



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER

FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN DE MASCARA FACIAL LED

INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNÓLOGO EN

COMERCIO INTERNACIONAL

LAURA ECHEVERRI ARISMENDI

DERLY ABONCE RODAS

PROFESOR GUÍA: KAREN LÓPEZ

2019

AGRADECIMIENTOS

Las gracias de ante mano a todas las personas que nos ayudaron a iniciar este camino de estudiar comercio exterior, a nuestros familiares por hacerlo posible y por todos los principios y valores que nos inculcaron para ser buenos seres humanos y luchar por nuestros sueños y no rendirse jamás. A los profesores que siempre fueron amigos en este camino de ser profesionales y nos apoyaron con su conocimiento para realizar este proyecto que con su amor, paciencia y dedicación siempre nos enseñaron sus conocimientos. A Dios ante todo por permitir llegar a este momento anhelado de poner en práctica todos nuestros conocimientos aprendidos en estos años de estudio y esfuerzo.

ÍNDICE

Contenido

AGRADECIMIENTOS	2
CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	16
1.1 Nombre De La Empresa Y Marca	16
1.2 Tipo de Empresa	17
1.3 Descripción de la Empresa.....	18
1.4 Visión y Misión de la empresa.....	19
1.4.1 Misión.....	19
1.4.2 Visión.....	20
1.5 Relación Producto o Servicio.....	20
1.6 Ventajas competitivas.....	21
1.6.1 Ventajas del producto.....	22
1.7 Trámites y Costos.....	23
CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR	24
2.1 Entorno	24
2.2 Sector o Industria.....	38
2.3 Cadena de valor en el sector Comercio.....	40
CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	41
3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	42
3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios	42
3.4 Cuantificación de los clientes potenciales de bienes y/o servicios.....	43
3.5 Mercado Competidor	49
3.6 Mercado Distribuidor.....	51
3.6.1 Distribución Directa.....	51
3.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)	51
3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación	52
3.7.1 Comunicación.....	52
3.8 Plan de Ventas.....	55
CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL	57
4.1 Tratados Comerciales	57
4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios	57

4.3 Requisitos y Vistos Buenos	58
4.4 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora	58
4.5 Participación en Ferias Especializadas	59
4.6 Rutas de Acceso.....	62
4.7 Liquidación de costos de importación y precios de exportación.....	65
CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO	66
5.1 Descripción del proceso de producción.....	66
5.2 Capacidad de producción	69
5.3 Plan de Producción.....	70
5.4 Recursos materiales y humanos para la producción	70
5.4.1 Locaciones	70
5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.....	71
5.4.3 Requerimientos de materiales e insumos.....	72
5.4.4 Requerimientos de servicios.....	73
5.4.5 Requerimientos de personal.....	74
CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.....	78
6.1 Estructura Organizacional del Negocio	78
6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional.....	78
6.1.2 Organigrama Estructura Personal.....	79
6.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados	81
6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio.....	82
6.2.1 Locaciones Empresa	82
6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres.....	82
6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área.....	84
6.2.4 Requerimientos de servicios por área.....	88
CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL.....	89
7.1 Tipo de Organización empresarial.....	89
7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas.....	90
CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO	91
8.1 Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad	91
8.2 Aportes de Capital de los Socios	92
8.3 Créditos y Préstamos Bancarios.....	92
8.4 Precios de los Productos	93

8.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos.....	93
8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos.....	94
8.5 Ingresos y Egresos.....	94
8.5.1 Ingresos.....	94
8.5.2 Egresos.....	95
8.5.3 Estados Financieros.....	100
8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad.....	103
CONCLUSIONES.....	111
Bibliografía	112

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1 Registro mercantil.....	16
Ilustración 2 Industria y comercio.....	17
Ilustración 3 Código CIIU.....	19
Ilustración 4 Mascara facial led.....	21
Ilustración 5 Detalles del producto	21
Ilustración 6 trámites y costos	23
Ilustración 7 Mapa de Medellín.....	43
Ilustración 8 Estratos socioeconómicos	44
Ilustración 9 Tasa de ocupación en Medellín.	45
Ilustración 10 Comunas de Medellín.....	48
Ilustración 11 Logo de la empresa	52
Ilustración 12 Logo de la máscara LED.....	53
Ilustración 13 Mascara facial led.	53
Ilustración 14 Rutas de acceso.	63
Ilustración 15 Navieras.	64
Ilustración 16 Cotización de transporte marítimo.....	64
Ilustración 17 Liquidación de importación	65
Ilustración 18 Diagrama de flujo.	69
Ilustración 19 Imagen del local.....	71
Ilustración 20 Servicios.	73
Ilustración 21 Organigrama Organizacional.....	78
Ilustración 22 Requerimientos y material de oficina.....	84
Ilustración 23 Implementos de aseo.	87

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Entornos y sectores.....	24
Tabla 2 Competidores.....	50
Tabla 3 Plan de ventas.....	56
Tabla 4 Plan de ventas- 5 años.....	56
Tabla 5 Precio del producto.....	58
Tabla 6 Costo del producto.....	59
Tabla 7 Costo de feria.....	61
Tabla 8 Proceso de importación.....	66
Tabla 9 Plan de ventas. - 1 año.....	70
Tabla 10 Muebles y enseres.....	72
Tabla 11 Cantidad a importar.....	72
Tabla 12 SALARIAL DE NÓMINA MENSUAL DIRECTOR COMERCIAL.....	74
Tabla 13 SALARIAL DE NÓMINA MENSUAL NEGOCIADOR INTERNACIONAL.....	76
Tabla 14 Funciones y responsabilidades de cada área.....	80
Tabla 15 Costos del personal.....	81
Tabla 16 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres de todas las áreas.	82
Tabla 17 Requerimientos de servicios para toda la empresa.....	88
Tabla 18 Certificaciones y gestiones.....	90
Tabla 19 Tasas.....	91
Tabla 20 Aportes de capital de socios.....	92
Tabla 21 Tabla de préstamos anual.....	93
Tabla 22 Precios del producto y utilidad.....	94
Tabla 23 Ventas totales del producto.....	94
Tabla 24 Inversiones.....	95
Tabla 25 Gastos preoperativos disponibles.....	95
Tabla 26 Costos variables y fijos.....	95
Tabla 27 Inventarios.....	96
Tabla 28 Inversiones exigibles y disponibles.....	96
Tabla 29 Costos variables.....	97
Tabla 30 Costos fijos.....	97
Tabla 31 costos fijos de administracion.....	98
Tabla 32 costos fijos de comercialización y ventas.....	98
Tabla 33 Resumen de costos.....	99
Tabla 34 Estado de resultados.....	100
Tabla 35 Flujo de caja y VPN del Inversionista.....	101
Tabla 36 Flujo de caja mensual del proyecto.....	102
Tabla 37 Cambio precio.....	103
Tabla 38 Cambio cantidades.....	104
Tabla 39 Cambio variables.....	104
Tabla 40 Cambio costos fijos.....	105
Tabla 41 Estado de resultados.....	106
Tabla 42 Flujo de caja anual del inversionista.....	107

Tabla 43 Flujo de caja inversionista.....108

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

1. ARL: Administradora de riesgos laborales.
2. DIAN: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
3. EPM: Empresas Públicas de Medellín.
4. EPS: Entidad Promotora de Salud.
5. S.A.S.: Sociedad por Acciones Simplificada.
6. PIB: Producto Interno Bruto.
7. RUT: Registro Único Tributario.
8. IVA: Impuesto al valor agregado
9. VAN: Valor actual neto
10. TIR: Tasa interna de retorno
11. VPN: Valor presente neto

GLOSARIO

Cualitativa: Es un adjetivo, que determina la calidad o cualidad de algo.

Cuantitativa: Se mide con números, se debe entregar información exacta y clara para realizar una medición.

TIR: Tasa interna de retorno, que se utiliza para medir la rentabilidad que ofrece una inversión.

Iva: impuesto a la renta, donde se paga por un bien o un servicio.

Proyecto: Es una idea que se proyecta y se piensa hacer, con los medios necesarios para lograr resultados óptimos en un lapso determinado.

Importación: Es trasladar mercancías o servicios a través de medios de transportes, en el cual se busca que vaya de un país a otro para ser distribuido en el interior de este.

Mercado: Es la transacción o intercambio de bienes y servicios entre varias personas, donde se busca suplir la demanda que el consumidor requiere.

Factibilidad: Es poder cumplir con una meta que se proyecta en cualquier lapso de tiempo, cumpliendo los objetivos propuestos con los recursos necesarios.

Prefactibilidad: Es la investigación que se hace antes de iniciar un proyecto, para verificar las ventajas y desventajas que este conlleva.

Empresa: Es una estructura organizacional que se crea con el fin de lograr fines económicos y comerciales para poder suplir las necesidades del mercado.

ABSTRACT

When you have the idea of introducing an imported innovative product into the market, to generate money and start a business, you first start by creating the company and the needs of the market, creating a need in the market or improving existing products. The constitution of a company legally requires a thorough study of all the expenses and costs that are necessary for this to be possible.

The company Beauty Girls S.A.S is a microenterprise that is located in the city of Medellín, Antioquia and whose economic activity is aimed at the importance and commercialization of products for health and beauty. The objective of the company is to be able to introduce products that help and facilitate personal care and health in general.

To carry out the project, the environments that indirectly and directly affect the company were analyzed, such as the social, political, legal and technological fields. In this study, the current opportunities and threats that the project has at the time of execution could be identified.

A very attractive and wide market is identified for the commercialization of the products of the company BEAUTY GIRLS S.A, having several objectives in terms of sales, positioning, advertising that allow the company and the brand to be recognized in the national market. The viability of the project will also be analyzed financially, to define with this information

A very attractive and wide market is identified for the commercialization of the products of the company BEAUTY GIRLS S.A, having several objectives in terms of sales, positioning, advertising that if the project can be started successfully.

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Beauty Girls S.A.S es una microempresa que se encuentra ubicada en la ciudad de Medellín Antioquia, cuya actividad económica está dirigida a la importación y comercialización de productos para la salud y la belleza. Se trata de una Máscara Facial Led con tecnología fotónica, que ayuda a mejorar y rejuvenecer el aspecto de la piel, actúa como un tratamiento anti-edad y antiarrugas, actúa con luz roja, azul y amarilla y está elaborada con material ABS, su tamaño es de 21*15,5*11 cm/8,27*6,10*4,33 pulgadas. Este producto es importado desde China, aunque no existe un tratado de libre comercio con Colombia, es un país que está determinado como la segunda potencia del mundo, y sigue siendo muy atractivo para la importación por los bajos costos de producción que favorece a los compradores internacionales.

Para llevar a cabo el proyecto se analizaron entornos que afectan directa e indirectamente la empresa, tales como: el ámbito social, económico, político legal y tecnológico. En este estudio se pudieron identificar oportunidades y amenazas actuales que tiene el proyecto al momento de ejecutarse, aunque Colombia no es altamente competitivo en el mercado internacional si es un país donde su índice económico va en crecimiento en los últimos 4 años, además su Pib Per Capital va en aumento en el último año y es algo que nos favorece porque las personas tienen un mayor poder adquisitivo, por lo que llegaremos a estratos sociales 4, 5 Y 6 donde el mercado objetivo son los hombres y mujeres que oscilen entre edades de 25 a 55 años, que busquen cuidar su aspecto personal, se tendrá como meta vender 1050 unidades mensuales, logrando así un crecimiento anual del 2.8%, se dará a conocer el producto a través de redes sociales, ferias, publicidad, pagina web y será de gran ayuda para que la empresa y la marca sean reconocidas en el mercado nacional.

Finalmente, se realizó un estudio financiero donde se logra establecer que es un proyecto viable, ya que la tasa de rentabilidad esperada es de 2.42% y la tasa que ofrece el proyecto es de 16,53%, el valor presente neto es muy positivo, lo cual es un proyecto que desde el primer año brinda ganancias y es muy rentable para ser un producto nuevo.

INTRODUCCIÓN

Realizar un estudio para Invertir en un proyecto, cuyo objetivo sea determinar si es posible generar una rentabilidad económica, con un producto o servicio que satisfaga las necesidades de las personas, de manera positiva, eficiente y rentable, destinando el capital monetario que se posee, de la manera más productiva. Lo que requiere de buena estructura y análisis para llevar a cabo de manera adecuada el cómo invertir y distribuir los recursos, y tener certeza de invertir en el proyecto y que genere buenas ganancias monetarias, y de esta forma determinar si éste es viable o no.

Cuando se realiza un Plan de Negocios, su objetivo es recopilar toda la información más importante para la compañía y para su mercado. En el plan de negocios se definen los objetivos, y se determinan las estrategias que se desarrollarán para llegar a cabo el proyecto, así como también los retos que se deberán de superar y las herramientas y mecanismos que se utilizarán para avanzar con el objetivo principal.

El emprendimiento tiene como objetivo realizar el Plan de Negocios importando y comercializando la Máscara facial LEDMASK, se expondrán los estudios relevantes para el desarrollo del proyecto, y los aspectos financieros que ayuden a determinar la decisión correcta.

La idea del Plan de negocios se trata sobre la comercialización de una Máscara facial LED, la LEDMASK en el mercado nacional en la ciudad de Medellín, ayudando a satisfacer las necesidades de más personas con la máscara facial para mejorar el aspecto de la piel del rostro.

Todo negocio comienza con una idea, teniendo en cuenta las exigencias del mercado realizando unos estudios de mercado que mitiguen los errores en el proceso, evitando pérdida de

dinero y tiempo, para lo que las estrategias y herramientas deben de estar bien definidas a la hora de comenzar con el proyecto.

En el Plan de Negocios se analizarán los siguientes aspectos:

- Análisis de Mercado
- Análisis social
- Análisis Político
- Análisis Financiero
- Análisis Legal

Por medio de la metodología requerida para desarrollar este emprendimiento y determinar su viabilidad.

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 Nombre De La Empresa Y Marca

Para el desarrollo de este proyecto se constituyó una empresa legalmente de actividad comercial, la cual tiene un nombre o razón social Beauty Girls S.A.S, con este nombre se quiere resaltar la belleza de todas las mujeres y quiere expresar que se enfoca en comercializar productos para el cuidado de la belleza.

Ilustración 1 Registro mercantil

El Registro Mercantil permite a todos los empresarios ejercer cualquier actividad comercial y acreditar públicamente su calidad de comerciante.

Número de Identificación

Nombre / Palabra Clave

Matrícula / Inscripción

Localice comerciantes por su razón social o nombre.

BEAUTY GIRLS

Consultar

Fuente: Industria y comercio

De acuerdo con la imagen anterior se puede confirmar que el nombre que se quiere utilizar en para nombre de la empresa no está registrado en el país aún y se puede usar el nombre en Colombia.

La empresa Beauty Girls S.A.S realizará importación y la máscara facial.

Ilustración 2 Industria y comercio

9.0.25395 - PTOEXTAPP2

INDUSTRIA > Búsqueda de solicitudes de Patente/Modelo de Utilidad/P

Puede utilizar los símbolos comodín (* y ?) para ampliar su búsqueda, y las comillas para buscar frases, co
Se pueden utilizar los operadores booleanos AND, OR, NOT, asteriscos y comillas en su consulta de búsqueda

⊖ Criterio de búsqueda

Palabra clave/Número de expediente LEDMASK

Buscar Limpiar Búsqueda Avanzada

Cra 13 No. 27-00 pisos 1, 3, 4, 5, 6, 7 y 10 PBX: (571)5870000 Call center: (571)592044
www.sic.gov.co e-mail: contactenos@sic.gov.co Bogotá D.C.

Política de privacidad | Política editorial | Créditos | Webmaster: contactenos@sic.gov.co

Para su información
Su búsqueda no produjo resultados.

