar la rotación no deseada de personal; tratar que el personal cumpla sus funciones productivas de manera amena, velando por el bienestar del sujeto involucrado en el proceso y evitando que estos mismos pierdan su compromiso con la causa; evitar que personas que no estén capacitadas para un cargo, tomen posesión de él; encontrar la persona adecuada para reemplazar a otra dentro de las propias filas de la empresa.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

El área necesaria para llevar a cabo las funciones administrativas de la compañía será de aproximadamente 750 mt² La instalación será alquiladas se pagara de arriendo un estimado de 8.000.000 de pesos mensuales con visión a expandir el negocio

Insalaciones de TRAP ICE



6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Tabla # 19

Fuente: Elaboración Propia

N°	ARTICULO	PROVEEDOR	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO FINAL
1	computadores portátiles	JUMBO	2	\$ 819.900,00	\$ 1.639.800,00
2	computadores de escritorio	JUMBO	5	\$ 829.000,00	\$ 4.145.000
3	Impresoras	JUMBO	6	\$ 369.100,00	\$ 2.214.600,00
4	Escáneres	JUMBO	1	\$ 179.000,00	\$ 179.000,00
5	sillas	HOME CENTER	10	\$ 79.900,00	\$ 799.000
6	Escritorios en L para ejecutivos	HOME CENTER	5	\$ 80.000	\$ 450.000
7	Escritorios	HOME CENTER	10	\$ 254.900,00	\$ 2.549.000
8	Modulares (gabinetes)	HOME CENTER	10	\$ 249.900,00	\$ 2.499.000
9	Gabinetes de almacenamiento	HOME CENTER	5	\$ 339.900,00	\$ 1.699.500
10	televisor Led 40''	HOME CENTER	1	\$ 1.299.900,00	\$ 1.299.900,00
11	Soportes para tv	HOME CENTER	1	\$ 54.900,00	\$ 109.800,00
12	muebles sala de espera	FALABELLA	1	\$ 1.199.000,00	\$ 1.199.000,00
13	mesa de centro	FALABELLA	1	\$ 119.900,00	\$ 119.900,00
14	archiveros dobles	OFFICE DEPOT	5	\$ 429.900,00	\$ 2.149.500
15	papeleras	PAPYSER	10	\$ 24.459,00	\$ 24.459

6.3.2 Requerimientos de materiales de oficina.

Tabla # 20

Fuente: Elaboración Propia

Nº	ARTICULO	PROVEEDOR	CANT	PRECIO UNITARIO	PRECIO FINAL
1	carpetas AZ	PAPYSER	50	\$ 2.983,00	\$ 149.150,00
2	uñas quita ganchos	PAPYSER	30	\$ 849,00	\$ 25.470,00
3	portaminas 0.7	PAPYSER	20	\$ 1.947,00	\$ 38.940,00
4	minas 0.7	PAPYSER	10	\$ 844,00	\$ 8.440,00
5	chiches	PAPYSER	10	\$ 397,00	\$ 3.970,00
6	reglas	PAPYSER	5	\$ 1.950,00	\$ 9.750,00
7	cosedoras	PAPYSER	25	\$ 12.838,00	\$ 320.950,00
8	humedecedores	PAPYSER	2	\$ 3.052,00	\$ 6.104,00
9	grapap estándar	PAPYSER	10	\$ 1.314,00	\$ 13.140,00
10	perforadoras	PAPYSER	25	\$ 14.483,00	\$ 362.075,00
11	calculadoras	PAPYSER	20	\$ 11.990,00	\$ 239.800,00
12	libretas de anotaciones	PAPYSER	10	\$ 1.674,00	\$ 16.740,00
13	libros contables	PAPYSER	1	\$ 11.227,00	\$ 11.227,00
14	bolsillos para laminar	PAPYSER	200	\$ 340,00	\$ 68.000,00
15	lápiz mirado N°2	PAPYSER	15	\$ 436,00	\$ 6.540,00
16	borradores de nata	PAPYSER	15	\$ 560,00	\$ 8.400,00
17	saca puntas	PAPYSER	5	\$ 327,00	\$ 1.635,00
18	Gancho Legajador	PAPYSER	5	\$ 1.666,00	\$ 8.330,00

19	carpetas café tamaño carta	PAPYSER	50	\$ 139,00	\$ 6.950,00
20	Bolígrafo (lapiceros)	PAPYSER	50	\$ 508,00	\$ 25.400,00
21	Resma de papel	LOS CORALES	20	\$ 22.000,00	\$ 440.000,00
22	tablas de apoyo	LOS CORALES	5	6730	\$ 33.650,00
23	Clips	LOS CORALES	10	370	\$ 3.700,00
24	cuadernos argollados	LOS CORALES	3	\$ 10.500,00	\$ 31.500,00
25	tinta para sellos	LOS CORALES	5	\$ 8.113,00	\$ 40.565,00
26	marcadores borrables	LOS CORALES	7	\$ 1.435,00	\$ 10.045,00
27	Marcador SHARPIE	LOS CORALES	17	\$ 1.000,00	\$ 17.000,00
28	Resaltadores	LOS CORALES	25	\$ 901,00	\$ 22.525,00
29	tablero 80cm X 120cm	LOS CORALES	5	\$ 65.800,00	\$ 329.000,00
30	CAMARA FOTOGRAFICA DE 16MPX, marca Panasonic y Sony	PAPYSER	1	\$ 297.647,00	\$ 297.647,00
31	SELLO DE 4,5 CM X 2.5CM de madera	LITOGRAFIA DOBLE A	4	\$ 8.000,00	\$ 32.000,00
32	SELLO FECHERO 6X2.5	LITOGRAFIA DOBLE A	3	\$ 27.000,00	\$ 81.000,00
33	tablero de corcho 60 x 90	LOS CORALES	6	\$ 35.057,00	\$ 210.342,00

34	re manufactura de tóner	IMPRIMA	3	\$ 50.000,00	\$ 150.000,00
----	-------------------------	---------	---	--------------	---------------

6.3.4. Requerimientos de servicios.

Tabla # 21

Fuente: Elaboración Propia

ARTICULO	CANTIDAD	VALOR TOTAL (\$)	PROVEEDOR
Cámaras de vigilancia	1	80.000.	ALARMAR
Servicios públicos Agua Electricidad Telefonía Internet	1	1.059.459 45.000.000 803.419 150.000	UNE Y EPM
Publicación páginas amarillas	1	250.000	CARVAJAL INFORMACION
Transporte de mercancía y mensajería	N/A	5000/15000 documentos y facturas 25000/35000 mercancía	COORDINADORA ENVIA SERVIENTREGA
Combustible	1 galón	8500	TEXACO

6.3.3 Requerimientos de personal

Jefe administrativo y financiero. (areas finanzas)

Perfil: contador público con perfil gerencia y con orientación internacional, enfocado hacia las nuevas tendencias de la profesión, sólida formación en competencias y habilidades necesarias para enfrentar los retos de un mundo globalizado en el enfoque de los negocios, teniendo en cuenta las particularidades región y país.

Capacitación: duración de una semana de adaptación a las funciones, actividades y productos que se realiza en el ente.

Salario integral de jefe administrativo y financiero

Tabla #22

Fuente: Elaboración Propia

costos asociados al empleado	
Cargo	Jefe administrativo y financiero.
salario bruto	4.000.000
aportes a la salud	160.000
aportes pensionales	160.000
Auxilio de transporte	-
total ingresos	4.000.000
fondo de solidaridad pensional	40.000
retención en la fuente	57.000
total deducciones	417.000
total neto	3.583.000

costos asociados a la empresa	
Cargo	Jefe administrativo y financiero.
salario bruto	4.000.000
Prima de servicios	333.333
cesantías	333.333
intereses de cesantías	40.000
vacaciones	166.667
Total prestaciones sociales	873.333
salud	340.000
pensión	480.000
riesgos profesionales	20.888
total seguridad social	840.888
aportes parafiscales	630.000
total apropiaciones	2.074.221

Gerente (Área gerencia)

Perfil: profesional que esté acorde a las características de los actuales escenarios mundiales que se caracterizan por actividades comerciales dinámicas, proactivas, nuevos productos, con rasgos de poseer espíritu de competitividad agresiva y leal, capacitado para generar planes estratégicos que garanticen no solo satisfacer las necesidades que los consumidores exigen, sino conquistar y permanecer en los mercados tomando siempre en consideración las nuevas herramientas y los conocimientos administrativos que se generan en un mundo cada vez más cambiante.

Capacitación: duración de un mes para estar al tanto de los procesos administrativos deseados por accionistas y poder comenzar a realizar acciones o cambios que sean pertinentes para el mejoramiento empresarial.

Salario integral de gerente

Tabla # 23

Fuente: Elaboración Propia

costos asociados al empleado	
Cargo	Gerente
salario bruto	7.000.000
aportes a la salud	280.000
aportes pensionales	280.000
Auxilio de transporte	-
total ingresos	7.000.000
fondo de solidaridad pensional	70.000
retención en la fuente	538.000
total deducciones	560.000
total neto	6.440.000

costos asociados a la empresa	
cargo	Gerente
salario bruto	\$ 7.000.000
Prima de servicios	583.333
cesantías	583.333
intereses de cesantías	70.000
vacaciones	291.667
Total prestaciones sociales	1.528.333
salud	595.000
pensión	840.000

riesgos profesionales	36.554
total seguridad social	1.471.554
aportes parafiscales	630.000
total apropiaciones	3.629.887

Jefe de ventas (Area ventas)

Perfil: profesional en negocios internacionales con capacidad de toma de decisiones, liderazgo y capacidad de respuesta, acostumbrado al trabajo bajo presión, enfocado al cumplimiento de objetivos. Capaz de generar planes estratégicos de funcionamiento organizacional.

Capacitación: duración de un mes para la adaptación y relación con los clientes y las actividades comerciales que se realizan con los mismos.

Salario integral de jefe de ventas.

Tabla #24

Fuente: Elaboración Propia

costos asociados al empleado	
Cargo	jefe de ventas
salario bruto	2.000.000
aportes a la salud	80.000
aportes pensionales	80.000
fondo solidaridad pensional	20000
Auxilio de transporte	0
total ingresos	2.000.000
total deducciones	160.000
total neto	1.730.000

costos asociados a la empresa	
Cargo	Jefe de ventas
salario bruto	2.000.000
Prima de servicios	166667
cesantías	166667
intereses de cesantías	20000
vacaciones	83,33
Total prestaciones sociales	436,666
salud	170000
pensión	240000
riesgos profesionales	10,44

total seguridad social	420.444
aportes parafiscales	180.000
total apropiaciones	1.037.111

Asesor comercial (Área ventas)

Perfil: tecnólogo , en cualquier área comercial , experiencia mínima 6 meses desempeñándose en el área comercial internacional responsable, astuto y perspicaz capaz de hacer seguimiento a los acuerdos comerciales de la nación, seguir los planes de servicio suscritos con nuestros clientes, realizar negociaciones y contactar e interactuar con los clientes. Con espíritu creativo para impulsar las ventas siguiendo las políticas y estrategias de nuestra empresa.

Capacitación: duración de un mes para la adaptación a los procesos de venta que realiza la empresa y sus clientes.

Salario integral Asesor comercial.

Tabla #25

Fuente: Elaboración Propia

costos asociados al empleado	
Cargo	Asesor ventas
salario bruto	1.200.000
aportes a la salud	48.000
aportes pensionales	48.000
Auxilio de transporte	0
total ingresos	1.200.000
total deducciones	96.000
total neto	1.104.000

costos asociados al empleado	
Cargo	Auxiliar de ventas
salario bruto	\$ 1.200.000
Prima de servicios	100.000
Cesantías	100.000
intereses de cesantías	12.000
Vacaciones	50.000
Total prestaciones sociales	262.000
Salud	102.000
Pensión	144.000
riesgos profesionales	6.266
total seguridad social	252.266

aportes parafiscales	108.000
total apropiaciones	622.266

Jefe de compras (Área compras o abastecimiento)

Perfil: profesional en negocios internacionales capaz de programar, coordinar, ejecutar y controlar la adquisición de materiales e insumos que necesita la empresa para llevar a cabo la actividad productiva de manera óptima, velando por que dichas adquisiciones se realicen en el momento justo, en cantidades necesarias con la calidad adecuada y el precio más conveniente.

Capacitación: periodo de un mes para adquirir conocimientos sobre los proveedores y sus productos, entablado relaciones para que el proceso de compra se realice de manera ágil y oportuna

Salario integral de jefe de compras.

Tabla # 26

Fuente: Elaboración Propia

costos asociados al empleado	
Cargo	jefe de compras
salario bruto	2.000.000
aportes a la salud	80000
aportes pensionales	80000
fondo solidaridad pensional	20.000
Auxilio de transporte	0
total ingresos	2.000.000
total deducciones	160000
total neto	1.730.000

costos asociados a la empresa	
Cargo	Jefe de compras
salario bruto	2.000.000
Prima de servicios	166667
cesantías	166667
intereses de cesantías	20.000
vacaciones	83.33
Total prestaciones sociales	436.667
salud	170000

pensión	240000
riesgos profesionales	10,44
total seguridad social	420444
aportes parafiscales	180.000
total apropiaciones	1.840.000

Recepcionista y facturación

Perfil: persona capaz de satisfacer las necesidades de comunicación del personal dentro de TRAP ICE capaz de atender amable y oportunamente a los visitantes y a los que se comunican con la empresa en sus requerimientos de información y de esta forma canalizarlos de forma adecuada hacia las áreas o dependencias correspondientes. Además tener conocimientos en las formas de llevar a cabo las facturaciones de los clientes para pasarlos a ventas.

Capacitación: capacitación de 15 días para adquirir conocimientos de los procesos de comunicación y facturación en la empresa.

Salario integral de recepcionista y facturación.

Tabla # 27

Fuente: Elaboración Propia

costos asociados al empleado	
Cargo	Recepcionista y facturación
salario bruto	800.000
aportes a la salud	32.000
aportes pensionales	32.000
Auxilio de transporte	67.800
total ingresos	867.800
total deducciones	64.000
total neto	803.800

costos asociados al empleado	
Cargo	Recepcionista y facturación
salario bruto	\$ 800.000
Prima de servicios	72.542
cesantías	72.542

intereses de cesantías	8.705
vacaciones	33.333
Total prestaciones sociales	187.122
salud	68.000
pensión	96.000
riesgos profesionales	4.178
total seguridad social	168.178
aportes parafiscales	72.000
total apropiaciones	427.299

Jefe de despacho (Área producción)

Perfil: profesional universitario capacitado en las áreas administrativas de transporte o de distribución, con capacidad de coordinar y planificar despachos de nuestros productos desde la planta de producción hasta el lugar de destino, planificar la recepción de las diferentes materias primas según los procedimientos establecidos por la empresa.

Capacitación: durante un mes se realizaran las actividades correspondientes para que el nuevo jefe de despacho tenga conocimiento de los procedimientos establecidos para esta área y a su vez pueda sugerir nuevos métodos o mejoras para esta función dentro del ente.

Salario integral de coordinador de despacho

Tabla # 28

Fuente: Elaboración Propia

costos asociados al empleado	
Cargo	coordinador de despacho
salario bruto	1.000.000
aportes a la salud	40.000
aportes pensionales	40.000
fondo solidaridad pensional	0
Auxilio de transporte	67.800
total ingresos	1.067.800
total deducciones	80.000
total neto	987.800

costos asociados a la empresa	
cargo	Jefe de despacho
salario bruto	1.000.000
Prima de servicios	89.208
cesantías	89.208
intereses de cesantías	10.705
vacaciones	41.667
Total prestaciones sociales	230.788
salud	85.000
pensión	120.000
riesgos profesionales	5.222
total seguridad social	210.222
aportes parafiscales	90.000
total apropiaciones	531.010

Jefe de inventarios (Área producción)

Perfil: profesional competente en las labores de almacenamiento y control de materias primas e insumos revisando, organizando y distribuyendo los mismos a fin de mantener la cantidad adecuada de materiales dispuestos para la transformación. A su vez debe verificar la codificación y registro de todos y cada una de los insumos que correspondan a esa área y elaborar la programación anual de las adquisiciones para la dotación de la bodega.

Capacitación: duración de un mes para estar al corriente de los procesos que se desean llevar a cabo siguiendo los lineamientos de la política de producción de TRAP ICE

Salario integral de jefe de inventarios

Tabla # 29

Fuente: Elaboración Propia

costos asociados al empleado	
Cargo	Jefe de inventario
salario bruto	1.200.000
aportes a la salud	48.000
aportes pensionales	48.000
Auxilio de transporte	0
total ingresos	1.200.000
total deducciones	96.000
total neto	1.104.000

costos asociados al empleador	
Cargo	Jefe de inventario
salario bruto	\$ 1.200.000
Prima de servicios	100.000
cesantías	100.000
intereses de cesantías	12.000
vacaciones	50.000
Total prestaciones sociales	262.000
Salud	102.000
pensión	144.000
riesgos profesionales	6.266
total seguridad social	252.266
aportes parafiscales	108.000
total apropiaciones	622.266

Fuente: www.finanzaspersonales.com.co

6.4 Programa de administración

La contratación del personal se realizara través de publicaciones en línea a través de nuestra página previamente elaborada, a través de las bolsas de empleo del SENA, Computrabajo, el empleo y demás páginas que puedan ser visitadas por postulantes a los diferentes cargos básicos para el funcionamiento de la compañía. Posteriormente se analizarán las hojas de vida de los postulantes a los cargos.