Fuente: <https://www.sic.gov.co/>

El resultado de la búsqueda de LEDMASK mostró que la marca es registrable en el país y el producto puede llevar ese nombre.

1.2 Tipo de Empresa

Beauty Girls S.A.S se constituyó como una S.A.S sociedad anónima simplificada bajo la ley 1258 de 2008, dispuesto por las Cámaras de Comercio del país.

Los beneficios de crear una S.A.S tienen muchos para las empresas, algunos de los más relevantes son:

- Puede conformarse con tal solo un socio o varios.
- No se afecta el patrimonio familiar ni personal de los socios accionistas
- No se requiere de un capital mínimo para constituirse y se puede hacer con

la cantidad que se quiera.

- Los accionistas crean sus propias reglas en la empresa
- Se puede crear la empresa a través de documentos privados lo que facilita su creación y disminuye el tiempo
- Se puede elegir cualquier tipo de contratación de personal
- Facilita su liquidación ya que no necesita revisiones ni trámites de aprobación de inventario de la superintendencia de sociedades.

1.3 Descripción de la Empresa

Beauty Girls S.A.S es una microempresa ubicada en la ciudad de Medellín, que realiza actividades de importación y comercialización de productos innovadores para el cuidado personal.

Se clasifica con el código CIIU 4644 “Comercio al por mayor de aparatos y equipo de uso doméstico”

Ilustración 3 Código CIIU

Por palabra clave | **Por código CIIU**

Búsqueda por código CIIU

Seleccione el método de búsqueda:

Por código CIIU Estructura detallada

Digite el código:

SECCIÓN >>				
Seleccionar	Código CIIU	SHD	Descripción	Nota Explicativa
<input type="checkbox"/>	4644		Comercio al por mayor de aparatos y equipo de uso doméstico	Ver Nota

Fuente: www.ccb.org.co

- La empresa de Mascara facial led pertenece al sector terciario y al subsector de comercio y servicios.
- Código CIIU que corresponde a la empresa de Mascara facial led es el 4644 “Comercio al por mayor de aparatos y equipo de uso doméstico”. comercio, s.f.).

1.4 Visión y Misión de la empresa

1.4.1 Misión

Beauty Girls S.A.S es una compañía apasionada por el cuidado personal y la belleza de las mujeres, comprometidos en ofrecer productos de alto nivel de innovación que integren la tecnología con el cuidado personal, trayendo las últimas tendencias en el mundo.

1.4.2 Visión

Beauty Girls S.A.S estará en el año 2022 como una de las empresas más reconocidas de Colombia en el sector cosmético, por ser una empresa con productos innovadores con tecnologías revolucionarias que impacten el mercado y al consumidor.

1.5 Relación Producto o Servicio

Para penetrar en el mercado nacional en Colombia, se eligió la máscara LED MASK para traer un producto revolucionario e innovador que sea efectivo, seguro y fácil de utilizar.

Ficha técnica: Mascara Facial Led con tecnología fotónica que ayuda a mejorar y rejuvenecer el aspecto de la piel, actúa como un tratamiento anti-edad y antiarrugas, tiene un efecto de suavidad para la piel, donde le brinda elasticidad y rejuvenecimiento y donde le permite hacer más de 10 veces de efecto que hacen otros productos. Actúa con luz azul, roja y amarilla, es elaborado en material ABS, cuenta con un tamaño de 21*15,5*11 cm/8,27*6,10*4,33 pulgadas. Luz azul 470nm – 495nm actúa como eliminación de arrugas e hidrata la piel. Luz roja 620nm – 750m blanquea la piel y reduce las líneas de expresión, cierra los poros. Luz amarilla 590nm – 620nm, fortalece los músculos y aumenta la elasticidad de la piel, lo recomendable es usar esta máscara entre 15 y 20 minutos diarios, este producto se distribuye de manera individual en su respectiva caja. (Aliexpress, s.f.).

Ilustración 4 Mascara facial led



Fuente: Aliexpress

1.6 Ventajas competitivas

Ilustración 5 Detalles del producto

Detalles del artículo	
Nombre de la marca	little dolphin
Fuente de energía	Ninguno eléctrico
Material	ABS
Función	Rejuvenecimiento de la piel
Función	La piel Mouisture
Proceso de fabricación	Fabricado a máquina
Tipo	LED Facial Mask
Size	21*15.5*11cm/ 8.27*6.10*4.33inch (approx.)
Light Color	Red, Blue, Yellow
Application	Home Use, Salon
Blue Light	470nm-495nm
Red Light	620nm-750nm
Yellow Light	590nm-620nm

Fuente: Aliexpress

1.6.1 Ventajas del producto

La máscara LED es un producto novedoso y multifuncional que posee muchas características que sobresalen por ser un producto económico y fácil de utilizar.

- La máscara es un producto fácil de usar y que tiene resultados satisfactorios.
- Aporta múltiples beneficios a la piel, ayudando a combatir diferentes problemas en la piel.
- Puede usarlo cualquier persona sin importar la edad, no tiene efectos secundarios.
- Requiere de poco tiempo de uso para que realice su función en la piel.
- Es perdurable de materiales de buena calidad
- Sistema recargable no requiere de pilas contribuyendo a la no contaminación.
- Precio accesible.
- La empresa no apoya ni hace pruebas en animales.

1.6.2 Servicios

La empresa cuenta con un servicio al cliente de postventa en el que se pueden hacer todo tipo de observaciones, quejas y sugerencias o algún problema que haya tenido con el artículo, así como también una guía para su uso vía telefónica, o e-mail. También se enviarán promociones y portafolio de los productos y de las nuevas líneas.

1.6.3 Garantía

Beauty Girls S.A.S ofrece una garantía por defecto de fábrica y por calidad durante 3 meses, en donde si el producto llegara a fallar, la empresa repone el producto al cliente. No cubre golpes o daños por mal manejo.

1.7 Trámites y Costos

Ilustración 6 trámites y costos

Descripción del trámite o gestión	Entidad encargada del proceso	Días para el trámite	Valor
Impuesto de registro	Cámara de comercio	1	\$ 70.000,00
Matricula de persona jurídica	Cámara de comercio	1	\$ 131.000,00
Constitución de la sociedad	Cámara de comercio	1	\$ 34.000,00
Formulario de registro mercantil	Cámara de comercio	1	\$ 5.500,00
Inscripción de los libros	Cámara de comercio	1	\$ 12.000,00
Bomberos	Dirección nacional de bomberos	1	Gratis
			\$ 252.500,00

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1 Entorno

Con un análisis del entorno se busca identificar los factores que afectan positiva y negativamente el desarrollo de la compañía, y así determinar qué tan exitosa puede ser la empresa en el mercado nacional.

En la siguiente tabla se analizarán los factores:

Tabla 1 Entornos y sectores.

ECONOMICO			
VARIABLE	DESCRIPCION	COMENTARIOS	ANALISIS
INDICE DE COMPETITIVIDAD	Mide que tan competitivo es un país en el mercado internacional, con respecto a los demás países.	2018 – # 60 de 140 2017 – # 66 de 140 2016 # 60 2015 # 60 2014	Colombia es considerado un país medianamente competitivo, por lo que necesita mejorar para ser realmente competitivo en el

			mercado internacional.
PIB-5 AÑOS	Producto interno bruto	<p>2019 – 3.4%</p> <p>2018 – 2.7%</p> <p>2017 – 1.4%</p> <p>2016 – 2.1%</p> <p>2015 – 3.0%</p>	La economía del país ha venido en crecimiento en los últimos 4 años, lo cual es muy positivo para el país y el proyecto.
PIB PER CAPITA	Indicador de riqueza de las personas	<p>2018 – 5.632€ 6.205,96 Usd (Anual)</p> <p>2017 – 5.599€ 6.169,59 Usd (Anual)</p> <p>2016 – 5.240€ 5.774,01 Usd (Anual)</p> <p>2015 – 5.488€ 6.047,28 Usd (Anual)</p>	El nivel de vida de las personas en Colombia ha venido mejorando en los últimos años, esto es positivo porque las personas tienen más poder adquisitivo.

		2014 – 6.021€ 6.634,60 Usd (Anual)	
TRM	Tasa representativa del dólar, cambio al peso colombiano	2019 - \$ 3.427,29 (Septiembre) 2018 – \$ 3.046,76 (Agosto) 2017 - \$ 3.055,57 (Agosto) 2016 – \$ 3.110,43 (Agosto) 2015 – \$ 3.282,51 (Agosto)	El precio ha venido aumentando en los últimos 5 años, se debe realizar una proyección de la TRM a 5 años a futuro, para determinar el precio del producto, ya que el costo del producto de importación puede aumentar.

<p>IPC GENERAL</p>	<p>Mide en promedio el costo de la canasta familiar</p>	<p>2018 – 3.2% 2017 – 4.1% 2016 – 5.8%</p>	<p>El costo de la canasta familiar ha bajado los últimos 3 años, lo que es muy positivo para la economía de las personas y puedan gastar más en otros bienes.</p>
<p>VENTAS MINORISTAS</p>	<p>Ventas al detal con respecto al año anterior</p>	<p>Crecimiento del 8.6% Año 2019</p>	<p>Este indicador es muy positivo para la comercialización del producto, ya que en el proyecto también se tendrá un canal directo distribución, de ventas al detal para llegarle al consumidor final.</p>

BALANZA COMERCIAL IMPO - EXPO	Analiza la economía del país a partir de sus exportaciones e importaciones.	2019	Esto quiere decir que se consumen más productos importados y se exporta menos, lo cual es positivo en este caso para el proyecto ya que se importará.
		2017 -7.254,3 M.€ (7.993,26 M.Usd)	
		2016 -11.854,3 M€ (13.062,04 M.Usd)	
		2015 -16.267,5 M€ (13.517,13 M.Usd)	
		2014 -6.904,1 M.€ (7.607,71 M.Usd)	
		2013 -431,6 M.€ (475,58 M.Usd)	
		SOCIAL	
DESEMPLEO	Porcentaje de personas desempleadas en el país	2019 – 10.7% 2018 – 9.7%	Él desempleo ha aumentado con respecto al año pasado lo que se traduce a menos personas

			comprando activamente en el mercado.
INDICE DE DESARROLLO HUMANO	Analiza 3 variables: la educación, la salud, y los ingresos, así como la larga vida y saludable, los conocimientos y el nivel de vida digno	2018 - # 89 de 189 2017 - # 90 de 189 2016 - # 89 de 189 2015 - 160 de 189	El nivel de vida de las personas ha mejorado, las personas tienen mejores niveles de educación, mayor acceso a bienes y servicios.
POLITICO			
SISTEMA POLITICO	Colombia es un sistema Presidencial Democrático.	El presidente es elegido por el pueblo y para el pueblo, donde se apoya la igualdad y se promueve el desarrollo en las personas.	Es de gran importancia para todos los individuos poder otorgar un voto de libre expresión donde se puedan abarcar varias ideas.

<p>CORRUPCION GUBERNAMEN TAL</p>	<p>Según el Foro económico mundial, en Colombia la corrupción es una de las barreras que entorpece las relaciones comerciales para finiquitar negocios.</p>	<p>Colombia cuenta con un puntaje de 3.5% de alto nivel de corrupción para el año 2010, de 178 países que se hizo la investigación Colombia está ubicada en el puesto 78 como uno de los países más corruptos a nivel mundial.</p>	<p>Vivimos en un país con alto índice de corrupción, esto afecta notablemente los negocios y los proyectos que queramos emprender.</p>
<p>PAZ</p>	<p>Este proceso de dialogo inicio desde 1982 con el fin de que las Farc abandonaran sus armas, fue fallido en 6 ocasiones, pero en el 2018 el presidente</p>	<p>Existen 3.572 colombianos privados de libertad, 412.000 desplazados, 717 soldados muertos en combate, y 2.088 campesinos muertos.</p>	<p>En la actualidad existe un conflicto entre las partes, en el cual las Farc anuncia el regreso de volver a las armas y dejar el proceso de paz. Esto genera incertidumbre</p>

	Santos logró la firma de este acuerdo.		para el País y trae consecuencias de seguridad.
LEGAL			
IMPUESTOS	Los impuestos son los tributos legales que se paga al gobierno con el fin de soportar las ganancias.	Existen varios impuestos: Impuesto valor agregado - Impuesto a la renta - Impuesto de Industria y Comercio	Iva: para el año 2019 es del 19%. Impuesto a la renta: para el año 2019 es del 33%. Impuesto de Industria y comercio: Es por actividad de comercialización.
CREACION DE EMPRESA- INCENTIVOS	La creación de empresa formal en Colombia la ha fortalecido el Gobierno Nacional al incrementar recursos e incentivos que	Las empresas constituidas como SAS tienen mayores beneficios frente a las anónimas o ilimitadas, esta	A pesar de los problemas económicos que afrenta el país, cada día se crean nuevas empresas que triunfan en el

	<p>fomenten el desarrollo empresarial, a través de los cumplimientos en los requisitos como es la Cámara de Comercio, matrícula mercantil, entre otros.</p>	<p>primera representa el 96% de las empresas que se crean cada mes en el territorio colombiano.</p>	<p>futuro, entre estas están las que tienen mayor innovación, las tecnológicas, las comerciales y las industriales, entre otras, esto promueve el crecimiento económico del país y genera más empleo.</p>
<p>LEYES NORMAS DECRETOS</p>	<p>La ley 1429 del 2010 busca impulsar a los nuevos emprendedores de las pequeñas empresas que no superen los 50 empleados y que sus activos no sean</p>	<p>Se busca que los tramites sean de mayor facilidad y acceso para cualquier persona que desee emprender un nuevo negocio formal.</p>	<p>Esta ley es para las personas que generen empleo y que busquen nuevas alternativas en el pago de parafiscales y en impuestos.</p>

	<p>mayores a 5.000 salarios mínimos.</p> <p>Normativo de comercio exterior Decreto 4048 de 2008 artículo 27°, numeral 2°, establece las funciones de control a las Operaciones de Comercio Exterior que ejercer a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN</p> <p>Nuestro Estatuto Aduanero</p> <p>En cuestión aduanera, Colombia se rige por el Decreto Ley 2685 de 1999 con la Resolución</p>		
--	--	--	--

	<p>Reglamentaria 4240 de 2000.</p> <p>Estatuto Aduanero en el numeral 25 del artículo 189 de la Constitución Política, de 1991.</p> <p>Régimen de Importación</p> <p>Art. 1° Decreto 2685 de 1999)</p>		
TEGNOLOGICO			
<p>INFRAESTRUCTURA - CARRETERAS</p>	<p>Colombia se encuentra ubicado en el puesto 109 de 137 países en desarrollo de infraestructura, algo que no lo hace muy competitivo a nivel internacional.</p>	<p>Las vías de 4G han sido vulneradas por las ineficiencias en manejos financieros que ocupa la firma Odebrecht.</p>	<p>La dependencia que tiene Colombia frente al sistema carretero hace que sea más frágil en el ámbito del desarrollo de infraestructura para lograr ser</p>

			<p>más competitivo y articular modos de transportes alternos que cumplan con la exigencia del consumismo y logren una disminución en los costos logísticos.</p>
<p>PUERTOS</p>	<p>Colombia cuenta con 10 puertos, los cuales representan el 94% de las mercancías que transitan a través de este sistema.</p>	<p>Puertos actuales: Guajira, Santa Marta, Ciénaga, Barranquilla, Cartagena, Golfo de Morrosquillo, Urabá, San Andrés, Buenaventura y Tumaco.</p>	<p>El puerto mas importante en Colombia por el que transita la mayor parte de las mercancías es el de Buenaventura con una participación del 70%, lo cual es considerado como</p>

			uno de los mejores.
AEROPUERTOS	En la actualidad se están desarrollando 15 aeropuertos en Colombia los cuales 2 se entregan este año, se tiene estimado una cifra de 1.300 millones para su ejecución.	Las obras que serán entregadas en este segundo semestre serán la de Leticia y Pasto.	Este desarrollo trae nuevas alternativas para nosotros los emprendedores, ya que podemos ser mas competitivos y tener una mayor capacidad en la ampliación de nuevas pistas.

Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS GENERAL

Analizando todas las variables económicas, sociales, políticas, culturales, tecnológicas y legales se puede analizar que el proyecto de comercialización de las gafas LED sea positivo y viable desde el entorno económico, social, político y legal, al brindar una variación de los diferentes factores evaluados que suman positivamente al proyecto, aunque Colombia no es altamente competitivo en el mercado internacional si es un país donde su índice económico va en crecimiento en los últimos 4 años, además su Pib Per Capital va en aumento en el último año y es algo que nos favorece porque las personas tienen un poder adquisitivo mayor. Lo otro que favorece al proyecto es que en los últimos cinco años se registran más importaciones que exportaciones. En el ámbito social existe un nivel de desempleo muy alto que viene en aumento lo cual preocupa el crecimiento del mercado laboral, aunque en la calidad humana es buena por el nivel de educación que existe en el país.

Otro de los beneficios que tiene la comercialización de nuestro producto es la facilidad que existe actualmente de crear empresa, el gobierno brinda apoyo a través de incentivos que permiten facilitar la realización del proyecto. En todo el manejo de infraestructura Colombia.

Frente al análisis tecnológico estamos importando un producto que está a la vanguardia de lo que el mercado está pidiendo, al traer un producto innovador y novedoso que permite solucionar problemas de salud y suplir necesidades específicas en el manejo de la belleza. También en el sector de infraestructura Colombia cuenta con diferentes puertos que facilitan la salida y entrada de mercancía, y esto nos permite tener una mayor visión del negocio al querer comercializar la máscara facial led.

2.2 Sector o Industria

El sector de comercio en Colombia se muestra con un margen bruto para el año 2017 de 17.6%, lo cual determina que es un indicador positivo para emprender negociación de comercialización de producto o servicio como es el caso de la máscara facial led.

En el caso de la rentabilidad del sector donde se calcula el rendimiento del capital, identificamos que en los últimos 5 años tiene un promedio de 2.42% que es positivo, pero que sin embargo en el año 2017 mostro una balanza negativa que perturba directamente a los accionistas del sector del comercio donde se ven afectados con sus ganancias. Tamaño del sector: El mercado en Colombia representa US\$ 3.000 millones al año, se encuentra ubicado en el cuarto puesto .

Competidores del sector: En Colombia, en el sector del comercio existen 3 compañías con mayor participación en el mercado nacional, las cuales la empresa no ve como una competencia directa, ya que son almacenes de cadena superiores financieramente a la empresa del proyecto; pero si podrían ser aliados estratégicos para distribuir la máscara LED.

Poder de negociación de los proveedores: Existen gran cantidad de proveedores de la máscara LED en China que producen de aparatos tecnológicos para la belleza, por lo que hay buen poder negociación, esto beneficia a la empresa ya que no depende de un solo proveedor para la importación y comercialización de la máscara LED. Al ser un producto importado el precio de importación variará según la fluctuación del dólar teniendo la TRM.

- Productos sustitutos: La tecnología que utilizan la máscara LED es una tecnología muy nueva en el mercado y existen 2 productos similares, se trata de otra máscara LED que cumple exactamente las mismas funciones, pero su diseño es totalmente diferente, y una cabina pequeña también trabaja con la misma tecnología LED.

- Poder de negociación de los clientes: Al ser un producto que no se comercializa directamente por ninguna otra empresa en el mercado nacional, se tiene un alto poder de negociación frente a los clientes, ya que no existe otro producto en el mercado nacional que lo sustituya y se venda directamente.
- Competencia: La empresa tiene como competencia indirecta algunas páginas que las comercializan a través de la venta online, en plataformas como Amazon, Mercado Libre, Olx y Aliexpress, pero sin embargo no existe ningún establecimiento en el que el producto pueda ser adquirido directamente en tienda física en la ciudad.
- Factores de éxito del negocio: El principal elemento clave para el éxito del negocio es la tecnología fotónica de avanzada tecnología LED, ya que es única en el mercado y combate múltiples problemas de la piel . El otro factor importante es que no existe una comercialización directa del producto en el mercado nacional.
- También las tendencias en las personas a cuidarse la piel Blanca apariencia en general, ya que cada vez más las personas tanto hombres como mujeres procuran cuidarse más su apariencia.

2.3 Cadena de valor en el sector Comercio.

Ilustración 7 Cadena de valor.

Esquema 7. Cadena de valor



Fuente: Porter y Kramer (2006)

En esta cadena de valor podemos identificar la actividad económica para la comercialización de la máscara facial led, donde tenemos actividades primarias que nos ayudan a identificar la logística en la creación del producto, para así lograr fidelizar al cliente y prestarle un mejor servicio, en la actividad de apoyo tenemos áreas que nos ayudan a respaldar todas las necesidades del cliente, como es el área de recursos humanos y de tecnología. (Cadena de valor, s.f.)

CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos de Mercadeo

La empresa tiene como objetivo introducir en el mercado de la belleza, la máscara LED y ubicarlo como uno de los productos más innovadores del mercado, para lograr esto se desarrollan unas estrategias de marketing para dar a conocer la tecnología y los beneficios del producto a los clientes potenciales.

Para conseguir el objetivo de que la máscara LED sea un producto de belleza indispensable para las mujeres y hombres, se debe enfocar el producto a las mujeres y hombres en la ciudad de Medellín, desde donde se expandirá en un futuro al resto del país. En Medellín se busca pioneros en el mercado con productos tecnológicos de belleza.

Objetivos a corto plazo

Hacer promoción del producto en redes sociales, como lo son Facebook, Instagram, con ayuda de influenciadores, para dar a conocer el producto, y que permitan llegar más público, logrando así cumplir el plan de ventas planteado.

Objetivos a mediano plazo

Realizar campañas en 20 establecimientos de belleza, como centros estéticos y Spas para el año 2024, en estas campañas se realizarán pruebas reales del producto en personas se obsequiarán regalos y rifsrn productos, asíncrono también se harán descuentos especiales en los productos de la empresa, para estas campañas publicitarias

Objetivos a largo plazo

Para el 2030 se pretende lograr el reconocimiento en el mercado nacional, tanto de la empresa, como la marca el producto, también se tiene como objetivo abrir 2 tiendas de la empresa en Medellín principalmente y Bogotá, para expandir el mercado y poder abarcar todo el mercado nacional con puntos estratégicos para su distribución en el país.

3.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

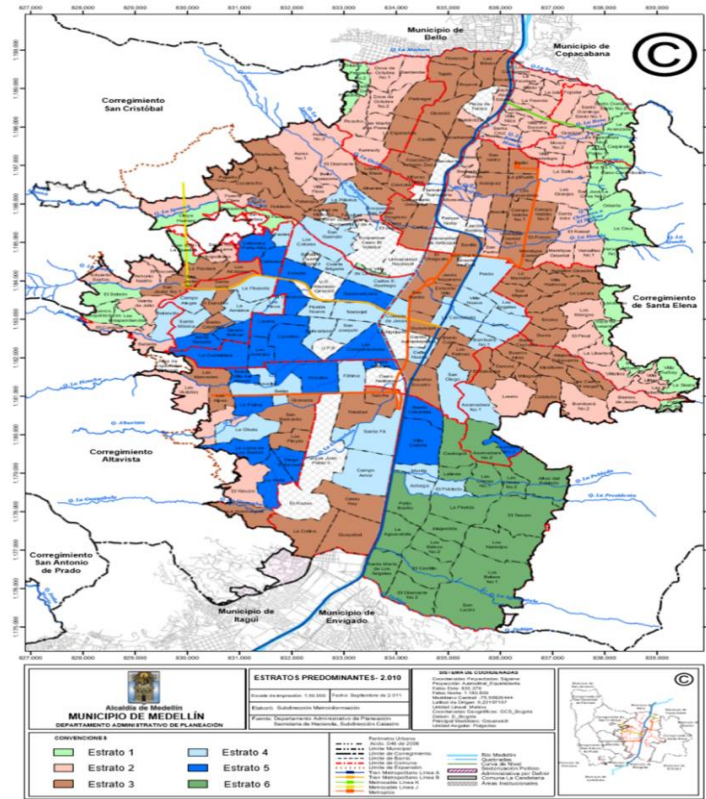
Para desarrollar las operaciones de la empresa, se debe definir mercado potencial. Para el proyecto la empresa se enfocará en los Spa de belleza, hombres y mujeres, con un nivel económico medio – alto, ubicados en los estratos 4, 5 y 6 del área metropolitana de Medellín, los barrios Laureles, Estadio , Belén América y El poblado.

3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

Para el proyecto de la importación y comercialización de Mascara facial se tendrán en cuenta variables como la centralización de las operaciones para la distribución del producto. El mercado objetivo son los hombres y mujeres con un nivel socioeconómico medio alto, que residan en estratos 4, 5 y 6, que estén en un rango de edad de los 20 a 50 años.

A continuación, verán el mapa de Medellín con la estratificación social de estratos 4, 5 y 6, el cual se busca captar a la mayor población posible para llegar a la venta esperada.

Ilustración 7 Mapa de Medellín



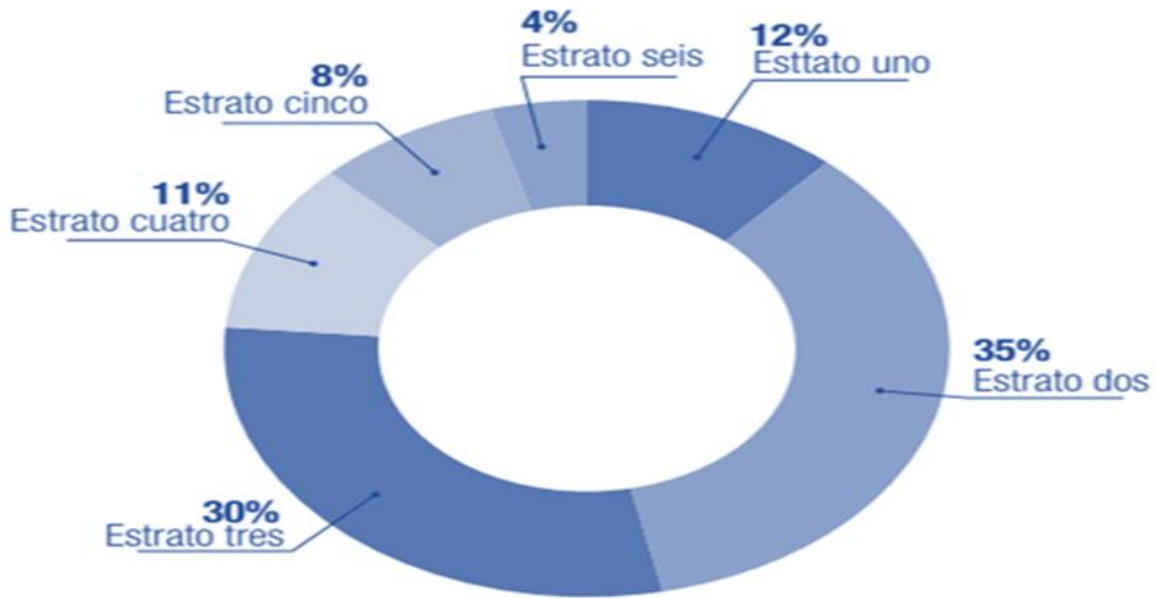
Fuente: (Medellín, 2019)

En este mapa encontramos la sectorización de estratos sociales en los cuales nos enfocaremos en los estratos 4, 5 y 6, donde existe una nivel socioeconómico mayor para adquirir la máscara facial, la idea es abarcar toda el área metropolitana ya que tenemos una oportunidad muy grande en los municipios aledaños.

3.4 Cuantificación de los clientes potenciales de bienes y/o servicios

En la siguiente ilustración podemos encontrar el porcentaje de participación que tiene cada estrato social según su nivel socioeconómico.

Ilustración 8 Estratos socioeconómicos



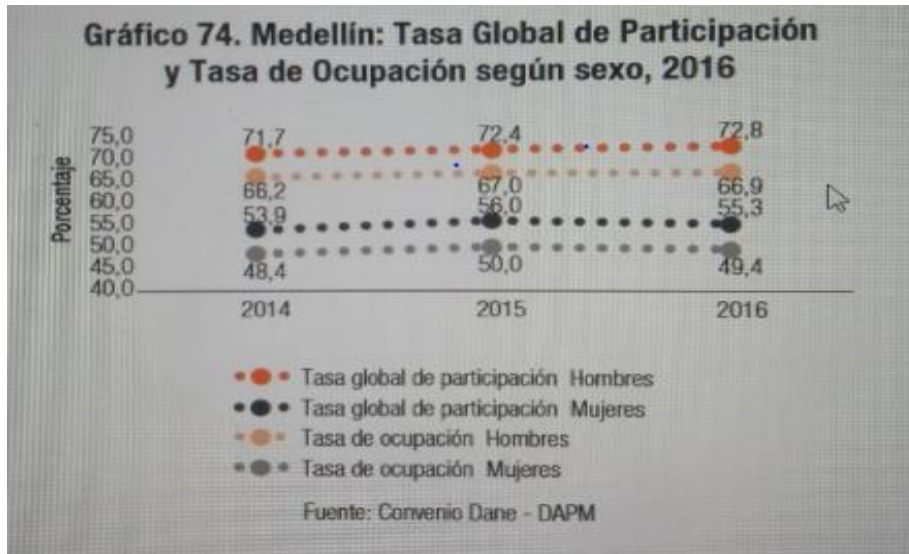
Fuente: (Medellín, Como vamos Medellín, 2016)

Viviendas por estratos sociales

En la ciudad de Medellín según encuesta del año 2017, existe un total de 824.807 viviendas, las cuales se mencionan las más representativas para el proyecto. En el estrato 4 existen 90.728 viviendas, en el 5 existen 65.894, y en el 6 existen 21.993.

En la siguiente imagen podemos ver la tasa global de participación y ocupación de hombre y mujeres en Medellín.

Ilustración 9 Tasa de ocupación en Medellín.



Fuente: (Medellín, Calidad de vida, 2016)

Para el año 2016 la participación de hombres y mujeres en el mercado se identificó que los hombres ocupan el mayor número en trabajar y llevar para la sustentación de la casa, mientras que las mujeres se han dedicado a ser amas de casa por largos periodos de tiempo, esto quiere decir que podemos abarcar una gran parte entre hombres y mujeres para la utilización del producto.

En la siguiente ilustración vemos el ingreso promedio por persona según la comuna en la que vamos a centrar el negocio, la primera es el poblado donde el ingreso per capital supera los 4 millones de pesos, seguido de laureles - Estadio, Belén y La América que son las comunas en el área de Medellín con mayor poder adquisitivo, por esta razón son los barrios seleccionados para vender el producto. No vamos a abarcar otros municipios como Sabaneta y Envigado ya que la capacidad de unidades importadas es suficiente para atender la demanda de estos sectores de Medellín (comuna, s.f.).