El gerente general o dueño (socios de la compañía) serán los encargados de contratar al gerente de la compañía, a los jefes de recursos humanos, compra, venta y financiera de la compañía.

Se programaran citas con los postulantes en los próximos días, en donde su primera entrevista será con la persona encargada de gestión y recursos humanos, en la cual se presentarán a los postulantes pruebas psicotécnicas y de razonamiento lógico.

En caso de aprobar esta entrevista, deberá realizar pruebas escritas previamente elaboradas por el jefe de área, el cual analizara los resultados para determinar quién o quiénes son los más capacitados para realizar las funciones que incluyan el cargo.

Posteriormente tendrá una entrevista con el jefe de área solicitante para confirmar que esta persona cumple con los requisitos y es apto (a) para el cargo.

Luego de que la persona cumpla con los procesos anteriormente mencionados deberá realizarse los exámenes médicos competentes a que haya lugar y la presentación de la documentación

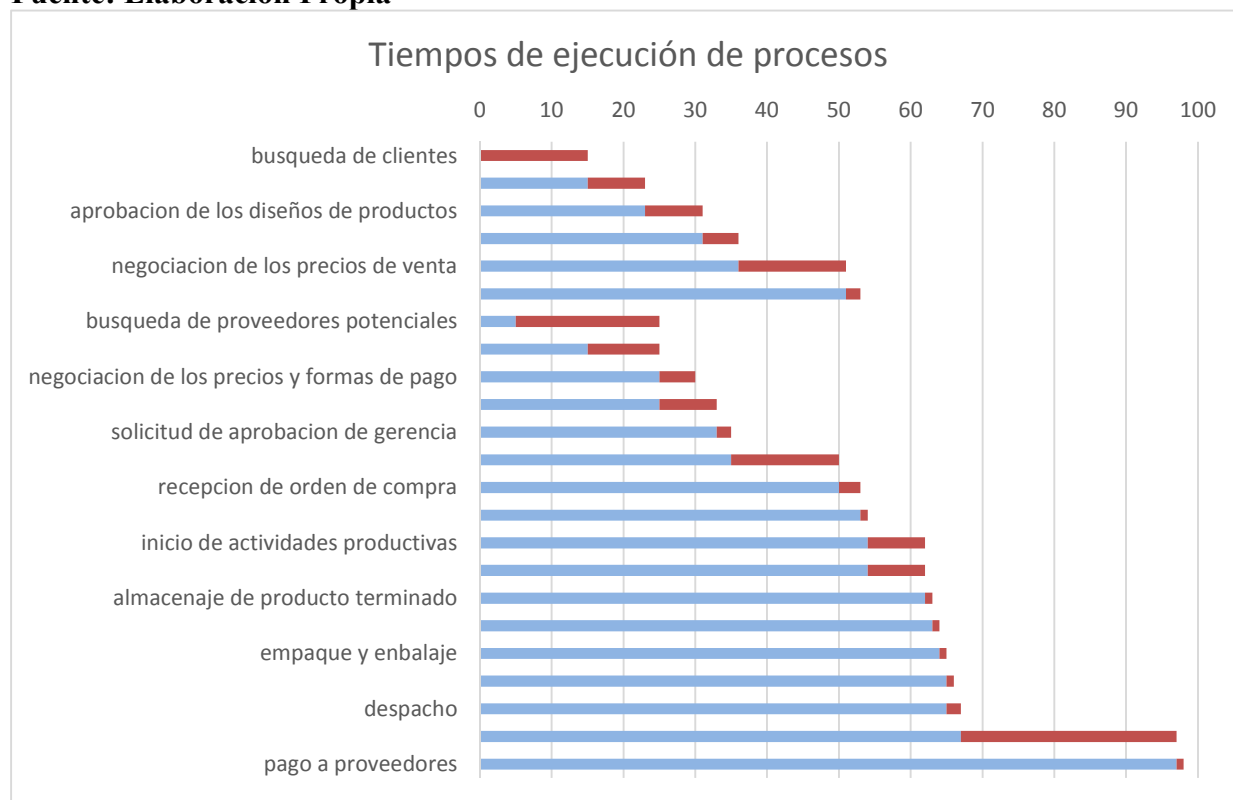
respectiva, relacionada a continuación:

- Copia de la cedula de ciudadanía.
- Copia Libreta militar (para los hombres)
- Copia de diplomas y certificados educativos.
- Fotos para carnet y base de datos.
- Referencias personales.
- Referencias laborales.
- Certificado de cuenta bancaria
- Certificado de afiliación o desafiliación a salud.
- Certificado de afiliación a pensiones y cesantías.

Tabla # 30

Tiempos de ejecución de procesos

Fuente: Elaboración Propia



7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

El tipo de compañía que se eligió fue S.A.S. a continuación hablaremos de que se trata como se constituye y los beneficios que trae:

- La ley 1258 de 2008 de Sociedades por Acciones Simplificadas SAS, introduce un tipo social híbrido, con autonomía, tipicidad definida y con una regulación vinculada al régimen general de las sociedades.
- Este nuevo tipo de sociedad brinda las ventajas de las sociedades anónimas y les permite diseñar mecanismos de direccionamiento de sus empresas de acuerdo a las necesidades.

Disposiciones Generales

- Constitución.- La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.
- Personalidad jurídica.- La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.
- Naturaleza.- La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.
- Imposibilidad de negociar valores en el mercado público.- Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

Constitución y Prueba de la Sociedad

- Contenido del documento de constitución.- La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:
 - Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
 - Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por

acciones simplificada/; o de las letras S.A.S.

- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución;
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse;
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.
- El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.
- Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes
- Control al acto constitutivo y a sus reformas. – Las Cámaras de Comercio verificarán la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo, de los actos de nombramiento y de cada una de sus reformas con lo previsto en la ley. Por lo tanto, se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya, se haga un nombramiento o se reformen los estatutos de la sociedad, cuando se omita alguno de los requisitos previstos en el artículo anterior o en la ley.
- Efectuado en debida forma el registro de la escritura pública o privada de constitución, no podrá impugnarse el contrato o acto unilateral sino por la falta de elementos esenciales o por el incumplimiento de los requisitos de fondo, de acuerdo con los artículos 98 y 104 del Código de Comercio.
- Sociedad de hecho.- Mientras no se efectúe la inscripción del documento privado o público de constitución en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, se entenderá para Todos los efectos legales que la sociedad es de hecho si fueren varios los Asociados. Si se tratare de una sola persona, responderá

personalmente por Las obligaciones que contraiga en desarrollo de la empresa.

- Prueba de existencia de la sociedad.- La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán con certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad.

Fuente: emprendimiento.sena.edu.co

Beneficios:

- Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, por ejemplo, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.
- La creación de la empresa es más fácil. Una SAS se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima.
- Las acciones pueden ser de distintas clases y series. Pueden ser acciones ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo o acciones de pago. Es importante aclarar que las acciones de las SAS no pueden negociarse en bolsa.
- No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.
- El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la SAS, no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si la entidad tienen la capacidad para desarrollar determinada transacción.
- El pago de capital puede diferirse hasta por dos años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.
- Por regla general no exige revisor fiscal. La SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.
- Mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales. Existe la posibilidad de pactar un mayor poder de voto en los estatutos sociales o de prohibir la negociación de acciones por un plazo de hasta 10 años.
- Mayor facilidad en la operación y administración. Los accionistas pueden renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión de socios o reunirse por fuera del domicilio

social. La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

- El trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades

A continuación relaciono el sitio donde se muestra que el nombre trap ice no tiene otra homónimo

The screenshot shows a web browser window with the URL www.crearempresa.com.co/consultas/ConsultaNombre.aspx. The page header includes the logo for 'Portal Nacional de Creación de Empresas' and 'Centro de atención empresarial'. A navigation menu contains links for 'Inicio', 'Consulte', 'Diligencie', 'Formalice', 'Preguntas Frecuentes', and 'Contáctenos'. The main content area is titled 'CONSULTA DE NOMBRE' and contains the following text:

Usted ha tomado la decisión de crear su empresa. En este sitio y mediante tres momentos: Consulta, Diligencia y Formalización, Usted podrá realizar todos los trámites necesarios para poder constituir on-line y en forma simple su empresa.

Permite conocer si existen o no otras empresas o establecimientos a nivel nacional, con el mismo nombre de la empresa que se va a crear. Lea por favor con atención las instrucciones y luego realice la consulta utilizando obligatoriamente las dos opciones que se presentan.

Antes de consultar un nombre tenga en cuenta lo siguiente:
[Recomendaciones para realizar la consulta de nombre](#)
[Instrucciones para realizar la consulta de nombre](#)

Buscador
trap ice

Consultar por Nombre Consultar por Palabra Clave

EL nombre de empresa "trap ice" no existe, este nombre estará sujeto a revisión posterior por parte de la cámara de comercio, no existen otras empresas con la palabra "trap ice".

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Para la legalización de una empresa hay normas y requisitos que esta debe cumplir dependiendo

su actividad económica, de esta forma se tendrá en el mercado una empresa de confiabilidad ya que es respaldada por los organismos pertinentes, para ello se relacionan a continuación las normas que deben cumplirse para la importación de los forros impermeables y sus respectivos costos:

* **Costos de constitución y registro (Registro mercantil)** Por un valor de \$433.000 pesos .ya que nuestro registro será por 60.000.000 de pesos Éste proceso se lleva 2 días.

• **Registro de marca, Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)** Lo otorga la Superintendencia de industria y Comercio, tiene un costo de \$ 4'700.000 de pesos. Este registro se lleva un día.

Licencia Sanitaria De la clasificación de los establecimientos

Artículo 3º.- Para efectos de la aplicación de la presente Resolución los establecimientos se clasifican en:

A. De bajo riesgo sanitario:

Almacenes, oficinas, agencias (viajes, lavandería y vigilancia), joyerías, platerías, misceláneas, bancos, ferreterías, floristerías y similares.

B. De alto riesgo sanitario:

(Locativo, ambiental, producción de desechos contaminantes, riesgos ocupacionales o riesgos de consumo o manejo de alimentos).

Industria manufacturera, metalmecánica de la construcción, talleres, tipografías, litografías, parqueaderos, lavaderos de carros, juegos electrónicos, curtiembres, cementerios, plantas de lavandería, estaciones de servicios, depósitos de materiales reciclables y no reciclables.

Hoteles, moteles, residencias y similares, discotecas, bares, cantinas, canchas de tejo, coliseos, teatros, circos, establecimientos educativos, cárceles, cuarteles, conventos, ancianatos, baños turcos, piscinas, saunas, gimnasios, salones de belleza, depósito y expendio de alimentos y licores, restaurantes, panaderías, bizcocherías y reposterías, cafeterías, cigarrerías, expendio de víveres, comidas rápidas, reempacadoras de alimentos y apicultura.

CERTIFICADO DE BOMBEROS

Requisitos inspecciones a establecimientos públicos

El servicio se puede solicitar vía telefónica a las líneas 285 32 60 ó 285 32 20

Se debe de presentar la siguiente documentación:

- Nit del establecimiento
- Tipo de establecimiento
- Nombre Establecimientos
- Area en metros cuadrados
- Número Telefónico y Fax
- Hora que abren el local

- Dirección y barrio del local
- Cedula y nombre del propietario
- Cedula y nombre del administrador

Posterior a la solicitud se debe reclamar una factura en la central de bomberos Medellín ubicada en carrera 65 N. 7 – 55 guayabal, y cancelarla en cualquier banco de la ciudad, luego enviarla vía fax a los números 285 32 60 ó 361 22 12, inspección que se programa dentro de los próximos 10 días hábiles.

Para la aprobación de la inspección y acceder al certificado de seguridad por dos años, debe cumplir con los siguientes requisitos.

- Tener en el local el número de extintores que cubran tanto el área como el tipo de riesgo que se maneje.
- Contar con un sistema de cableado de energía en óptimas condiciones, el cual debe estar canalizado interna ó externamente, sin cables ni conexiones expuestas.
- Si manejan gas propano, se revisa la red que lleva el gas a los quemadores y el almacenamiento de los cilindros, el cual debe estar bien ventilado y retirado del público.
- Si es gas natural se revisa la red y los quemadores
- Debe contar con un sistema de señalización o ruta de evacuación que garantice al público una guía para la evacuación rápida del lugar
- Dependiendo del aforo y las instalaciones del local, este debe contar con una salida de emergencia adicional según el acuerdo 38 del 90.
- Si es un establecimiento que preste servicio nocturno se deben instalar lámparas de emergencia (acumuladores de energía) que funcionen aislados.

Requisitos inspecciones a Eventos Públicos

La solicitud debe hacerse a través de una carta que contenga los siguientes datos:

- Nit de la entidad que hace el evento
- Nombre, cargo y teléfono del responsable del evento
- Nombre del evento
- Lugar del evento
- Días que dura el evento
- Hora de inicio y final del evento
- Dirección del lugar
- Aforo que esperan en el evento
- Nombre del grupo de socorro que prestará el servicio de primeros auxilio

Se debe reclamar la factura en la central de bomberos Medellín ubicada en carrera 65 N 7 – 55 barrio Guayabal, cancelarla en cualquier banco y luego reclamar la carta de respuesta para presentarla a Secretaria del medio ambiente y secretaria de Gobierno para continuar los trámites

pertinentes.

El certificado de aprobación del evento se entregará el mismo día que inicia el mismo, después de efectuar la revisión al lugar y confirmar los requisitos mínimos de seguridad.

- Rutas de evacuación
- Señalización de la ruta de evacuación
- Las puertas de salida deben estar habilitadas durante todo el evento
- El aforo acorde al lugar
- Se revisa el estado de los montajes (tarima)
- Estado de las instalaciones eléctrica (si las hay)
- El almacenamiento y manipulación del gas propano en las ventas (si las hay)
- Ambulancia y personal que presta los primeros auxilios (si lo requiere)

FUENTE: amarmedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2013/tarifas_registropublicos,
Abril 27 de 201

Tabla # 31

Tramites de creación de empresa

ENTIDAD	DOCUMENTO
CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN	ACTA DE CONSTITUCION DE S.A.S.
CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN	CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL
DIAN	RUT
DIAN	RESOLUCION DE FACTURACION
SECRETARIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO	MATRICULA DE IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO
ESPACIO PUBLICO MEDELLIN	ADJUDICACION DE ESPACIO DEL MUNICIPIO
CAJA DE COMPENSACION	INSCRIPCION DE LA EMPRESA
SECRETARIA DISTRITAL DE SALUD	INSCRIPCION DE LA EMPRESA

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Las personas asociados a este proyecto, aportaran además del conocimiento adquirido durante el proceso para realizar y llevar a cabo la creación de la compañía, para lo cual se estimo un costo de \$ 29.937.000,0

Divido de la siguiente manera por dos socios

Jhon Edison Salazar \$15.000.000

Sebastián Gómez Ospina \$14.937.000

8.1.2 Créditos y Prestamos Bancarios

Monto del Prestamo:	\$ 400.773.121
Intereses (efectivo Mensual):	2,19%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	Cuota fija

8.1.3 Ingresos y Egresos

8.1.4 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

En estas tablas, se ven reflejadas las ventas estimadas por mes teniendo 3 entornos diferentes (Optimistas, medio, pesimistas), además el precio por unidad

Con esto se pretende tener mayor claridad sobre la magnitud del proyecto que se desea llevar a cabo, a además de lograr determinar qué productos tienen mayor participación en el buen desempeño de la compañía y el porcentaje de ventas mensuales esperadas

Tabla # 32

Estimado de ventas y costos del producto

Fuente: Elaboración Propia

ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO			
Ingrese el Nombre del Producto: <input type="text" value="vaso atrapa hielo para exportacion"/>			
Ventas Estimadas por Mes (Docenas)			
Altas (optimista)	<input type="text" value="15000"/>	Unidad de Medida	<input type="text" value="docenas"/>
Medias (medio)	<input type="text" value="12000"/>	Precio Unitario Venta	<input type="text" value="\$ 15.009"/>
Bajas (pesimista)	<input type="text" value="8000"/>	Consolidado (Medio)	<input type="text" value="11667"/>

ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO

Ingrese el Nombre del Producto:

Ventas Estimadas por Mes (Docenas)

Altas (optimista)	15000	Unidad de Medida	docenas
Medias (medio)	12000	Precio Unitario Venta	\$ 15.009
Bajas (pesimista)	8000	Consolidado (Medio)	11667

8.2.1.2 Otros Ingresos

No aplica, los ingresos que tendrá la compañía serán por su producción y comercialización de las manufacturas Vasos.

8.1.5 Egresos

8.1.5.1 Inversiones

A continuación se presentan las inversiones y valores de activos fijos mínimos requeridos para poner en marcha la compañía en donde la adquisición de los equipos de informática y la maquinaria son los 2 procesos más importantes y relevantes de los activos para la puesta en marcha de la compañía.