Ingresos promedio por persona según la Comuna

Comuna Media (\$)

- 1. Popular 474.494**
- 2. Santa Cruz 545.285**
- 3. Manrique 583.208**
- 4. Aranjuez 662.582**
- 5. Castilla 839.373**
- 6. Doce de octubre 646.801**
- 7. Robledo 785.871**
- 8. Villa Hermosa 702.280**
- 9. Buenos Aires 896.140**
- 10. La Candelaria 1.304.994**
- 11. Laureles Estadio 2.576.833**
- 12. La América 1.582.754**

- 13. San Javier 626.681**
- 14. El Poblado 4.305.156**
- 15. Guayabal 978.025**
- 16. Belén 1.388.098**

Indicador del desarrollo humano en las comunas de Medellín del año 2004 al 2011.

Ilustración 10 Comunas de Medellín.

Comuna	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1 - Popular	73,42	73,74	77,54	78,43	78,44	78,26	78,17	78,73
2 - Santa Cruz	74,23	73,70	77,31	77,69	79,24	78,89	78,57	80,60
3 - Manrique	75,62	76,89	80,58	82,22	81,99	81,18	80,45	81,20
4 - Aranjuez	76,96	76,45	80,81	80,72	81,34	81,09	82,04	83,91
5 - Castilla	79,93	80,57	83,01	83,47	83,20	83,33	84,73	86,26
6 - Doce de Octubre	77,73	76,97	81,16	81,07	81,30	81,02	82,21	83,47
7 - Robledo	80,05	78,68	81,81	81,69	82,04	82,23	82,89	83,80
8 - Villa Hermosa	75,48	76,76	79,54	80,89	80,39	80,32	80,89	82,28
9 - Buenos Aires	79,00	79,82	81,68	82,47	84,18	83,45	84,05	85,41
10 - La Candelaria	80,55	81,82	84,37	85,18	86,29	85,88	86,32	87,99
11 - Laureles Estadio	90,64	90,63	91,00	90,38	91,47	93,13	93,55	93,75
12 - La América	87,67	86,83	88,92	87,81	88,06	89,23	89,69	91,80
13 - San Javier	76,99	76,97	80,03	80,13	82,14	81,89	81,27	81,88
14 - El Poblado	92,72	94,29	95,24	96,20	96,80	96,88	96,96	97,32
15 - Guayabal	80,70	81,59	83,08	82,94	84,91	84,12	85,06	86,79
16 - Belén	83,54	85,49	88,05	88,53	87,79	88,77	88,05	90,05
Total Comunas	81,05	81,53	84,12	84,58	85,22	85,31	85,66	86,91
Corregimientos								
50 - San Sebastián de Palmitas	73,58	74,99	77,39	77,51	77,05	78,31	78,66	78,32
60 - San Cristóbal	77,05	76,96	79,16	78,65	79,52	79,82	80,97	82,52
70 - Altavista	73,94	74,54	78,25	79,22	79,55	80,27	79,73	81,31
80 - San Antonio De Prado	76,44	78,03	80,82	81,52	81,94	81,55	81,96	83,49
90 - Santa Elena	73,10	75,56	76,83	77,81	80,60	80,75	80,02	80,86
Total Corregimientos	75,61	76,93	79,52	80,00	80,53	80,70	81,13	82,58
Total Medellín	80,21	80,72	83,65	84,10	84,72	84,81	85,15	86,44

Fuente: (Medellín A. d., s.f.)

En este indicador podemos ver que el mayor desarrollo de calidad humana lo tienen los barrios que fueron seleccionados para distribuir nuestro producto.

3.5 Mercado Competidor

Siempre se debe tener en cuenta los competidores del proyecto, porque así se logra identificar las oportunidades y fortalezas que posee cada uno, y poder brindar a los consumidores finales un valor agregado que nos diferencie de nuestro competidor.

Tabla 2 Competidores.

NOMBRE EMPRESA	PRODUCTO	PAGINA WEB	PRECIO	FORTALEZAS	DEBILIDADES	DIVULGACION
Amazon	Led foton terapia mascara	https://www.amazon.es	USD 49,99	Es una plataforma que permite comprar on line, maneja precios accesible y lo mejor es que te llevan tu pedido hasta la puerta de tu casa.	Es una plataforma que no hace mucha publicidad, esto hace que no sea una empresa muy reconocida y a las personas les de desconfianza usarla.	Es reconocida a nivel mundial a traves de tv, y divulgación en las redes sociales.
Groupon	Dermovit	https://www.groupon.es/	USD 29,95	Es una plataforma que se da a conocer por una amplia base de correos electronicos que envia para la captación de sus clientes, donde se manejan descuentos constantes y un amplio portafolio.	No es muy reconocida, le falta trabajar más en publicidad, porque genera desconfianza para hacer el pedido.	Su publicidad se basa en enviar correo electrónico.
Aliexpress	Belleza fotón Led	https://es.aliexpress.com	USD 19,78	Es una plataforma reconocida mundialmente, maneja mucha variedad de productos y descuentos.	Una de las desventajas es el tiempo que demora la entrega del producto que es de 40 días despues de su solicitud.	Ya tiene su reconocimiento a nivel mundial, por eso se maneja a traves de la página por medio de su buscador.
Living Innovation	Facial steamer ligh Led	www.bizrate.com	USD 106,98	Es una plataforma que se utiliza a través de las redes sociales, donde segmenta su publico específico.	Solo se cancela a través de tarjeta de crédito.	Su divulgación la realiza por medio de Instagan y Facebook.
Mercado libre	Macscara magnetica led	https://articulo.mercadolibre.com.ar	\$ 159.900	Es una plataforma facil y agil de utilizar, donde puede atender acceso cualquier persona ya que es muy intuitiva, tambien se puede hacer seguimiento del pedido.	El servicio al cliente es muy deficiente, se demoran en atender las quejas y reclamos.	Se da a conocer por medio de redes sociales y youtube.

Fuente: Elaboración propia

3.6 Mercado Distribuidor

La distribución de la máscara LED se realizará de manera mixta, de forma directa a través de redes sociales, influencers y página web, y de manera indirecta, por medio de almacenes de cadena y locales de comercialización de aparatos de belleza.

3.6.1 Distribución Directa

Los costos asociados con la distribución directa son: La página web cuesta 600.000 por creación, 200.000 de pago por el dominio y adicional 200.000 anuales por renovación, publicidad en redes sociales y post de influencers 10.000.000 anuales, también el sueldo del director comercial es de 1.500.000 mensuales que representan 18.000.000 anuales, quien se encargará de la distribución directa y a terceros, el sueldo del mensajero es de 1.000.000 mensuales, 12.000.000 anuales, en total 36.600.000 por año.

3.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

La empresa tendrá 1 distribuidor a terceros llamado Dermacell, quien se encargarán de distribuir el producto a los SPA y centros de estética, Dermacell posee una base de datos de 500 clientes entre SPA y centros de belleza por esta razón fue seleccionado para ser el distribuidor a terceros. Actualmente en la ciudad de Medellín existe un mercado amplio de spa y centros de estética, donde no se tiene el dato exacto de cuantos son, pero la idea es poder llegar al mayor número posible para hacer distribución numérica de nuestro producto.

3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación

3.7.1 Comunicación

Para la divulgación de la marca y el producto se busca crear diferenciación y recordación en el mercado, para lo cual se crea un logo y un eslogan que representen la esencia de la marca como tal.

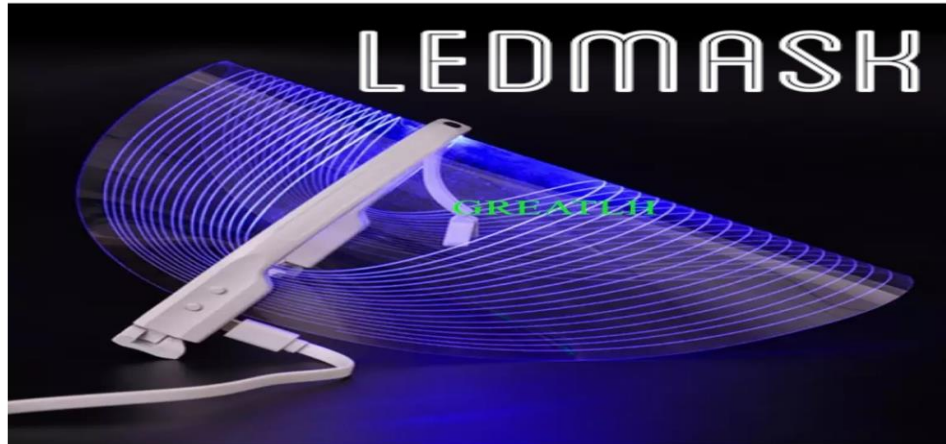
El eslogan de la compañía es: “Cuida tu belleza natural.” Este eslogan hace una invitación a las personas a cuidar la belleza natural de cada uno.

Ilustración 11 Logo de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 12 Logo de la máscara LED



Fuente: LedMask

El empaque es una caja de cartón blanca o rosada con el logo de la empresa, adentro se encuentran las gafas con sus respectivas instrucciones de uso debido y los accesorios como cargador y funda para guardar, así como también la garantía y las condiciones.

Ilustración 13 Mascara facial led.



3.7.2 Actividades de promoción y divulgación

Las estrategias de promoción:

Ferias

Expo belleza Medellín, es una feria que se realiza cada año en el mes de junio en la ciudad de Medellín, donde se reúnen empresas del sector de la belleza del país, a la cual asisten empresarios de otros países, siendo esta una plataforma muy importante para mostrar el producto al mercado y conseguir una expansión de mercado para clientes potenciales nacionales y futuras exportaciones con clientes del exterior.

El costo para asistir a la feria como expositor es alrededor de 500.000 por la duración de 3 días, el montaje para la feria con publicidad, muebles y diseño oscila los 1.500.000 aproximadamente. (Expobelleza, s.f.).

Redes sociales

Las redes sociales son una plataforma muy importante para dar a conocer nuevos productos y servicios, la publicidad en redes es una herramienta efectiva y de fácil acceso, los precios son accesibles y muchas personas pueden ver el contenido de manera gratuita en redes sociales y acceder a él.

La publicidad en redes sociales es fundamental para atraer clientes y dar a conocer el producto en el mercado, los costos son: Facebook es la plataforma social más grande del mundo, y tiene herramientas de publicidad que segmenta el público objetivo y que genera un alcance de

público determinado según lo que inviertas en ella, para esto se pagarán unos 10.000 diarios, 300.000 mensuales, es decir 3.600.000 anuales, Instagram es una red social mucho más visual, donde también hay una herramienta directamente desde la app, para crear publicidad dirigida a un público objetivo segmentado según sean los intereses, en esta plataforma se destinarán 10.000 diarios, 300.000 mensuales, 3.600.000 anuales, con un alcance de público entre 44.000 y 120.000 personas al mes entre las plataformas Instagram y Facebook los costos suman 7.200.000 y 2.800.000 destinados para post de influencers, ya que es una herramientas fácil y efectiva para llegar a más público y conseguir más clientes y seguidores. (Multiplicalia, s.f.)

Página web

La página web es un canal muy importante ya que allí se venden directamente los productos a los clientes, y se brinda toda la información necesaria para conocer y utilizar el producto de forma correcta.

La creación de la página web tiene un costo alrededor de 600.000, más 300.000 por el dominio, con pago anual de 200.000 por renovación.

3.8 Plan de Ventas

El plan de ventas de la empresa se basó en las unidades mensuales que se van a importar, teniendo en cuenta el crecimiento anual del sector cocosmético del 8.6% aproximadamente. (Loreal, s.f.).

Sector del comercio

PLAN DE VENTAS PRIMER AÑO

Tabla 3 Plan de ventas.

Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
0	0	0	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	9.450

Fuente: Elaboración propia

PLAN DE VENTAS A CINCO AÑOS

Tabla 4 Plan de ventas- 5 años

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total
1050	1140	1.238	1.344	1.459	6.231

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados Comerciales

Entre Colombia y China no existe actualmente ningun tratado de libre comercio firmado hasta la fecha; pero no se descarta en un futuro cercano firmar un acuerdo con el gigante asiatico, ya que es la segunda potencia del mundo, y Colombia importa muchos productos de dicho pais. No obstante, a pesar de que no existe aun un acuerdo comercial, el mercado chino sigue siendo muy atractivo para importar productos, ya que por sus bajos costos de produccion los productos son baratos, lo que favorecen a los compradores internacionales.

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

La DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales), es la institucion en Colombia que se encarga de autorizar y supervisar el ingreso y salida de mercancías al país, así como también del recaudo de los gravámenes arancelarios y el IVA a cada producto. Para poder determinar el valor que se debe pagar de estos impuestos, es necesario realizar la clasificación arancelaria del producto.

La posición arancelaria de la Mascra Led es 9018.20.00.00

“Descripción: Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; instrumentos y aparatos medicoquirúrgicos; partes y accesorios de estos instrumentos o aparatos

Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incluidos los de centellografía y demás aparatos electromédicos, así como los aparatos para pruebas visual

- Aparatos de rayos ultravioletas o infrarrojos.”

El arancel de importación es del 15% en Colombia e IVA del 19%. (DIAN, 2019)

4.3 Requisitos y Vistos Buenos

A través de la subpartida arancelaria se verificó, si existía algún requisito o VoBo para realizar el proceso de importación, los resultados de la consulta para la partida arancelaria es 9018.20.00.00, muestran que no existe ningún tipo de requisito o visto bueno previo, facilitando la importación del producto.

4.4 Capacidad Exportadora / Capacidad Importadora

El proveedor en China tiene una capacidad exportadora de 10.000 unidades mensuales, y la cantidad mínima que ofrece para obtener el mejor precio mayorista son 100 unidades, por lo que se van a importar inicialmente 1050 unidades de mascarillas LED mensuales.

Tabla 5 Precio del producto

PRODUCTO	DOLARES	PESOS
PRECIO X UNIDAD	15.49 DDP	54.215

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 Costo del producto.



Alta calidad Venta de fábrica de luz led máscara
eliminación de acné máscara led

\$8.00 - \$10.50

Pedido mín.: 20 Unidades

Fuente: Aliexpress

4.5 Participación en Ferias Especializadas

En Medellín se realizan varias ferias importantes de belleza en el transcurso del año, la empresa ha elegido para el desarrollo del proyecto, asistir a la feria mas grande de belleza que se realiza en la ciudad, llamada Expo Belleza. Los beneficios de asistir a esta feria consisten en que asisten cientos empresarios y marcas importantes de todo el mundo del sector de la belleza, siendo esta una gran plataforma para dar a conocer, comercializar el producto y posicionar la marca, fortalecer las relaciones comerciales y buscar socios estrategicos.

Feria expo belleza Colombia

- Fecha: La feria se realiza entre el mes de junio y julio cada año y tiene una duracion de 3 dias.
- Hora de iniciacion y finalización: Entre las 10 a.m y 6 p.m cada dia.

- Enfoque : Sectores cosmetico y de belleza, salud, tecnología y logística.
- Realizada por: Colombia Beauty show
- Precio Aproximado: \$ 2.000.000 COP los 3 días
- No se tiene en cuenta el hospedaje ya que la feria se realiza en la ciudad de Medellin.
- Asistirán el director comercial y el gerente de la empresa, y 2 impulsores
- El transporte por persona serian 30.000COP trayecto de ida y vuelta por dia, en total 90.000COP los 3 dias de la feria por persona, en total 180.000 COP las 2 personas que asistirán.
- Alimentación: Se presupuesta para almuerzo, cena y refrigerio en la feria. El almuerzo por persona: \$15.000 COP, cena por persona \$20.000 COP, refrigerio: 3.500 por persona, que suma en total 115.500COP de alimentacion por persona. En total 462.000 COP las 4 personas.
- Gastos en pendones \$200.000 COP, los escritorios \$200.000 COP, sillas \$100.000 COP y el personal de montaje \$120.000 COP.
- Gastos de mascarar para muestras \$500.000 COP
- Tarjetas de la empresa \$100.000 COP
- Portafolio de los productos \$200.000.
- Promotores para el evento: 2 personas, \$100.000COP por persona cada dia es decir, 300.000 por persona, en total 600.000COP, quienes se encargaran de atraer al publico, dar a conocer el producto, enseñando su funcionamiento y beneficios con demostraciones reales.