Tabla # 33

Activos Fijos

Fuente: Elaboración Propia

Activos Fijos				
Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor	Depreciación Mensual	Activos Fijos Disponibles	Valor
Terrenos	\$ 0,0	\$ 0,0	Terrenos	\$ 0,0
Edificios (20 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Edificios	\$ 0,0
Equipos (10 años)	\$ 0,0	\$ 0,0	Equipos	\$ 0,0
Equipos de Informatica y Comunicaciones (3 años)	\$ 14.103.200,0	\$ 391.755,6	Equipos de Informatica y	\$ 7.000.000,0
Maquinaria (10 años)	\$ 76.430.000,0	\$ 636.916,7	Maquinaria	\$ 36.000.000,0
Herramienta (5 años)	\$ 2.000.000,0	\$ 33.333,3	Herramienta	\$ 200.000,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 8.064.500,0	\$ 134.408,3	Muebles y Enseres	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0	Otros (especifique)	\$ 0,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 100.597.700,0		Total Activos Fijos Disponibles	\$ 43.200.000,0
Total Depreciación Mensual		\$ 1.196.413,9		

Los costos pre operativos de la compañía, los cuales son fundamentales antes de comenzar cualquier tipo de función o proceso productivo. Entre estos se mencionan los costos de constitución y registro, para poder entrar al mercado como una entidad oficial, registrada ante cámara y comercio. Los costos de presentación y promoción con los cuales se pretenden adquirir los primeros contratos, los costos de capacitación, salarios de empleados y para terminar las adecuaciones locativas de planta y oficinas.

Tabla # 34

Gastos preoperativos

Fuente: Elaboración Propia

Gastos Preoperativos				
Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 937.000,0		Constitución y registro	\$ 937.000,0
Diseño organizacional	\$ 0,0		Diseño organizacional	\$ 0,0
Presentación y Promoción	\$ 15.000.000,0		Presentación y Promoción	\$ 15.000.000,0
Salarios	\$ 7.500.000,0		Estudios financieros	\$ 7.500.000,0
Costos financieros	\$ 0,0		Investigación y estudios	\$ 0,0
Viaje y representación	\$ 0,0		Salarios	\$ 0,0
Costos de Capacitación	\$ 1.200.000,0		Costos financieros	\$ 0,0
Honorarios de Asesores	\$ 0,0		Viaje y representación	\$ 0,0
Publicidad y Promoción	\$ 4.000.000,0		Costos de Capacitación	\$ 4.000.000,0
Adecuaciones Locativas	\$ 2.500.000,0		Honorarios de Asesores	\$ 2.500.000,0
				\$ 0,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 31.137.000,0		Total Gasto Preoperativos Disponible	\$ 29.937.000,0
Total Amortización Mensual		\$ 0,0		

En el capital de trabajo se relacionan los costos y gastos necesarios para dar comienzo a las actividades productivas, se clasifican por costos fijos y variables de las diferentes áreas funcionales de la compañía que son producción, administración y ventas.

Adicional de esto se muestran las cuentas por cobrar y el valor de las materias primas necesarias.

Tabla # 35

Capital de Trabajo

Fuente: Elaboración Propia

CAPITAL DE TRABAJO		
Requerimientos de Efectivo	CUENTA	VALOR
	Costos Variables	\$ 190.375.807
	Costos Fijos de Producción	\$ 32.215.550
	Costos Fijos de Administración	\$ 27.669.206
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 29.146.240
Activo Corriente	CUENTA	VALOR
	Cuentas por Cobrar	\$ 199.840.426
	Inventarios productos	\$ 71.512.490
	Inventario de Materia Prima	\$ 126.917.205
Pasivo Corriente	CUENTA	VALOR
	Materia Prima	\$ 253.834.409
	Fijos de Produccion	\$ 16.107.775
	Administrativos	\$ 27.669.206
	Comercialización y Ventas	\$ 37.890.112
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO		\$ 342.175.421

8.1.5.2 Costos

En la siguiente tabla se puede evidenciar los costos variables por docena, podemos concluir que el costo variables tiene la mayor incidencia en cuanto a costos con una participación del 63,51 %

Tabla # 36

Resumen de Costos

Fuente: Elaboración Propia

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 126.917.204,6	63,51%
Total Costos fijos de producción	\$ 16.107.775,0	8,06%
Total Costos fijos de administración	\$ 27.669.206,3	13,85%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 29.146.240,3	14,58%
Costos Totales	\$ 199.840.426,2	100,00%

8.1.5.3 Gastos

Gastos Administrativos y legales

A continuación se relacionan en las tablas los costos necesarios para dar comienzo a los procesos de producción, comercialización y ventas de los productos plásticos que se pretenden comercializar en Boliva. Entre estos se relacionan los costos de publicación en los medios, salarios y servicios para su correcto funcionamiento y asegurar que las actividades cumplan con el tiempo y las características establecidas por el área administrativa.

Tabla # 37
Costos Fijos de Administración
Fuente: Elaboración Propia

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 13.800.000
Impuestos (Aportes para fiscales + Aportes seguridad sociales)	\$ 7.168.518
Gastos de representación	\$ 0
Papelera	\$ 120.000
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 220.000
Seguros	\$ 60.000
Impuesto de industria y comercio	\$ 1.260.000
Servicios básicos Luz, agua, telefonía	\$ 1.166.666
Aseo + implementos	\$ 347.356
Vigilancia	\$ 660.000
Arriendo	\$ 2.666.667
Seguro computo	\$ 200.000
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 27.669.206

Gastos de distribución y ventas

A continuación relacionamos los gastos incurridos en la comercialización y promoción de nuestro producto, podemos concluir que en esta área es donde se incurren mas costos con 29.161.240\$ la cual consideramos que se le debe dar mucho apoyo y no escatimar gastos si esto represente mejorarla.

Tabla # 38

Costos Fijos de Comercialización y Ventas

Fuente: Elaboración Propia

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Salarios	\$ 10.000.000
Prestaciones Sociales +aportes parafiscales +aportes seguridad	\$ 5.185.552
Gastos ferias mensuales	\$ 1.200.000
Servicios basico Luz agua internet	\$ 1.166.666
Aseo + impementos	\$ 347.356
Vigilancia	\$ 660.000
Publicidad y Mercadeo	\$ 1.800.000
papeleria	\$ 120.000
Arriendo	\$ 2.666.667
Dotacion de viajes	\$ 2.000.000
Ferias	\$ 4.000.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 29.146.240

Tabla # 39

Gastos de Amortización de diferidos

Fuente: Elaboración Propia

Gastos Preoperativos		
Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización
Constitución y registro	\$ 937.000,0	\$ 15.616,7
Diseño organizacional	\$ 0,0	\$ 0,0
Presentación y Promoción	\$ 15.000.000,0	\$ 250.000,0
Salarios	\$ 7.500.000,0	\$ 125.000,0
Costos financieros	\$ 0,0	\$ 0,0
Viaje y representación	\$ 0,0	\$ 0,0
Costos de Capacitación	\$ 1.200.000,0	\$ 20.000,0
Honorarios de Asesores	\$ 0,0	\$ 0,0
Publicidad y Promoción	\$ 4.000.000,0	\$ 66.666,7
Adecuaciones Locativas	\$ 2.500.000,0	\$ 41.666,7
Otros (Especificar)	\$ 0,0	\$ 0,0
Gastos de Registro	\$ 0,0	\$ 0,0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 0,0	\$ 0,0
Análisis del Entorno	\$ 0,0	\$ 0,0
Total Gasto Preoperativos Exigibles	\$ 31.137.000,0	
Total Amortización Anual		\$ 518.950,0

CAPITAL DE TRABAJO

8.1.5.4 Gastos Financieros

La siguiente tabla muestra las cuotas mensuales del préstamo a pagar con sus montos de aportes de capital y de intereses e intereses

Tabla # 40

Datos Generales del Proyecto

Fuente: Elaboración Propia

DATOS GENERALES DEL PROYECTO
Préstamo Bancario (Financiación)

Monto del Préstamo:	\$ 400.773.121
Intereses (efectivo Mensual):	2,19%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	Libre inversión

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)
--

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0		\$ 0		\$ 400.773.121
1	\$ 12.065.859	\$ 8.776.931	\$ 3.288.927	\$ 99.179.386
2	\$ 12.065.859	\$ 2.172.029	\$ 9.893.830	\$ 98.340.801
3	\$ 12.065.859	\$ 2.153.664	\$ 9.912.195	\$ 97.483.849
4	\$ 12.065.859	\$ 2.134.896	\$ 9.930.962	\$ 96.608.129
5	\$ 12.065.859	\$ 2.115.718	\$ 9.950.141	\$ 95.713.229
6	\$ 12.065.859	\$ 2.096.120	\$ 9.969.739	\$ 94.798.731
7	\$ 12.065.859	\$ 2.076.092	\$ 9.989.767	\$ 93.864.203
8	\$ 12.065.859	\$ 2.055.626	\$ 10.010.233	\$ 92.909.209
9	\$ 12.065.859	\$ 2.034.712	\$ 10.031.147	\$ 91.933.299
10	\$ 12.065.859	\$ 2.013.339	\$ 10.052.520	\$ 90.936.016
11	\$ 12.065.859	\$ 1.991.499	\$ 10.074.360	\$ 89.916.891
12	\$ 12.065.859	\$ 1.969.180	\$ 10.096.679	\$ 88.875.446
13	\$ 12.065.859	\$ 1.946.372	\$ 10.119.486	\$ 87.811.192
14	\$ 12.065.859	\$ 1.923.065	\$ 10.142.794	\$ 86.723.630
15	\$ 12.065.859	\$ 1.899.248	\$ 10.166.611	\$ 85.612.249
16	\$ 12.065.859	\$ 1.874.908	\$ 10.190.951	\$ 84.476.528
17	\$ 12.065.859	\$ 1.850.036	\$ 10.215.823	\$ 83.315.933
18	\$ 12.065.859	\$ 1.824.619	\$ 10.241.240	\$ 82.129.920
19	\$ 12.065.859	\$ 1.798.645	\$ 10.267.214	\$ 80.917.932

TRABAJO FINAL TRAP ICE-Plan de Negocios

20	\$ 12.065.859	\$ 1.772.103	\$ 10.293.756	\$ 79.679.399
21	\$ 12.065.859	\$ 1.744.979	\$ 10.320.880	\$ 78.413.742
22	\$ 12.065.859	\$ 1.717.261	\$ 10.348.598	\$ 77.120.365
23	\$ 12.065.859	\$ 1.688.936	\$ 10.376.923	\$ 75.798.662
24	\$ 12.065.859	\$ 1.659.991	\$ 10.405.868	\$ 74.448.012
25	\$ 12.065.859	\$ 1.630.411	\$ 10.435.447	\$ 73.067.782
26	\$ 12.065.859	\$ 1.600.184	\$ 10.465.674	\$ 71.657.322
27	\$ 12.065.859	\$ 1.569.295	\$ 10.496.563	\$ 70.215.973
28	\$ 12.065.859	\$ 1.537.730	\$ 10.528.129	\$ 68.743.055
29	\$ 12.065.859	\$ 1.505.473	\$ 10.560.386	\$ 67.237.880
30	\$ 12.065.859	\$ 1.472.510	\$ 10.593.349	\$ 65.699.739
31	\$ 12.065.859	\$ 1.438.824	\$ 10.627.034	\$ 64.127.912
32	\$ 12.065.859	\$ 1.404.401	\$ 10.661.457	\$ 62.521.659
33	\$ 12.065.859	\$ 1.369.224	\$ 10.696.634	\$ 60.880.228
34	\$ 12.065.859	\$ 1.333.277	\$ 10.732.582	\$ 59.202.848
35	\$ 12.065.859	\$ 1.296.542	\$ 10.769.316	\$ 57.488.731
36	\$ 12.065.859	\$ 1.259.003	\$ 10.806.856	\$ 55.737.073
37	\$ 12.065.859	\$ 1.220.642	\$ 10.845.217	\$ 53.947.052
38	\$ 12.065.859	\$ 1.181.440	\$ 10.884.418	\$ 52.117.828
39	\$ 12.065.859	\$ 1.141.380	\$ 10.924.478	\$ 50.248.541
40	\$ 12.065.859	\$ 1.100.443	\$ 10.965.416	\$ 48.338.315
41	\$ 12.065.859	\$ 1.058.609	\$ 11.007.250	\$ 46.386.253
42	\$ 12.065.859	\$ 1.015.859	\$ 11.050.000	\$ 44.391.438
43	\$ 12.065.859	\$ 972.172	\$ 11.093.686	\$ 42.352.935
44	\$ 12.065.859	\$ 927.529	\$ 11.138.329	\$ 40.269.786
45	\$ 12.065.859	\$ 881.908	\$ 11.183.950	\$ 38.141.014
46	\$ 12.065.859	\$ 835.288	\$ 11.230.571	\$ 35.965.620
47	\$ 12.065.859	\$ 787.647	\$ 11.278.212	\$ 33.742.582
48	\$ 12.065.859	\$ 738.963	\$ 11.326.896	\$ 31.470.857
49	\$ 12.065.859	\$ 689.212	\$ 11.376.647	\$ 29.149.378
50	\$ 12.065.859	\$ 638.371	\$ 11.427.487	\$ 26.777.057
51	\$ 12.065.859	\$ 586.418	\$ 11.479.441	\$ 24.352.779
52	\$ 12.065.859	\$ 533.326	\$ 11.532.533	\$ 21.875.407
53	\$ 12.065.859	\$ 479.071	\$ 11.586.787	\$ 19.343.777
54	\$ 12.065.859	\$ 423.629	\$ 11.642.230	\$ 16.756.702
55	\$ 12.065.859	\$ 366.972	\$ 11.698.887	\$ 14.112.967
56	\$ 12.065.859	\$ 309.074	\$ 11.756.785	\$ 11.411.332

57	\$ 12.065.859	\$ 249.908	\$ 11.815.951	\$ 8.650.527
58	\$ 12.065.859	\$ 189.447	\$ 11.876.412	\$ 5.829.258
59	\$ 12.065.859	\$ 127.661	\$ 11.938.198	\$ 2.946.200
60	\$ 12.065.859	\$ 64.522	\$ 12.001.337	(\$ 0)

8.2 Estados Financieros Proyectados

8.2.1 Flujo de Caja

Se muestra el flujo de caja mes por mes con apreciación de una disminución paulatina mensual esto debido a las deducciones de los interés ,El promedio anual del flujo de caja es de \$ 13.015.343. El flujo de caja es el resultado de las utilidades luego de impuestos más los ajustes no desembolsables mas los otros ingresos y a su resultado se le restan otros egresos no deducibles de impuestos.

Tabla # 41

Flujo de Caja

Fuente: Elaboración Propia

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11
+ Ingresos por venta		235103878	235103878	235103878	235103878	235103878	235103878	235103878	235103878	235103878	235103878	235103878
- Costos variables		126917205	126917205	126917205	126917205	126917205	126917205	126917205	126917205	126917205	126917205	126917205
- Costos fijos	0	72923222	72923222	72923222	72923222	72923222	72923222	72923222	72923222	72923222	72923222	72923222
Costos fijos de Producción		16107775	16107775	16107775	16107775	16107775	16107775	16107775	16107775	16107775	16107775	16107775
Costos fijos de Administración		27669206	27669206	27669206	27669206	27669206	27669206	27669206	27669206	27669206	27669206	27669206
Costos fijos de comercialización y ventas		29146240	29146240	29146240	29146240	29146240	29146240	29146240	29146240	29146240	29146240	29146240
- No Desembolsables	0	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364
- Intereses Credito	0	8776931	2172029	2153664	2134896	2115718	2096120	2076092	2055626	2034712	2013339	1991499
= Utilidad Antes de Impuestos	0	24771156	31376059	31394424	31413192	31432370	31451968	31471996	31492462	31513376	31534749	31556589
- Impuestos	0	8174482	10354100	10360160	10366353	10372682	10379149	10385759	10392512	10399414	10406467	10413674
= Utilidad despues de Impuestos	0	16596675	21021960	21034264	21046838	21059688	21072819	21086237	21099949	21113962	21128282	21142915
+ Ajuste por No Desembolsables	0	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364	1715364
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	400773121	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prestamos	400773121											
Recuperación Capital de trabajo												
Valor de Salvamento												
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	473910121	3288927	9893830	9912195	9930962	9950141	9969739	9989767	10010233	#####	10052520	10074360
Activos Fijos	100597700											
Pago Credito (Capital)		3288927	9893830	9912195	9930962	9950141	9969739	9989767	10010233	#####	10052520	10074360
Gastos PREOPERATIVOS	31137000											
Capital de Trabajo	342175421											
FLUJO DE CAJA	-73137000	15023111	12843493	12837433	12831240	12824911	12818443	12811834	12805081	12798179	12791126	12783919

Tasa de Rentabilidad Esperada Mensual	4%
Valor Presente Neto	342454984
Tasa Interna de Retorno	27%

[Volver al Menu Principal](#)

8.2.2 Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

En la siguiente tabla se evidencia que la utilidad neta mensual durante el primer año será de \$22.477.219. De no repartirse dichas utilidades o invertirse al final del año se tendrían \$ 164.240.054 libre de impuestos.