- Se tendra un televisor pantalla LED valor de 1.000.000 en donde se brindara toda la informacion del producto, su ficha tecnica, todos los usos y beneficios.

Tabla 7 Costo de feria

FERIA EXPO BELLEZA	
COSTO ASISTENCIA	2.000.000
ALIMENTACION	462.000
GASTOS DE MONTAJE	Escritorio
	200.000
	Sillas
	100.000
PUBLICIDAD	Personal montaje
	120.000
	Pendones
	200.000
PUBLICIDAD	Tarjetas
	100.000
	Portafolio

	200.000
MUESTRAS DE MASCARA LED	10X50.000 = 500.000
PROMOTORES	1 personas = 100 x DIA c/u x 3 DIAS 300.000 x 2 = 600.000
TOTAL	5.662.000 COP

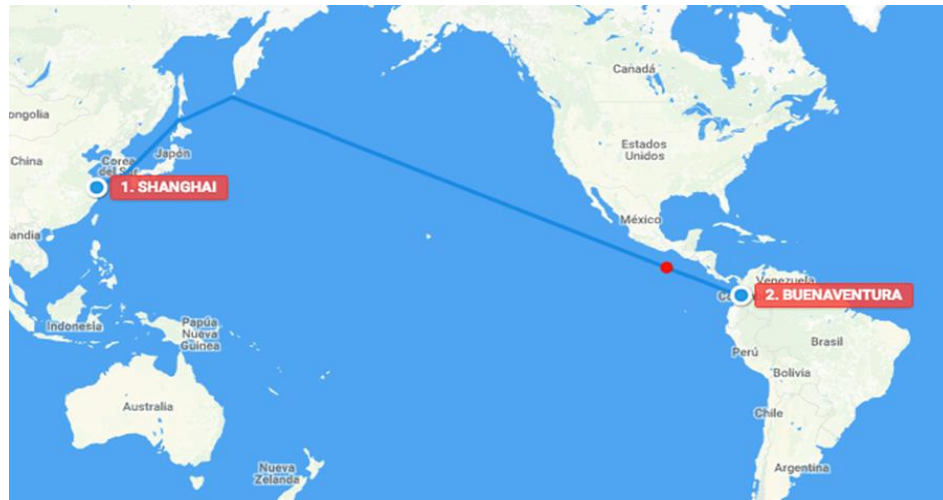
Fuente: Elaboracion propia

El valor total por asistencia a la feria seria de 5.662.000 COP incluido el valor de la feria. (Expobelleza, Feria de Belleza, 2019)

4.6 Rutas de Acceso

La importacion de la mascara facial LED se realizara desde La Republica China, del puerto de la ciudad de Hagzhou donde se encuentra ubicado el proveedor, con destino al puerto de la ciudad de Buenaventura, ya que es el que tiene mas facil acceso a Colombia desde China, con un trayecto aproximado de 25 a 35 dias. El transporte mas adecuado para la importacion es el maritimo ya que es el mas economico y el producto no es perecedero, por lo que es la mejor opcion.

Ilustración 14 Rutas de acceso.



Colombia cuenta con el océano pacífico y atlántico, lo que hace mas facil el arribo de embarques marítimos al país, ya que cuenta con un puerto internacional para cada mar desde donde se despacha la mercancía a el interior del país.

Aunque no existe un TLC entre Colombia y China hay un gran intercambio de mercancías en especial de importaciones hacia Colombia, por lo que existen varias navieras y agentes de carga internacionales que tiene cobertura en la ruta de China a Colombia.

Después de que la mercancía llegue al puerto de Buenaventura, se desembarque y se hayan hecho los trámites aduaneros respectivos para nacionalizar de la mercancía, se transporta la mercancía a Medellín a la empresa. El trayecto tiene un tiempo estimado de 13 Hr y una distancia recorrida de 472 Km.

Ilustración 15 Navieras.



Fuente: (maritimo, s.f.); (Legicomex, s.f.)

COTIZACIÓN DE TRANSPORTE MARITIMO

Ilustración 16 Cotización de transporte marítimo.

Asunto : Re: COTIZACION

Para : exportaciones mde <exportaciones.mde@siacea.com>

Las imágenes externas no serán visualizadas. [Mostrar imágenes abajo](#)

Buenas Tardes Amigo,

A continuación te relaciono las tarifas solicitadas:

OPERACIÓN MARÍTIMA LCL
Para ésta operación se sugiere el término de negociación FOB, ya que con éste el cliente (es decir ustedes) son los que eligen con quien trabajar la operación y tiene mucho más bajo control los costos del embarque, tanto desde el flete como en los gastos en destino.

Puerto de Origen: Guangzhou
Puerto de Destino: Buenaventura
Peso: 1.25 ton
Volumen: 3.87 m3
Término: FOB
Commodity: Carga general no peligrosa ni extradimensionada
Tiempo de Transito: 36 días aprox
Frecuencia: Semanal
Conexión: Vía Hong Kong

Costos Operación Internacional:

Flete Internacional: USD 45 ton/m3 minima USD 45 = USD 174.15
Documento de Transporte: USD 50
Desconsolidación: USD 12 ton/m3 minima USD 50 = USD 50
Gastos fijos: USD 120
Due Agent: USD 50
Prima de Seguro: 0.35% sobre el valor de la mercancía minima de USD 80
Emisión de Poliza: USD 20
Total Costo Preliquidado: USD 544.15

4.7 Liquidación de costos de importación y precios de exportación

Ilustración 17 Liquidación de importación

Importación de 1050 Mascaras		TRM 3.500 \$ (1 de octubre)
Precio unidad FOB	28.000 \$	8,00 USD
	PESOS	DÓLARES
FOB	29.400.000 \$	8.400 USD
Flete internacional	1.554.525 \$	444,15 USD
CPT	30.954.525 \$	
Seguro de la mercancía 0.35% MIN 80.00 usd	280.000 \$	80.00 USD
Emisión de la póliza	70.000 \$	20.00 USD
CIF	31.304.525 \$	8.944,15 USD
Movilidad destino	210.000 \$	60.00 USD
Almacenaje	350.000 \$	100.00 USD
Arancel 15%	4.695.678 \$	1.341,622 USD
IVA 19%	5.947.590 \$	1.699,38 USD
Doc importación	700.000 \$	200.00 USD
Agente	1.050.000 \$	300.00 USD
Flete interno	792.260 \$	226,36 USD
Seguro interno 0.018% CIP	563.481,45 \$	160,99 USD
Gastos bancarios x impo	350.000 \$	100.00 USD
DDP	47.168,282 \$	15.376.652 USD
DDP unidad	44.939,31 \$	12,83 USD

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 Descripción del proceso de producción.

Tabla 8 Proceso de importación.

PROCESO IMPORTADOR			
ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	Tiempo
Contactar al proveedor	Solicitar al proveedor cotización de la importación del producto	Proveedor	48 horas
elaborar contrato de compra venta	Determinar el medio de transporte, el termino de negociación FOB y forma de pago.	Ambas partes	1 día
Realizar la compra de la mercancía	Se consigna el 50% antes del embarque de la mercancía, y el otro 50% transcurrido los 30 días que llega la mercancía al lugar de destino.	Comprador	1 hora
Contratación de Negociador Internacional	Se contrata el agente internacional para realizar los tramites	Negociador Internacional	1 hora

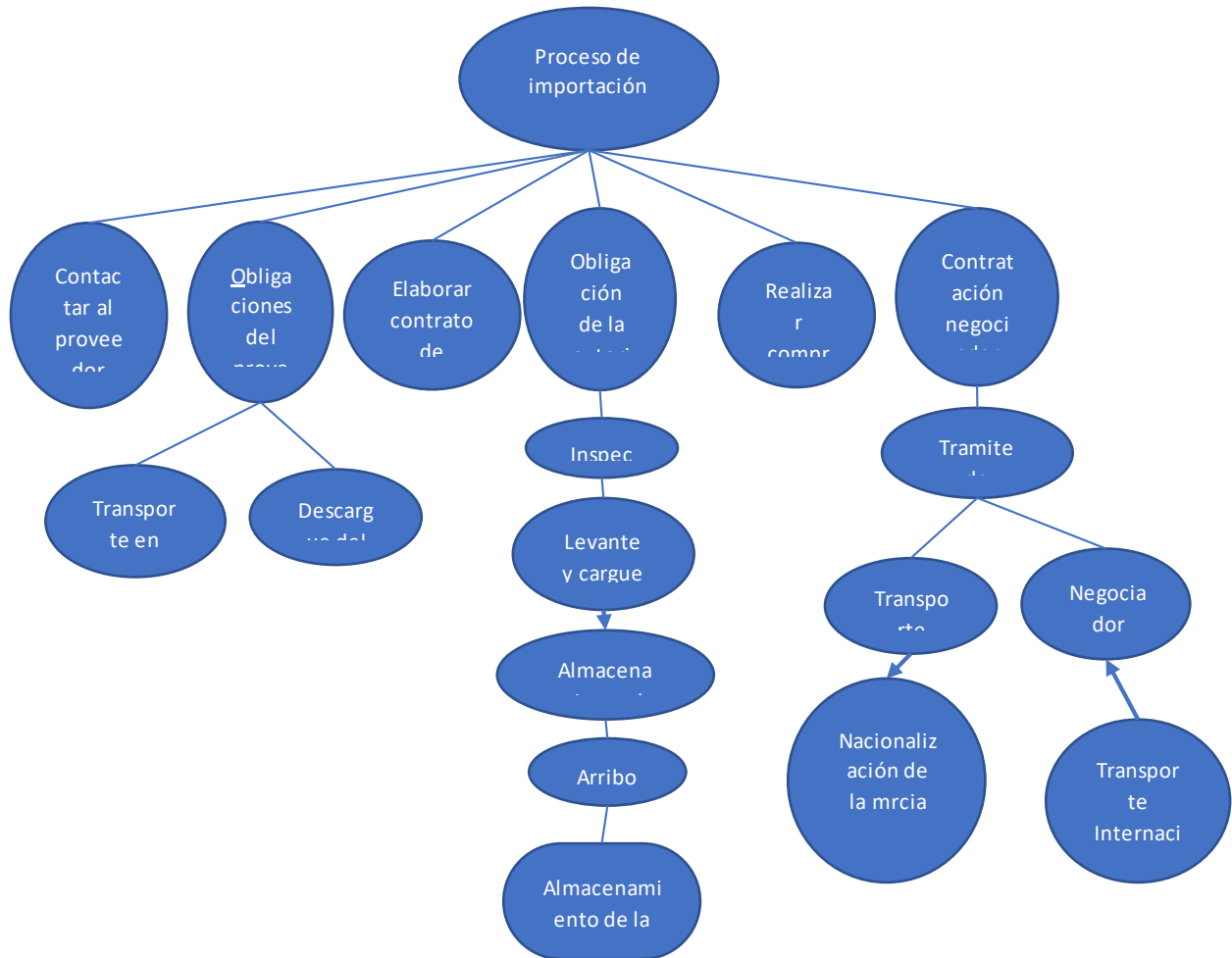
Transporte en origen	El vendedor contrata el transporte de origen hasta el puerto de embarque	Proveedor	1 día
Descargue del contenedor	Se descarga la mercancía en el puerto de origen	Agente de carga internacional	4 horas
Tramite de documentación	Se realizan todos los tramites de documentación para la importación	Negociador Internacional	3 horas
Inspección	Revisión de la mercancía por parte de la autoridad de origen	DIAN, Policía antinarcóticos	1 día
Almacenamiento en el puerto de origen	Se traslada la mercancía al puerto de origen	Agente de carga internacional	10 horas
Levante y cargue al buque	Se procede a embarcar en el buque	Agente de carga internacional	8 horas
Transporte Internacional	Transporte desde el puerto de China al puerto de Cartagena	Negociador Internacional	30 días
Arribo del buque en puerto de destino	Llegada del buque al puerto de Cartagena	Naviera	8 horas
Nacionalización de mercancía	Realizar la declaración de importación y pagar los tributos aduaneros,	Negociador Internacional	3-4 días

Transporte nacional en destino	Transporte terrestre desde el puerto de Cartagena a la bodega de Medellín	Negociador Internacional	24 horas
Almacenamiento	Inventariar y organizar la mercancía en estantería	Director comercial (Bodeguero)	3 horas

Elaboración propia

DIAGRAMA DE FLUJO

Ilustración 18 Diagrama de flujo.



Fuente: Elaboración propia

5.2 Capacidad de producción

La capacidad de producción que tiene el proveedor en China es de 10.000 unidades mensuales. La importación que se hará inicialmente es de 1050 unidades mensuales en el primer

año. Los 3 primeros meses son operativos, esto significa que no se recibirá ningún tipo de ganancia monetaria en este periodo de tiempo.

5.3 Plan de Producción

De acuerdo con el crecimiento que arrojo las ventas en el sector cosmético de un 8.6%, se realiza la siguiente tabla que determina el plan de ventas mes a mes en el primer año.

PLAN DE VENTAS PRIMER AÑO

Tabla 9 Plan de ventas. - 1 año

Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
0	0	0	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	9.450

Fuente: Elaboración propia

5.4 Recursos materiales y humanos para la producción

5.4.1 Locaciones

Inicialmente se tendrá un local en arriendo ubicado en la Av. Guayabal, cuyo costo mensual es de \$1.500.000, cuenta con un área de 80 metros, éste se utilizará para el almacenamiento de la mercancía, además se aprovechará el espacio y se tendrá una sala de show room adaptada para atención al cliente y venta del producto al por mayor. (Alvarez, s.f.)

Ilustración 19 Imagen del local.



5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

La empresa no es productora, solo se encarga de comercializar el producto, para esto se requieren materiales que aportan con la distribución y almacenamiento de la mercancía desde la zona de bodega; necesitamos materiales de estanterías para organizar y almacenar de manera adecuada la mercancía y así poder tener control de los inventarios, También es necesario un equipo de cómputo para llevar la trazabilidad del surtido, manejar las redes sociales, responder a las solicitudes de cotizaciones, quejas o reclamos, se necesita un escritorio, sillas, teléfono, impresora y demás enseres para la atención de los clientes y poder brindar un servicio ágil y oportuno.

MUEBLES Y ENSERES

Tabla 10 Muebles y enseres.

Proveedor	Descripción	Und	Costo
Homcenter	Estantería Metálica de 10 niveles	10	\$ 3.518.400
Homcenter	Teléfono inalámbrico con identificador Panasonic	1	\$ 128.900
Homcenter	Computador HP All In One 1 Tb Celeron 4gb 19,5 Pul	1	\$ 1.188.900
Homcenter	Escritorio L Denver 74,1x1,50x171cm con archivador	1	\$ 519.900
Homcenter	Silla Cooper blanco	3	\$ 419.700
Homcenter	Impresora Hp color lip M254DW HP	1	\$ 1.099.000
Costo total			\$ 6.874.800

Fuente: Elaboración propia, con base de la página de (Homecenter, 2019)

5.4.3 Requerimientos de materiales e insumos.

En la siguiente tabla se muestra la cantidad a importar.

Tabla 11 Cantidad a importar.

Descripción	Cantidad X Und	Proveedor	Costo unitario	Costo total
Mascara facial Led	1050		\$ 28.000	\$ 29.400.000

5.4.4 Requerimientos de servicios.

Para el funcionamiento del local se tendrán los siguientes servicios contratados mensualmente:

SERVICIOS NECESARIOS PARA EL ALMACENAMIENTO

Ilustración 20 Servicios.

Descripción del servicio	Proveedor	Costo mensual
Servicios publicos (Agua, electricidad)	EPM	170.000
Telefonia e internet	Tigo Une	140.000
Arriendo del local	Arrendamientos Alvarez	1.500.000
Total		1.810.000

Servicios públicos: para un local comercial en estrato 3 los servicios de alcantarillado oscilan entre \$170.000 según el consumo de almacenamiento y manutención que se va a tener, este cobro se realiza mensualmente por el proveedor EPM.

Arriendo: es necesario tener a disposición un local donde se pueda almacenar la mercancía para ser despachada, adicional se puede disponer de ella para aprovechar el espacio y atender clientes prospectos que se acerquen adquirir nuestro producto, este tiene un costo mensual de \$1.500.000 y se encuentra ubicado en la Av. Guayabal el cual es una zona muy transitada y su proveedor es una agencia de arrendamiento llamada Alberto Álvarez.

Servicio de telefonía e internet: es indispensable adquirir este servicio para realizar todo el proceso de entrega y distribución, éste tiene un costo mensual de \$140.000, incluye 10 megas de navegación y descargas, cuenta con llamadas ilimitadas nacionales.

5.4.5 Requerimientos de personal.

Dentro de la operación se contratarán dos personas directamente por la empresa, quienes serán los encargados de todo el manejo administrativo, comercial y logístico, donde el empleador está en la obligación de pagar los sistemas legales, como lo son; las prestaciones sociales, parafiscales y seguridad social. Estas personas deben contar con el siguiente perfil:

Este perfil de Director Comercial es netamente administrativo, ya que se hará cargo de las funciones comerciales, como la importación se realizará cada dos meses también será el encargado de recibir la mercancía en el momento que llegue e inventariarla, organizarla y distribuirla.

- **Director Comercial**

Perfil: Es el encargo de controlar el stock de mercancías, tener trazabilidad de lo que ingresa y sale de la instalación, atender quejas y reclamos, atención y servicio al cliente, estar pendiente de las solicitudes que se realizan por las redes sociales, cumplir con el presupuesto mensual y anual.

Tipo de Contrato: Indefinido.

Salario: \$1.300.000

Tabla 12 SALARIAL DE NÓMINA MENSUAL DIRECTOR COMERCIAL

Salario	1.300.000	
Transporte	0	

PRESTACIONES SOCIALES		
Cesantías	108.333	
Intereses sobre cesantías	13.000	
Primas	108.333	
Vacaciones	54.167	
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL		
Pensiones (AFP)	156.000	
Salud (EPS)	110.500	
Riesgos Laborales (ARL)	6.786	
PARAFISCALES		
Caja de compensación familiar	52.000	
ICBF	39.000	
SENA	26.000	
TOTAL	1.974.119	
Exoneración para empleadores de acuerdo con el artículo 65 de la Ley 1819 de 2016, para trabajadores que devenguen menos de 10 SMMLV. Salud, SENA e ICBF quedan en cero pesos para el empleador.		
Total, con exoneración	1.798.619	

- **Negociador Internacional**

Perfil: se requiere una persona con experiencia laboral minima de 3 años, que haya culminado sus estudios como profesional en Negocios Internacionales, persona proactiva, que domine el ingles, con experiencia en el desarrollo de mercados internacionales, que lidere todo los procesos de importación y exportación.

Tipo de contrato: Indefinido.

Salario: \$1.100.000

Tabla 13 SALARIAL DE NÓMINA MENSUAL NEGOCIADOR INTERNACIONAL

Salario	1.100.000	
Transporte	0	
PRESTACIONES SOCIALES		
Cesantías	91.667	
Intereses sobre cesantías	11.000	
Primas	91.667	
Vacaciones	45.833	
APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL		
Pensiones (AFP)	132.000	
Salud (EPS)	93.500	
Riesgos Laborales (ARL)	5.742	
PARAFISCALES		

Caja de compensación familiar	44.000	
ICBF	33.000	
SENA	22.000	
TOTAL	1.670.409	
Exoneración para empleadores de acuerdo con el artículo 65 de la Ley 1819 de 2016, para trabajadores que devenguen menos de 10 SMMLV. Salud, SENA e ICBF quedan en cero pesos para el empleador.		
Total, con exoneración	1.521.909	

Fuente: (Mintrabajo, 2019)

CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

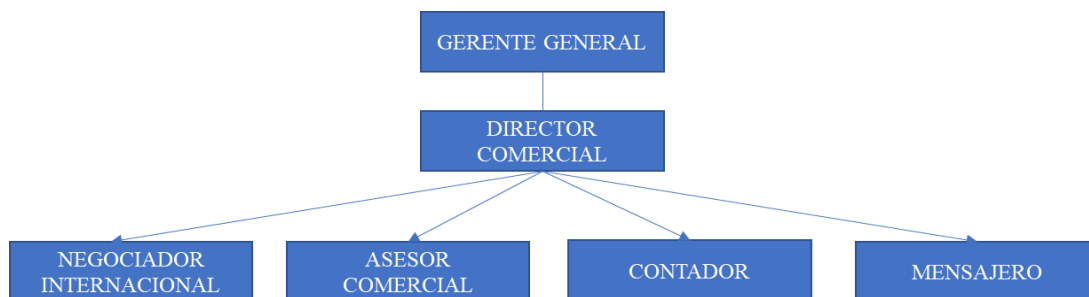
6.1 Estructura Organizacional del Negocio

En una empresa es indispensable contar con una estructura organizacional, para establecer labores y deberes de cada área con sus respectivas responsabilidades, logrando así que sea una empresa eficiente y competitiva.

6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

En el siguiente organigrama podran ver de forma grafica los roles y la jeraquia con la que cuenta la empresa, donde existen varios departamentos con su correspondientes competencias y funciones, cada area es la encargada del buen funcionamiento y de contribuir con los propositos y metas de la empresa. (organizacional, s.f.)

Ilustración 21 Organigrama Organizacional



Fuente: Elaboración propia

6.1.2 Organigrama Estructura Personal

Se iniciará con las siguientes áreas para la operación de la empresa, en las cuales se especifica funciones y responsabilidades de cada una. Se opta por tercerizar algunos procesos necesarios pero que se pueden encargar otras empresas como lo son el servicio de contador y el de la distribución a través del mensajero.

Tabla 14 Funciones y responsabilidades de cada área.

AREA	CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
GERENCIA	GERENTE GENERAL	Pagar nomina	Estar pendiente de realizar el pago de nomina a sus empleados con todas las prestaciones sociales.
		Negociaciones puntuales	Negociar contratos con proveedores y terceros.
		Manejar el presupuesto	Controlar los gastos y costos, para tener trazabilidad de las utilidades.
		Administración de las cuentas bancarias	Pagar los gastos fijos, arriendo, servicios, control de las cuentas bancarias.
		Organizar la estructura de la empresa	Cumplir con las metas propuestas.
COMERCIAL	CORNER COMERCIAL Y/O	Dar el visto bueno en la contratación del personal	Realizar las contrataciones del nuevo personal.
		Servicio al cliente	Asesor sobre el producto, e identificar la necesidad del cliente.
		Cumplir con el presupuesto de ventas mensuales y anuales	Dar asesoría de los clientes que compran al por mayor.
		Responsable de recibir la mercancía	Manejo de inventarios, control de mermas, almacenar y controlar la distribución de la mercancía.
		Manejar las redes sociales	Promover el producto en la redes sociales, posteando y actualizando la página constantemente.
CONTADURIA	CONTADOR	Identificar las necesidades del consumidor	Estar al tanto de las innovaciones que ofrece el mercado para ser competitivos.
		Atender quejas y reclamos	Atención de PQR, productos en devolución y mal estado.
		Cobros y cartera	Estar pendiente que los clientes cumplan con los plazos de los pagos.
		Velar por los activos de la empresa, realizando auditorias e identificando anomalías.	Velar por los activos, pasivos y patrimonio.
		Organización de nómina.	Tener control del personal en el pago de nómina.
MENSAJERIA	MENSAJERO	Pagar los tributos aduaneros.	Validar que la empresa cumpla las normas tributarias.
		Presentar a la junta los estados financieros.	Estar al tanto de los pagos de renta y los IVA.
		Realizar el reparto del producto.	Trasladarse del PDV al cliente final.
		Entregar el producto al consumidor final.	Verificar entregar el producto en buen estado.
		Responder por perdidas o daños.	Responsable en caso de daño o robo.
		Cumplir con los tiempos de entrega.	Responsable por la entrega del producto.

Fuente: Elaboración propia.

6.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados

En la siguiente tabla encontraran los datos especificos de las personas que serán contratadas directamente por la empresa, quienes son los unicos que se les realiza pago de prestaciones sociales y todo el sistema legal que exige la ley, para el caso de mensajero y contador será por prestación de servicio.

Tabla 15 Costos del personal

CARGO	CONTRATO	BASE SALARIAL
GERENTE	INDEFINIDO	\$ 1.300.000
DIRECTOR COMERCIAL	INDEFINIDO	\$ 1.300.000
NEGOCIADOR INTERNACIONAL	INDEFINIDO	\$ 1.100.000
CONTADOR	PRESTACION DE SERVICIO	\$ 250.000
MENSAJERO	PRESTACION DE SERVICIO	\$ 1.100.000

Fuente: Elaboración propia

6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio.

6.2.1 Locaciones Empresa

El local se encuentra ubicado en la Av. Guayabal Cra 65 E # 23-70 en un punto muy estrategico, de facil acceso, es una zona industrial de la ciudad que tiene facilidad de llegar en metro o en cualquier medio de transporte. El arrendatario es la inmobiliaria Alberto Alvarez, se firma contrato durante 6 meses con un canon mensual de \$1.500.000, los gastos adicionales como muebles, enseres y servicios serán aparte.

6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres

En la siguiente tabla se indica cuales serán los materiales y los requisitos indispensables para el funcionamiento de las labores de cada una de las areas.

ÁREA FINANCIERA Y ADMINISTRATIVA

Tabla 16 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres de todas las áreas.

NOMBRE	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador	HP All In One 1 Tb Celeron 4gb 19,5 Pul	1	Homcenter	\$ 1.188.900	\$ 1.188.900
Silla	Cooper blanco	1	Homcenter	\$ 419.700	\$ 419.700

Impresora	Hp color lip M254DW HP	1	Homcenter	\$ 1.099.000	\$ 1.099.000
Escritorio	L Denver 74,1x1,50x171cm con archivador	1	Homcenter	\$ 519.900	\$ 519.900
Teléfono	Inalámbrico con identificador Panasonic	1	Homcenter	\$ 128.900	\$ 128.900

ÁREA CONTABLE

NOMBRE	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador	HP All In One 1 Tb Celeron 4gb 19,5 Pul	1	Homcenter	\$ 1.188.900	\$ 1.188.900
Silla	Cooper blanco	1	Homcenter	\$ 419.700	\$ 419.700

ÁREA LOGISTICA

NOMBRE	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Estantería	Metálica de 10 niveles	10	Homcenter	\$ 351.840	\$ 3.518.400
Silla	Cooper blanco	1	Homcenter	\$ 419.700	\$ 419.700

ÁREA COMERCIO EXTERIOR







NOMBRE	DESCRIPCION	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
--------	-------------	----------	-----------	----------------	-------------

Computador	HP All In One 1 Tb Celeron 4gb 19,5 Pul	1	Homcenter	\$ 1.188.900	\$ 1.188.900
Silla	Cooper blanco	1	Homcenter	\$ 419.700	\$ 419.700








6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área








A continuación se ilustra en tablas los suministros necesarios para el funcionamiento y la realización de labores de cada área.

Ilustración 22 Requerimientos y material de oficina.

	Producto	Precio	Cantidad	Total
	Maletín expandible tipo cheque azul traslucido	\$9,500	2	\$19,000
	Dispensador de cinta adhesiva Scotch	\$45,900	2	\$91,800
	Bisturí oficina	\$3,590	1	\$3,590
	Borrador MP - 20	\$2,590	1	\$2,590
	Calculadora Casio MX-12B	\$24,990	1	\$24,990
	Carpeta de aros blanca 0.5", Norma	\$7,590	1	\$7,590

	Carpeta sobre oficina vertical humo	\$4,600	<input type="text" value="1"/>	\$4,600
	Cinta correctora Fancy Pelikan	\$5,490	<input type="text" value="1"/>	\$5,490
	Cinta transparente Tesa, rollo 48 mm x 10 mts	\$6,790	<input type="text" value="1"/>	\$6,790
	Cosedora 370 Rank ergonómica	\$18,990	<input type="text" value="1"/>	\$18,990
	Gancho de cosedora Triton x 1000	\$6,090	<input type="text" value="1"/>	\$6,090
	Gancho clip Tritón	\$3,990	<input type="text" value="1"/>	\$3,990
	Gancho lotero 41 mm	\$8,790	<input type="text" value="1"/>	\$8,790

	Kilométrico 100 ST. Negro	\$1,190	<input type="text" value="1"/>	\$1,190
	Lápiz grafito # 2 Pelikan	\$3,290	<input type="text" value="1"/>	\$3,290
	Legajador AZ carta, Norma	\$7,190	<input type="text" value="1"/>	\$7,190
	Pegante en barra Pegastic	\$4,990	<input type="text" value="0"/>	\$4,990
	Perforadora 1038 Rank, dos huecos	\$14,990	<input type="text" value="1"/>	\$14,990
	Regla multicolor, Papermate	\$3,190	<input type="text" value="1"/>	\$3,190
	Resaltador Mark2 surtido Pelikan 5	\$8,790	<input type="text" value="1"/>	\$8,790











	Resma de papel carta, REPROGRAF	\$12,000	<input type="text" value="3"/>	\$12,000
	Sacaganchos	\$1,990	<input type="text" value="1"/>	\$1,990
	Sharpie Fine, negro	\$2,890	<input type="text" value="2"/>	\$2,890
	Sobre correspondencia blanco carta x unidad	\$500	<input type="text" value="6"/>	\$500
	Sobre de manila oficina unidad	\$450	<input type="text" value="10"/>	\$450
	Sobre de manila pago unidad	\$200	<input type="text" value="10"/>	\$200
	Tijeras para oficina	\$6,990	<input type="text" value="1"/>	\$6,990

Subtotal	\$272,950
-----------------	------------------

Fuente: (manila, Papelería, 2019)

Otro de los elementos necesarios para el funcionamiento del de la empresa, son los utencilios de aseo.

Ilustración 23 Implementos de aseo.

Producto	Precio	Cantidad
 <p>Limpia vidrios anti empañante spray Lim... LIMPIA YA</p>	\$1.990	+ 1 -
 <p>Toallas de Cocina Familia Practi-diarias ... FAMILIA</p>	\$2.690	+ 1 -
 <p>Pastilla Máxima tanque 3 en 1 x 48g MAXIMA MP</p>	\$2.990	+ 1 -
 <p>Limpiador antibacterial lavanda fabuloso x 50... FABULOSO</p>	\$3.590	+ 1 -
 <p>Quitagrasa lps industrial pistola x 500ml LPS</p>	\$4.290	+ 1 -
 <p>Chupa New Andin lava manos lava platos NEW ANDIN</p>	\$4.690	+ 1 -
 <p>Creolina magistral frasco x 250ml MAGISTRAL</p>	\$5.990	+ 1 -
 <p>Blanqueador Blancox x 2000ml BLANCOX</p>	\$7.190	+ 1 -
 <p>Combo escoba + recogedor ETERNA</p>	\$10.990	+ 1 -
 <p>Trapero de algodón Eterna ETERNA</p>	\$11.590	+ 1 -

Total \$56.000

Fuente: (Jumbo, 2019)

6.2.4 Requerimientos de servicios por área

En la siguiente tabla se muestra los servicios generales que son necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 17 Requerimientos de servicios para toda la empresa.