Tabla # 42

Estado de Resultados

Fuente: Elaboración Propia

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	235.103.878	235.103.878	235.103.878	235.103.878	235.103.878	235.103.878	235.103.878	235.103.878	235.103.878	235.103.878	235.103.878	235.103.878
Costo Variables	126.917.205	126.917.205	126.917.205	126.917.205	126.917.205	126.917.205	126.917.205	126.917.205	126.917.205	126.917.205	126.917.205	126.917.205
Costos Fijos Producción	16.107.775	16.107.775	16.107.775	16.107.775	16.107.775	16.107.775	16.107.775	16.107.775	16.107.775	16.107.775	16.107.775	16.107.775
Gastos Depreciación	1.196.414	1.196.414	1.196.414	1.196.414	1.196.414	1.196.414	1.196.414	1.196.414	1.196.414	1.196.414	1.196.414	1.196.414
Utilidad Bruta en Ventas	90.882.484	90.882.484	90.882.484	90.882.484	90.882.484	90.882.484	90.882.484	90.882.484	90.882.484	90.882.484	90.882.484	90.882.484
Costos fijos de Administración	27.669.206	27.669.206	27.669.206	27.669.206	27.669.206	27.669.206	27.669.206	27.669.206	27.669.206	27.669.206	27.669.206	27.669.206
Costos Fijos de Ventas y Distribución	29.146.240	29.146.240	29.146.240	29.146.240	29.146.240	29.146.240	29.146.240	29.146.240	29.146.240	29.146.240	29.146.240	29.146.240
Amortización de diferidos	518.950	518.950	518.950	518.950	518.950	518.950	518.950	518.950	518.950	518.950	518.950	518.950
Utilidad Operativa	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088	33.548.088
Impuestos	11.070.869	11.070.869	11.070.869	11.070.869	11.070.869	11.070.869	11.070.869	11.070.869	11.070.869	11.070.869	11.070.869	11.070.869
UTILIDAD NETA	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219	22.477.219
Utilidades no Repartidas Acumuladas	22.477.219	44.954.438	67.431.656	89.908.875	112.386.094	134.863.313	157.340.532	179.817.751	202.294.969	224.772.188	247.249.407	269.726.626

8.2.3 Balance General

No aplica.

8.3 Evaluación financiera del proyecto

8.3.1 Valor Presente Neto

Tabla # 43

Valor presente Neto

Fuente: Elaboración Propia

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878
- Costos variables		\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205
- Costos fijos	\$ 0	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222
Costos fijos de Producción		\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775
Costos fijos de Administración		\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 8.776.931	\$ 2.172.029	\$ 2.153.664	\$ 2.134.896	\$ 2.115.718	\$ 2.096.120	\$ 2.076.092	\$ 2.055.626	\$ 2.034.712	\$ 2.013.339	\$ 1.991.499	\$ 1.969.180
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 24.771.156	\$ 31.376.059	\$ 31.394.424	\$ 31.413.192	\$ 31.432.370	\$ 31.451.968	\$ 31.471.996	\$ 31.492.462	\$ 31.513.376	\$ 31.534.749	\$ 31.556.589	\$ 31.578.908
- Impuestos	\$ 0	\$ 8.174.482	\$ 10.354.100	\$ 10.360.160	\$ 10.366.353	\$ 10.372.682	\$ 10.379.149	\$ 10.385.759	\$ 10.392.512	\$ 10.399.414	\$ 10.406.467	\$ 10.413.674	\$ 10.421.040
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 16.596.675	\$ 21.021.960	\$ 21.034.264	\$ 21.046.838	\$ 21.059.688	\$ 21.072.819	\$ 21.086.237	\$ 21.099.949	\$ 21.113.962	\$ 21.128.282	\$ 21.142.915	\$ 21.157.868
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 400.773.121	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 463.325.755
Prestamos	\$ 400.773.121												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 342.175.421
Valor de Salvamento													#####
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 473.910.121	\$ 3.288.927	\$ 9.893.830	\$ 9.912.195	\$ 9.930.962	\$ 9.950.141	\$ 9.969.739	\$ 9.989.767	\$ 10.010.233	#####	\$ 10.052.520	\$ 10.074.360	\$ 10.096.679
Activos Fijos	\$ 100.597.700												
Pago Credito (Capital)		\$ 3.288.927	\$ 9.893.830	\$ 9.912.195	\$ 9.930.962	\$ 9.950.141	\$ 9.969.739	\$ 9.989.767	\$ 10.010.233	#####	\$ 10.052.520	\$ 10.074.360	\$ 10.096.679
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 31.137.000												
Capital de Trabajo	\$ 342.175.421												
FLUJO DE CAJA	-\$ 73.137.000	\$ 15.023.111	\$ 12.843.493	\$ 12.837.433	\$ 12.831.240	\$ 12.824.911	\$ 12.818.443	\$ 12.811.834	\$ 12.805.081	\$ 12.798.179	\$ 12.791.126	\$ 12.783.919	\$ 466.102.308

Tasa de Rentabilidad Esperada Mensual	3,75%
Valor Presente Neto	342.454.984
Tasa Interna de Retorno	26,78%

[Volver al Menu Principal](#)

Valor presente neto.

En la siguiente tabla se aprecia el valor presente neto, donde al finalizar el año se evidencia un valor de \$342.454.984 el cual equivale a la sumatoria de los flujos de caja de estos periodos, llevada a un periodo 0 con un tasa de rentabilidad esperada del 3,75% mensual, esto no dice que el proyecto es viable ya que el VPN es mayor a 0

8.3.2 Tasa Interna de Retorno

Tabla # 44

Tasa Interés de Retorno

Fuente: Elaboración Propia

TRABAJO FINAL TRAP ICE-Plan de Negocios

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878	\$ 235.103.878
- Costos variables		\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205
- Costos fijos	\$ 0	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222
Costos fijos de Producción		\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775
Costos fijos de Administración		\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 8.776.931	\$ 2.172.029	\$ 2.153.664	\$ 2.134.896	\$ 2.115.718	\$ 2.096.120	\$ 2.076.092	\$ 2.055.626	\$ 2.034.712	\$ 2.013.339	\$ 1.991.499	\$ 1.969.180
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 24.771.156	\$ 31.376.059	\$ 31.394.424	\$ 31.413.192	\$ 31.432.370	\$ 31.451.968	\$ 31.471.996	\$ 31.492.462	\$ 31.513.376	\$ 31.534.749	\$ 31.556.589	\$ 31.578.908
- Impuestos	\$ 0	\$ 8.174.482	\$ 10.354.100	\$ 10.360.160	\$ 10.366.353	\$ 10.372.682	\$ 10.379.149	\$ 10.385.759	\$ 10.392.512	\$ 10.399.414	\$ 10.406.467	\$ 10.413.674	\$ 10.421.040
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 16.596.675	\$ 21.021.960	\$ 21.034.264	\$ 21.046.838	\$ 21.059.688	\$ 21.072.819	\$ 21.086.237	\$ 21.099.949	\$ 21.113.962	\$ 21.128.282	\$ 21.142.915	\$ 21.157.868
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 400.773.121	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 453.325.755
Préstamos	\$ 400.773.121												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 342.175.421
Valor de Salvamento													#####
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 473.910.121	\$ 3.288.927	\$ 9.893.830	\$ 9.912.195	\$ 9.930.962	\$ 9.950.141	\$ 9.969.739	\$ 9.989.767	\$ 10.010.233	#####	\$ 10.052.520	\$ 10.074.360	\$ 10.096.679
Activos Fijos	\$ 100.597.700												
Pago Credito (Capital)		\$ 3.288.927	\$ 9.893.830	\$ 9.912.195	\$ 9.930.962	\$ 9.950.141	\$ 9.969.739	\$ 9.989.767	\$ 10.010.233	#####	\$ 10.052.520	\$ 10.074.360	\$ 10.096.679
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 31.137.000												
Capital de Trabajo	\$ 342.175.421												
FLUJO DE CAJA	-\$ 73.137.000	\$ 15.023.111	\$ 12.843.493	\$ 12.837.433	\$ 12.831.240	\$ 12.824.911	\$ 12.818.443	\$ 12.811.834	\$ 12.805.081	\$ 12.798.179	\$ 12.791.126	\$ 12.783.919	\$ 466.102.308

Tasa de Rentabilidad Esperada Mensual	3,75%
Valor Presente Neto	342.454.984
Tasa Interna de Retorno	26,78%

[Volver al Menu Principal](#)

La siguiente tabla arroja un valor de tasa interna de retorno de 26,76% Esto nos da indicios que el proyecto es viables ya que es mayor a la tasa esperada por los inversionistas 3,67%