Descripción del servicio	Proveedor	Costo mensual
Servicios publicos (Agua, electricidad)	EPM	170.000
Telefonia e internet	Tigo Une	140.000
Arriendo del local	Arrendamientos Alvarez	1.500.000
Total		1.810.000

Fuente: Elaboracion propia.

CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL

7.1 Tipo de Organización empresarial

En Colombia existen diferentes tipos de organizaciones empresariales donde dependiendo de las características y necesidades de cada empresa, cada una se acoge a un modelo determinado que facilite y beneficie a su conformación y funcionamiento.

Con el modelo S.A.S se puede crear la empresa mediante documento privado lo cual más económico y rápido, también permite a los emprendedores hacer trámites e iniciar proyectos sin bajo presupuesto. Por ejemplo, las SAS no necesitan revisor fiscal y pueden ser personas naturales o jurídicas. Además, no existe un tiempo determinado u obligado establecido para su duración como empresa. No exige tener en la empresa una junta directiva, las decisiones pueden ser tomadas por los socios directamente

Para el proyecto se ha decidido trabajar a través de una S.A.S ya que la empresa tiene solo 2 socios y 2 empleados, además el capital de la empresa no supera los 50.000.000 \$, también por todas las facilidades y beneficios tanto como para la conformación de la empresa como de para efectos tributarios y legales.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas.

Tabla 18 Certificaciones y gestiones

Descripción del trámite o gestión	Entidad encargada del proceso	Días para el trámite	Valor
Impuesto de registro	Cámara de comercio	1	\$ 70.000,00
Matricula de persona jurídica	Cámara de comercio	1	\$ 131.000,00
Constitución de la sociedad	Cámara de comercio	1	\$ 34.000,00
Formulario de registro mercantil	Cámara de comercio	1	\$ 5.500,00
Inscripción de los libros	Cámara de comercio	1	\$ 12.000,00
Bomberos	Dirección nacional de bomberos	1	Gratis
			\$ 252.500,00

Fuente: elaboración propia

CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO

8.1 Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

A continuación, se relacionan las tasas y los impuestos que serán utilizadas para el proyecto.

- Tasa de Rentabilidad de su Industria: 2,42% anual.
- Tasas Libre de Riesgo: 3,2% en Colombia.
- Tasas de Rentabilidad Esperada como Inversionista, teniendo en cuenta las tasas anteriores: 0,32%
- Impuesto sobre la Renta: 33% anual.
- % de Margen de Contribución sobre costo unitario del Producto para definir los Precios de Ventas:

Tabla 19 Tasas.

Producto o servicio	Costo Variable Unitario (CMV)	Precio de venta Unitario	Margen de C.	MC en %
Mascara facial Led	\$ 44.922	\$ 74.870	\$ 29.948,12	40%

8.2 Aportes de Capital de los Socios

En la siguiente tabla se ilustra el aporte que cada uno de los socios hará para suplir los gastos iniciales del proyecto, como los son: los gastos preoperativos, activos fijos y capital de trabajo.

Socio 1. Laura Aristizabal: \$40.332.100

Socio 2. Derly Abonce: \$40.332.100

Tabla 20 Aportes de capital de socios.

Aportes socios	Activos fijos	Gastos preoperativos	Capital de trabajo
Socio 1- Socio 2	\$10.511.700	\$5.152.500	\$65.000.000
TOTAL			\$80.664.200

8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

Para el capital de trabajo se prestará un monto de \$138.098.077 con el banco Cootrafa en la ciudad de Medellín, a un plazo de 60 meses, con una tasa mensual de 1,95%.

Tabla 21 Tabla de préstamos anual.

AÑO	1	2	3	4	5
ABONO A CAPITAL	\$27.619.616	\$27.619.616	\$27.619.616	\$27.619.616	\$27.619.616
INTERESES	\$29.352.746	\$22.889.756	\$16.426.766	\$9.963.776	\$3.500.786
SALDO	\$110.478.462	\$82.858.847	\$55.239.231	\$27.619.616	0

Fuente: Elaboración propia

8.4 Precios de los Productos

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

La determinación en la asignación del precio se basó principalmente en el costo del producto, los costos de la importación y en la competencia, aunque el margen de algunas compañías como Aliexpress que lo distribuyen en Colombia son mayores, nosotros quisimos manejar un precio competitivo para desarrollar el mercado, haciendo una distribución efectiva para llegar a la mayor población posible.

8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Tabla 22 Precios del producto y utilidad.

Producto o Servicio	Costo Variable Unitario/CMV	Precio de Venta Unitario	M. de contribución	MC %	Costo fijo unitario	Costo total unitario	Utilidad	U %
Mascara facial LED	\$ 44.922	\$ 74.870	\$ 29.948	40%	\$ 11.459	\$ 56.381	\$ 18.489	24,70%

En la tabla podemos identificar el costo variable de la Mascara con su respectivo margen y utilidad.

8.5 Ingresos y Egresos

8.5.1 Ingresos

En la siguiente tabla se ilustra los ingresos según las ventas de la máscara facial led.

Tabla 23 Ventas totales del producto.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO		
Ventas		Participación del total Ventas
Mascara Facial Led	\$ 78.613.803,0	100,00%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 78.613.803,0	100,00%

Fuente: Elaboración propia

8.5.2 Egresos

8.5.2.1 Inversiones

En la siguiente tabla se puede identificar, los egresos del proyecto como los gastos preoperativos, capital de trabajo y activos fijos exigibles.

Tabla 24 Inversiones.

Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	Valor
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 4.794.600,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 5.717.100,0
TOTAL, Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)	\$ 10.511.700,0

Tabla 25 Gastos preoperativos disponibles.

Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 252.500,0
Estudios financieros	\$ 4.900.000,0
Total, Gasto Preoperativos Disponible	\$ 5.152.500,0

Tabla 26 Costos variables y fijos

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Costos Variables	90	\$ 141.504.846
Costos Fijos de Producción	90	\$ 11.485.350
Costos Fijos de Administración	90	\$ 20.659.970
Costos Fijos de Comercialización y Ventas	90	\$ 3.949.546

Tabla 27 Inventarios.

CUENTA	DIAS DE COBERTURA	VALOR
Inventarios productos	15	\$ 25.498.366

Tabla 28 Inversiones exigibles y disponibles

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)
--

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 10.511.700,0	\$ 10.511.700,0	\$ 0,0
Gastos Preoperativos	\$ 5.152.500,0	\$ 5.152.500,0	\$ 0,0
Capital de Trabajo	\$ 203.098.077,0	\$ 65.000.000,0	\$ 138.098.077,0

Total, Requerimientos Financieros	\$ 138.098.077,0
--	-------------------------

8.5.2.2 Costos Fijos y Variables

Costos variables: En la siguiente tabla se puede visualizar los costos variables del proyecto.

Tabla 29 Costos variables.

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Mascara facial led	\$ 28.000,00	1,00	Unidades	\$ 28.000,00
Liquidación de importación FOB	\$ 17.768.282,00	0,00	Unidades	\$ 16.922,17
Total, Costos Variable Unitario del Producto				\$ 44.922,17

Costos fijos: Estos costos se encuentran en los costos fijos de producción, gastos fijos de administración, gastos fijos de comercialización.

Tabla 30 Costos fijos.

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 1.100.000
Prestaciones Sociales	\$ 240.167
Aportes a la seguridad social	\$ 231.242
Parafiscales	\$ 99.000
Arriendo	\$ 1.500.000
Servicios	\$ 310.000
Imprevistos	\$ 348.041
TOTAL, COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 3.828.450

Tabla 31 costos fijos de administracion.

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 3.950.000
Prestaciones Sociales	\$ 807.833
Aportes a la seguridad social	\$ 777.814
Parafiscales	\$ 216.000
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 180.000
Papelería	\$ 272.950
Implementos de aseo	\$ 56.000
Imprevistos	\$ 626.060
TOTAL, COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 14.543.557

Tabla 32 costos fijos de comercialización y ventas.

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Feria, Redes sociales, pagina web, logo	\$ 1.196.832
Imprevistos	\$ 119.683
TOTAL, COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 1.316.515

Tabla 33 Resumen de costos.

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 47.168.282	80%
Total, Costos fijos de producción	\$ 3.828.450	6%
Total, Costos fijos de administración	\$ 6.886.657	12%
Total, Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 1.316.515	2%
Costos Totales	\$ 59.199.904	100%

8.5.3 Estados Financieros

8.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias

Tabla 34 Estado de resultados.

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 Venta	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803
Costo Variables	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282
Costos Fijos Producción	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450
Gastos Depreciación	\$ 180.826	\$ 180.826	\$ 180.826	\$ 180.826	\$ 180.826	\$ 180.826	\$ 180.826	\$ 180.826	\$ 180.826	\$ 180.826	\$ 180.826	\$ 180.826
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 27.436.246	\$ 27.436.246	\$ 27.436.246	\$ 27.436.246	\$ 27.436.246	\$ 27.436.246	\$ 27.436.246	\$ 27.436.246	\$ 27.436.246	\$ 27.436.246	\$ 27.436.246	\$ 27.436.246
Costos fijos de Administración	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657
Costos Fijos de Ventas y Distribución	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515
Amortización de diferidos	\$ 85.875	\$ 85.875	\$ 85.875	\$ 85.875	\$ 85.875	\$ 85.875	\$ 85.875	\$ 85.875	\$ 85.875	\$ 85.875	\$ 85.875	\$ 85.875
Utilidad Operativa	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos de Financiación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199
Impuestos	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576
UTILIDAD NETA	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623
Utilidades Repartidas (Dividendos)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidades no Repartidas	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623
Utilidades no Repartidas Acumuladas	\$ 12.828.623	\$ 25.657.246	\$ 38.485.869	\$ 51.314.493	\$ 64.143.116	\$ 76.971.739	\$ 89.800.362	\$ 102.628.985	\$ 115.457.608	\$ 128.286.231	\$ 141.114.855	\$ 153.943.478

Aanálisis: Según identificamos en la utilidad neta tenemos una cifra de \$12.828.623 la cual es positiva, también la cifra de los ingresos por conceptos de ventas supera los costos variables, es una ventaja significativa para llevar a cabo el proyecto.

8.5.3.2 Flujo de Caja y VPN

Tabla 35 Flujo de caja y VPN del Inversionista.

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		\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803
- Costos variables		\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282
- Costos fijos	\$ -	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622
Costos fijos de Producción		\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450
Costos fijos de Administración		\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515
- No Desembolsables	\$ -	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701
- Intereses Credito	\$ -	\$ 2.692.913	\$ 2.648.031	\$ 2.603.149	\$ 2.558.267	\$ 2.513.385	\$ 2.468.503	\$ 2.423.621	\$ 2.378.739	\$ 2.333.858	\$ 2.288.976	\$ 2.244.094	\$ 2.199.212
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ -	\$ 16.454.286	\$ 16.499.168	\$ 16.544.050	\$ 16.588.932	\$ 16.633.814	\$ 16.678.696	\$ 16.723.577	\$ 16.768.459	\$ 16.813.341	\$ 16.858.223	\$ 16.903.105	\$ 16.947.987
- Impuestos	\$ -	\$ 5.429.914	\$ 5.444.725	\$ 5.459.536	\$ 5.474.348	\$ 5.489.159	\$ 5.503.970	\$ 5.518.781	\$ 5.533.592	\$ 5.548.403	\$ 5.563.214	\$ 5.578.025	\$ 5.592.836
= Utilidad despues de Impuestos	\$ -	\$ 11.024.372	\$ 11.054.443	\$ 11.084.513	\$ 11.114.584	\$ 11.144.655	\$ 11.174.726	\$ 11.204.797	\$ 11.234.868	\$ 11.264.939	\$ 11.295.009	\$ 11.325.080	\$ 11.355.151
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ -	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 138.098.078	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 215.561.868
Prestamos	\$ 138.098.078												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 203.098.078
Valor de Salvamento													\$ 12.463.790
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 218.762.278	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635
Activos Fijos	\$ 10.511.700												
Pago Credito (Capital)		\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635	\$ 2.301.635
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 5.152.500												
Capital de Trabajo	\$ 203.098.078												
FLUJO DE CAJA	\$ -80.664.200	\$ 8.989.438	\$ 9.019.509	\$ 9.049.580	\$ 9.079.651	\$ 9.109.721	\$ 9.139.792	\$ 9.169.863	\$ 9.199.934	\$ 9.230.005	\$ 9.260.076	\$ 9.290.147	\$ 224.882.085

Tasa de rentabilidad esperada	2,42%
Valor Presente Neto	175.403.285
Tasa Interna de Retorno	16,53%

Tabla 36 Flujo de caja mensual del proyecto.

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		\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803	\$ 78.613.803
- Costos variables		\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282	\$ 47.168.282
- Costos fijos	\$ -	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622	\$ 12.031.622
Costos fijos de Producción		\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450	\$ 3.828.450
Costos fijos de Administración		\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657	\$ 6.886.657
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515	\$ 1.316.515
- No Desembolsables	\$ -	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701
- Intereses Credito	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ -	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199	\$ 19.147.199
- Impuestos	\$ -	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576	\$ 6.318.576
= Utilidad despues de Impuestos	\$ -	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623	\$ 12.828.623
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ -	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701	\$ 266.701
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 215.561.868
Prestamos	\$ -												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 203.098.078
Valor de Salvamento													\$ 12.463.790
- Otros Egresos no deducibles de	\$ 218.762.278	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos Fijos	\$ 10.511.700												
Pago Credito (Capital)		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 5.152.500												
Capital de Trabajo	\$ 203.098.078												
FLUJO DE CAJA	-\$ 218.762.278	\$ 13.095.324	\$ 13.095.324	\$ 13.095.324	\$ 13.095.324	\$ 13.095.324	\$ 13.095.324	\$ 13.095.324	\$ 13.095.324	\$ 13.095.324	\$ 13.095.324	\$ 13.095.324	\$ 228.657.191

Tasa de rentabilidad esperada	2,42%
Valor Presente Neto	78.010.582
Tasa Interna de Retorno	5,90%

Analisis: El proyecto es viable ya que la tasa de rentabilidad esperada es de 2,42% y la supera la tasa interna de retorno que es de 5.90% con un valor presente neto de \$78.010.582

8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad.

8.5.4.1 Analisis de Sensibilidad

En las siguientes tablas podemos entrar en diferentes escenarios para identificar que tan viable es el proyecto:

Variación del precio: Como podemos ver en la siguiente tabla cuando existe una variación de precio y disminuimos en un 14%, el negocio sigue siendo rentable y se logra mantener el proyecto, en el caso que el proveedor aumente sus costos no nos afecta notoriamente.

Tabla 37 Cambio precio.

Cambio Porcentual en el Precio	-14,00%
Tasa de Retorno	2,42%
Valor Presente Neto	2.002.387
Tasa Interna de Retorno	2,51%

Cambio en las cantidades importadas: En la siguiente tabla vemos que aunque se disminuyan las cantidades en un 44% el proyecto sigue siendo viable según la tabla de rentabilidad esperada.

Tabla 38 Cambio cantidades.

Cambio Porcentual en las Ventas	-44,00%
Tasa de Retorno	2,42%
Valor Presente Neto	576.868
Tasa Interna de Retorno	2,46%

Costos variables: En esta tabla identificamos que aunque los costos variables aumenten un 21% la tasa de rentabilidad esperada sigue siendo igual o superior, esto quiere decir que el negocio sigue siendo viable.

Tabla 39 Cambio variables.