8.3.3 Indicadores Financieros proyectados

No aplica

8.3.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

Tabla # 45

Análisis de sensibilidad

Fuente: Elaboración Propia

CONCEPTOS	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 258.614.266	\$ 258.614.266	\$ 258.614.266	\$ 258.614.266	\$ 258.614.266	\$ 258.614.266	\$ 258.614.266	\$ 258.614.266	\$ 258.614.266	\$ 258.614.266	\$ 258.614.266	\$ 258.614.266
- Costos variables		\$ 139.608.925	\$ 139.608.925	\$ 139.608.925	\$ 139.608.925	\$ 139.608.925	\$ 139.608.925	\$ 139.608.925	\$ 139.608.925	\$ 139.608.925	\$ 139.608.925	\$ 139.608.925	\$ 139.608.925
- Costos fijos	\$ 0	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222
Costos fijos de Producción		\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775
Costos fijos de Administración		\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 8.776.931	\$ 2.172.029	\$ 2.153.664	\$ 2.134.896	\$ 2.115.718	\$ 2.096.120	\$ 2.076.092	\$ 2.055.626	\$ 2.034.712	\$ 2.013.339	\$ 1.991.499	\$ 1.969.180
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 35.589.824	\$ 42.194.727	\$ 42.213.092	\$ 42.231.859	\$ 42.251.037	\$ 42.270.635	\$ 42.290.663	\$ 42.311.129	\$ 42.332.043	\$ 42.353.416	\$ 42.375.256	\$ 42.397.575
- Impuestos	\$ 0	\$ 11.744.642	\$ 13.924.260	\$ 13.930.320	\$ 13.936.513	\$ 13.942.842	\$ 13.949.310	\$ 13.955.919	\$ 13.962.673	\$ 13.969.574	\$ 13.976.627	\$ 13.983.835	\$ 13.991.200
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 23.845.182	\$ 28.270.467	\$ 28.282.771	\$ 28.295.345	\$ 28.308.195	\$ 28.321.326	\$ 28.334.744	\$ 28.348.456	\$ 28.362.469	\$ 28.376.789	\$ 28.391.422	\$ 28.406.375
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 400.773.121	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 478.709.195
Prestamos	\$ 400.773.121												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 367.558.862
Valor de Salvamento													\$ 111.150.333
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 499.293.562	\$ 3.288.927	\$ 9.893.830	\$ 9.912.195	\$ 9.930.962	\$ 9.950.141	\$ 9.969.739	\$ 9.989.767	\$ 10.010.233	\$ 10.031.147	\$ 10.052.520	\$ 10.074.360	\$ 10.096.679
Activos Fijos	\$ 100.597.700												
Pago Credito (Capital)		\$ 3.288.927	\$ 9.893.830	\$ 9.912.195	\$ 9.930.962	\$ 9.950.141	\$ 9.969.739	\$ 9.989.767	\$ 10.010.233	\$ 10.031.147	\$ 10.052.520	\$ 10.074.360	\$ 10.096.679
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 31.137.000												
Capital de Trabajo	\$ 367.558.862												
FLUJO DE CAJA	-\$ 98.520.441	\$ 22.271.618	\$ 20.092.000	\$ 20.085.940	\$ 20.079.747	\$ 20.073.418	\$ 20.066.951	\$ 20.060.341	\$ 20.053.588	\$ 20.046.686	\$ 20.039.633	\$ 20.032.426	\$ 498.734.256

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%
Tasa de Retorno	3,75%
Valor Presente Neto	402.415.846
Tasa Interna de Retorno	27,11%

[Volver al Menú Inicial](#)

Si aumentamos la variación en las ventas 10% anual durante el primer año la TIR aumenta en un 1, 11 con respecto al modelo inicial con respecto al VPN aumenta un 14,90 % con respecto al modelo inicial.

8.3.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Al realizar una variación en el precio de un aumento 5% durante el primer año se puede evidenciar en cuanto al VPN un incremento en la rentabilidad 17,96% con relación al modelo



inicial, cabe recalcar que esto un modelo deterministico el cual no tomamos la variable de que al incrementar el precio posiblemente se vea afectada la demanda ya que nuestra clientela se puede ir para donde la competencia.

En cuanto a la TIR aumento un 7,62% a una tasa esperada por los inversionista del 3.67% con relación al modelo inicial

Tabla # 46

Análisis de Sensibilidad

Fuente: Elaboración Propia

FLUJO DE CAJA (VARIANDO EL PRECIO)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 246.859.072	\$ 246.859.072	\$ 246.859.072	\$ 246.859.072	\$ 246.859.072	\$ 246.859.072	\$ 246.859.072	\$ 246.859.072	\$ 246.859.072	\$ 246.859.072	\$ 246.859.072	\$ 246.859.072
- Costos variables		\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205	\$ 126.917.205
- Costos fijos	\$ 0	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222	\$ 72.923.222
Costos fijos de Producción		\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775	\$ 16.107.775
Costos fijos de Administración		\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206	\$ 27.669.206
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240	\$ 29.146.240
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 8.776.931	\$ 2.172.029	\$ 2.153.664	\$ 2.134.896	\$ 2.115.718	\$ 2.096.120	\$ 2.076.092	\$ 2.056.626	\$ 2.034.712	\$ 2.013.339	\$ 1.991.499	\$ 1.969.180
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 36.626.350	\$ 43.131.253	\$ 43.149.618	\$ 43.168.385	\$ 43.187.564	\$ 43.207.162	\$ 43.227.190	\$ 43.247.656	\$ 43.268.670	\$ 43.289.942	\$ 43.311.783	\$ 43.334.102
- Impuestos	\$ 0	\$ 12.053.696	\$ 14.233.314	\$ 14.239.374	\$ 14.245.567	\$ 14.251.896	\$ 14.258.363	\$ 14.264.973	\$ 14.271.726	\$ 14.278.628	\$ 14.285.681	\$ 14.292.888	\$ 14.300.254
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 24.472.655	\$ 28.897.940	\$ 28.910.244	\$ 28.922.818	\$ 28.935.668	\$ 28.948.799	\$ 28.962.217	\$ 28.975.929	\$ 28.989.942	\$ 29.004.261	\$ 29.018.895	\$ 29.033.848
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364	\$ 1.715.364
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 400.773.121	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 463.325.755
Prestamos	\$ 400.773.121												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 342.175.421
Valor de Salvamento													\$ 111.150.333
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 473.910.121	\$ 3.288.927	\$ 9.893.830	\$ 9.912.195	\$ 9.930.962	\$ 9.950.141	\$ 9.969.739	\$ 9.989.767	\$ 10.010.233	\$ 10.031.147	\$ 10.052.520	\$ 10.074.360	\$ 10.096.679
Activos Fijos	\$ 100.597.700												
Pago Credito (Capital)		\$ 3.288.927	\$ 9.893.830	\$ 9.912.195	\$ 9.930.962	\$ 9.950.141	\$ 9.969.739	\$ 9.989.767	\$ 10.010.233	\$ 10.031.147	\$ 10.052.520	\$ 10.074.360	\$ 10.096.679
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 31.137.000												
Capital de Trabajo	\$ 342.175.421												
FLUJO DE CAJA	-\$ 73.137.000	\$ 22.899.091	\$ 20.719.473	\$ 20.713.413	\$ 20.707.220	\$ 20.700.891	\$ 20.694.423	\$ 20.687.814	\$ 20.681.060	\$ 20.674.159	\$ 20.667.106	\$ 20.659.898	\$ 473.978.288

Cambio Porcentual en el Precio	5,00%
Tasa de Retorno	3,75%
Valor Presente Neto	417.455.530
Tasa Interna de Retorno	34,40%

[Volver al Menú Inicial](#)

9. CONSIDERACIONES FINALES

Para concluir se puede determinar que el proyecto es viable a largo plazo a pesar de las dificultades que se pueden presentar a la hora de solicitar un crédito bancario, para lo cual es indispensable la búsqueda de socios inversionistas que puedan aportar una suma de capital voluminosa y de esta forma minimizar los costos a los que tiene lugar este proyecto.

En cuanto al entorno

Teniendo en cuenta que nuestro mercado objetivo principal es el sector de la artículos para cocina. Este mercado consume el 90% del total de nuestra producción de manufacturas; en el país Boliviano se logra evidenciar que hay un mercado potencial ya que el crecimiento que presenta este sector anualmente es considerable y continua creciendo ya que es un sector que aporta un buen porcentaje a su PIB, si esta tendencia continua tendremos un crecimiento en nuestras ventas.

Análisis técnico : En modelo anteriormente elaborado se pudo observar un flujo de caja positivo con un bueno comportamientos en cada uno de sus periodos ya que respondió a la tasa esperada por los inversionistas (3,67 %Mensual)podemos concluir que es un proyecto totalmente viables por los resultados arrojados en el VPN ya que es mayor 0 ,y cuanto al TIR También nos manifiesta los mis que es viable ya que el mayor a la tasa esperada por los inversionistas ,

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Trade Nosis (2013, marzo)

Productos de Colombia (2013, marzo)

SERVICIO AL EXPORTADOR. La Paz (2011)

Disponible en

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/1025350155rad40F44.pdf>

SANTA CRUZ DE LA SIERRA (2013)

Disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Santa_Cruz_de_la_Sierra

ANALISIS ESTRUCTURAL DEL SECTOR ESTRATEGICO DE PLASTICOS. (2010)

Disponible en

[:http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/2204/1/52992493-2010.pdf](http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/2204/1/52992493-2010.pdf)

EL EMPAQUE, (2013) “Participación por productos plásticos en el mundo”

Disponible en

http://www.elempaque.com/ee/secciones/EE/ES/MAIN/N/NOTICIAS3/doc_89645_HTML.html?idDocumento=89645

REFERENCIA DE PRECIOS (2013)

Disponible en

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

SALARIOS

Disponible en

www.finanzaspersonales.com.co

EMPRENDIMIENTO SENA (2013)

Disponible en

emprendimiento.sena.edu.co

REGISTROS PUBLICOS (2013)

Disponible en:

amamedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2013/tarifas_registrospublicos, Abril 27 de 201