Cambio Porcentual Costos Variables	21,00%
Tasa de Retorno	2,42%
Valor Presente Neto	955.289
Tasa Interna de Retorno	2,46%

Costos fijos: Podemos aumentar los costos fijos en un 70%, y aún así en proyecto sigue siendo viable, esto es muy positivo porque significa que podemos contratar más personal y ampliar nuestras instalaciones.

Tabla 40 Cambio costos fijos.

Cambio Porcentual Costos Fijos	70,00%
Tasa de Retorno	2,42%
Valor Presente Neto	13.209.564
Tasa Interna de Retorno	2,95%

8.5.4.2 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado

Tabla 41 Estado de resultados.

	CUENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+	Ingresos por concepto de Ventas	943.365.641	996.716.185	1.053.083.884	1.112.639.368	1.175.562.919
-	Costo Variables	566.019.385	611.300.935	660.205.010	713.021.411	770.063.124
-	Costos Fijos Producción	45.941.399	49.616.711	53.586.048	57.872.931	62.502.766
-	Gastos Depreciación	2.169.910	2.169.910	2.169.910	571.710	571.710
=	Utilidad Bruta en Ventas	329.234.948	333.628.629	337.122.916	341.173.316	342.425.319
-	Costos fijos de Administración	82.639.880	89.251.071	96.391.156	104.102.449	112.430.645
-	Costos Fijos de Ventas y Distribución	15.798.182	17.062.037	18.427.000	19.901.160	21.493.253
-	Amortización de diferidos	1.030.500	1.030.500	1.030.500	1.030.500	1.030.500
=	Utilidad Operativa	229.766.385	226.285.021	221.274.260	216.139.207	207.470.921
+	Otros Ingresos	-	-	-	-	-
-	Otros egresos	-	-	-	-	-
-	Costos de Financiación	-	-	-	-	-
=	Utilidad Antes de Impuestos	229.766.385	226.285.021	221.274.260	216.139.207	207.470.921
-	Impuestos	75.822.907	74.674.057	73.020.506	71.325.938	68.465.404
=	UTILIDAD NETA	153.943.478	151.610.964	148.253.754	144.813.269	139.005.517
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	-	-	-	-	-
=	Utilidades no Repartidas	153.943.478	151.610.964	148.253.754	144.813.269	139.005.517
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	153.943.478	305.554.442	453.808.196	598.621.465	737.626.982

Utilidad Bruta en Ventas	34,90%	33,47%	32,01%	30,66%	29,13%	32,04%
Utilidad Operativa	24,36%	22,70%	21,01%	19,43%	17,65%	21,03%
UTILIDAD NETA	16,32%	15,21%	14,08%	13,02%	11,82%	14,09%

Análisis: En la tabla anterior podemos observar lo siguiente: Es un proyecto muy lucrativo, donde podemos ver que el negocio en un plazo de cinco años genera utilidades representativas, se tiene la posibilidad de crecer en el sistema logístico y de personal administrativo, ya que sus costos fijos no son tan altos.

8.5.4.3 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 42 Flujo de caja anual del inversionista.

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 943.365.641	\$ 1.006.557.649	\$ 1.073.982.617	\$ 1.145.924.095	\$ 1.222.684.622
- Costos variables		\$ 566.019.385	\$ 611.300.935	\$ 660.205.010	\$ 713.021.411	\$ 770.063.124
- Costos fijos		\$ 144.379.462	\$ 155.929.819	\$ 168.404.204	\$ 181.876.540	\$ 196.426.664
Costos fijos de Producción		\$ 45.941.399	\$ 49.616.711	\$ 53.586.048	\$ 57.872.931	\$ 62.502.766
Costos fijos de Administración		\$ 82.639.880	\$ 89.251.071	\$ 96.391.156	\$ 104.102.449	\$ 112.430.645
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 15.798.182	\$ 17.062.037	\$ 18.427.000	\$ 19.901.160	\$ 21.493.253
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410
- Intereses Credito		\$ 29.352.746	\$ 22.889.756	\$ 16.426.766	\$ 9.963.776	\$ 3.500.786
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 200.413.638	\$ 213.236.729	\$ 225.746.227	\$ 237.861.957	\$ 249.493.639
- Impuestos	\$ 0	\$ 66.136.501	\$ 70.368.120	\$ 74.496.255	\$ 78.494.446	\$ 82.332.901
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 134.277.138	\$ 142.868.608	\$ 151.249.972	\$ 159.367.511	\$ 167.160.738
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 138.098.078	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 275.974.842
Préstamos	\$ 138.098.078					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 276.312.692
Valor de Salvamento						-\$ 337.850
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 218.762.278	\$ 43.867.462	\$ 45.167.289	\$ 46.571.103	\$ 48.087.222	\$ 27.619.616
Activos Fijos	\$ 10.511.700					
Pago Credito (Capital)		\$ 27.619.616	\$ 27.619.616	\$ 27.619.616	\$ 27.619.616	\$ 27.619.616
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 5.152.500					
Capital de Trabajo	\$ 203.098.078	\$ 16.247.846	\$ 17.547.674	\$ 18.951.488	\$ 20.467.607	
FLUJO DE CAJA	-\$ 80.664.200	\$ 93.610.086	\$ 100.901.729	\$ 107.879.279	\$ 114.480.699	\$ 418.716.375

Tabla 43 Flujo de caja inversionista.

Tasa de rentabilidad esperada	33,23%
Valor Presente Neto	228.111.035
Tasa Interna de Retorno	127,91%

Análisis: En la anterior tabla del flujo de caja proyectado a 5 años, se visualiza que la tasa de rentabilidad del retorno es muy superior a la tasa de rentabilidad esperada, ya que pasa de 33,23% al 127,91%, esto sucede porque para el quinto año se tiene previsto recuperar el capital de trabajo, lo que quiere decir que el negocio es viable desde el segundo año.

Tabla 41 Flujo de caja anual del proyecto.

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 943.365.641	\$ 1.006.557.649	\$ 1.073.982.617	\$ 1.145.924.095	\$ 1.222.684.622
- Costos variables		\$ 566.019.385	\$ 611.300.935	\$ 660.205.010	\$ 713.021.411	\$ 770.063.124
- Costos fijos		\$ 144.379.462	\$ 155.929.819	\$ 168.404.204	\$ 181.876.540	\$ 196.426.664
Costos fijos de Producción		\$ 45.941.399	\$ 49.616.711	\$ 53.586.048	\$ 57.872.931	\$ 62.502.766
Costos fijos de Administración		\$ 82.639.880	\$ 89.251.071	\$ 96.391.156	\$ 104.102.449	\$ 112.430.645
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 15.798.182	\$ 17.062.037	\$ 18.427.000	\$ 19.901.160	\$ 21.493.253
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410
- Intereses Credito		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 229.766.385	\$ 236.126.485	\$ 242.172.993	\$ 247.825.734	\$ 252.994.425
- Impuestos	\$ 0	\$ 75.822.907	\$ 77.921.740	\$ 79.917.088	\$ 81.782.492	\$ 83.488.160
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 153.943.478	\$ 158.204.745	\$ 162.255.905	\$ 166.043.241	\$ 169.506.265
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410	\$ 3.200.410
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 275.974.842
Préstamos	\$ 0					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 276.312.692
Valor de Salvamento						-\$ 337.850
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 218.762.278	\$ 16.247.846	\$ 17.547.674	\$ 18.951.488	\$ 20.467.607	\$ 0
Activos Fijos	\$ 10.511.700					
Pago Credito (Capital)		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 5.152.500					
Capital de Trabajo	\$ 203.098.078	\$ 16.247.846	\$ 17.547.674	\$ 18.951.488	\$ 20.467.607	
FLUJO DE CAJA	-\$ 218.762.278	\$ 140.896.042	\$ 143.857.481	\$ 146.504.828	\$ 148.776.045	\$ 448.681.517

Tabla 42 Flujo de caja inversionista.

Tasa de rentabilidad esperada	33,23%
Valor Presente Neto	184.054.150
Tasa Interna de Retorno	67,73%

Análisis: : En la anterior tabla del flujo de caja proyectado a 5 años, se visualiza que la tasa de rentabilidad del retorno es muy superior a la tasa de rentabilidad esperada, ya que pasa de 33,23% a 67.73%, esto sucede porque para el quinto año se tiene previsto recuperar el capital de trabajo, lo que quiere decir que el negocio es viable desde el segundo año.

CONCLUSIONES

Para la empresa Beauty Girls S.A.S, seleccionar un producto innovador que conduce al desarrollo en la línea estética y de salud en Colombia, es un reto empresarial que contribuye a la sostenibilidad del sector cosmético en Colombia.

Después de un análisis que se hizo en todos los factores: económico, social, político, tributario y tecnológico en Colombia, se llegó a la conclusión que nuestro país es de fácil acceso para emprender un negocio que represente excelentes utilidades y contribuya con el crecimiento personal. Para Beauty Girls S.A.S se realizó un análisis del mercado cosmético con el fin de comercializar una línea estética para el cuidado de la piel con un mercado objetivo de hombres y mujeres, donde se estudiaron herramientas cualitativas y cuantitativas para evaluar la viabilidad del proyecto, como los son los costos y gastos de una compañía, creando una estructura desde cero, y desarrollando estrategias con el fin de lograr objetivos económicos y rentables.

Se realizó un análisis financiero donde se determinó la viabilidad del proyecto, estando en diferentes escenarios, como lo es, la variación del precio, variación en cantidades vendidas y variación en los costos y gastos. Se identificó que es un proyecto viable que se puede llevar a cabo con una tasa de rentabilidad superior a la esperada, en la cual los inversionistas pueden rentabilizar más el negocio en el caso de querer subir el precio del producto, y de esta manera seguir siendo competitivos.

Bibliografía

- Actualicese. (2019). *Impuesto de renta*. Obtenido de <https://actualicese.com/tarifa-general-del-impuesto-de-renta-para-personas-juridicas-sera-del-33-para-el-ano-gravable-2019/>
- Aliexpress. (2019). *Aliexpress*. Obtenido de Aliexpress:
<https://www.aliexpress.com/item/4000110109205.html?spm=a2g0o.detail.1000060.3.42b05c00q1O1hD&gps->
- Aliexpress. (2019). *Aliexpress*. Obtenido de Aliexpress:
https://www.aliexpress.com/item/4000110109205.html?spm=a2g0o.detail.1000060.3.42b05c00q1O1hD&gps-id=pcDetailBottomMoreThisSeller&scm=1007.13339.146401.0&scm_id=1007.13339.146401.0&scm-url=1007.13339.146401.0&pvid=18bf7851-750e-4a84-b0d4-4531d40791fa
- Alvarez, A. (s.f.). *Inmueble en arriendo*. Obtenido de Inmueble en arriendo:
<https://albertoalvarez.com/inmuebles/detalle/arrendamientos/locales/594-28146/guayabal-medellin>
- Cadena de valor* . (s.f.). Obtenido de <https://empresasypaz.pares.com.co/02-06-01-redefinicion-cadena-valor.html>
- Cia. (s.f.). *Politica*. Obtenido de politica: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/co.html>
- Colombia, C. e. (2010). *Corrupción*. Obtenido de Corrupción:
<https://www.razonpublica.com/index.php/econom-y-sociedad-temas-29/1510-la-corrupcion-en-colombia.html>
- Comercial, B. (s.f.). *Balanza Comercial*. Obtenido de Balanza Comercial:
<http://www.eafit.edu.co/escuelas/economiaayfinanzas/noticias-eventos/Paginas/exportaciones-balanza-comercial-febrero-2019.aspx>
- Comercio. (s.f.). *venta minorista* . Obtenido de venta minorista :
<https://datosmacro.expansion.com/comercio/ventas-minoristas/colombia>
- comercio, C. d. (s.f.). *codigo ciuu*. Obtenido de codigo ciuu: <http://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>
- competitividad, I. d. (s.f.). *Indice de competitividad*. Obtenido de Indice de competitividad:
<https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/colombia>
- comuna, I. p. (s.f.). *Medellín como vamos*. Obtenido de Medellín como vamos:
<https://www.vivirenelpoblado.com/ingreso-promedio-por-persona-en-el-poblado/>
- Cronica. (s.f.). *Puerto mas importante en Colombia*. Obtenido de Puerto mas importante en Colombia:
http://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-el_puerto_mas_importante_esta_en_buenaventura-seccion-destino-nota-39656.htm

Datosmacro. (s.f.). *Doing business*. Obtenido de Doing business:
<https://datosmacro.expansion.com/negocios/doing-business/colombia>

Datosmacro. (s.f.). *PIB PERCAPITA*. Obtenido de PIB PERCAPITA:
<https://datosmacro.expansion.com/pib/colombia>

Desempleo. (s.f.). *Desempleo*. Obtenido de Desempleo:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

DIAN. (2019). *Posición arancelaria*. Obtenido de Posición arancelaria:
<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

dinero, R. (s.f.). *Incentivo para crear empresa*. Obtenido de Incentivo para crear empresa :
<https://www.dinero.com/especiales-comerciales/5000-empresas-2015/articulo/en-colombia-si-paga-crear-empresa/209544>

Elcolombiano. (s.f.). *Contaminacion*. Obtenido de Contaminacion:
<https://www.google.com/amp/s/www.elcolombiano.com/amp/antioquia/el-impacto-de-la-polucion-en-la-salud-KF10378893>

Espectador. (s.f.). *Mercado de la belleza*. Obtenido de Mercado de la belleza:
<https://www.elespectador.com/economia/mercado-de-belleza-en-colombia-mueve-us3000-millones-al-ano-articulo-849>

Expansión. (s.f.). *Corrupcion*. Obtenido de Corrupcion:
<https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-percepcion-corrupcion/colombia>

Expobelleza. (2019). *Feria de Belleza*. Obtenido de Feria de Belleza: <https://expobelleza.com.co/>

Expobelleza. (s.f.). *Feria*. Obtenido de Feria: <https://www.expobelleza.com.co/>

Gobierno. (11 de 2019). <https://www.sic.gov.co/>. Obtenido de <https://www.sic.gov.co/>

Gobierno. (11 de 2019). www.ccb.org.co. Obtenido de www.ccb.org.co

gobierno, S. (2010). *Ley 1429*. Obtenido de Ley 1429:
http://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/Ley_1429_2010.pdf

Homecenter. (2019). *Homecenter*. Obtenido de Homecenter: <https://www.homecenter.com.co/>

IDH. (s.f.). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/idh/colombia>

Inexmoda. (s.f.). *Informe sector cosmetico 2019*. Obtenido de Informe sector cosmetico 2019:
<http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-del-sector-cosmetico-2019/>

Inflacion. (s.f.). *Ipc*. Obtenido de Ipc: <http://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/indice-precios-consumidor-ipc>

informe sectorial. (s.f.). Obtenido de informe sectorial: <https://www.einforma.co/informes-sectoriales/sector-comercio>

interes, T. d. (s.f.). *Tasa de interes* . Obtenido de Tasa de interes :
<https://www.bancodeoccidente.com.co/wps/wcm/connect/banco-de-occidente/c24390e8-b984-44de-b427-e59ff152a22c/tasas-personas-2019.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mMrMMyeq>

IPC. (s.f.). *IPC*. Obtenido de IPC: <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/colombia>

Legicomex. (s.f.). *Legicomex*. Obtenido de Legicomex:
<https://www.legicomex.com/Documentos/RUTAS-COLOMBIA-CHINA-GUAGZHOU>

Logistic. (s.f.). *Puertos en Colombia* . Obtenido de Puertos en Colombia :
<http://www.portsandlogistics.com/index.php/media-news/93-los-puertos-mas-importantes-de-colombia>

Loreal. (s.f.). *Cosméticos*. Obtenido de Cosméticos: <https://m.portafolio.co/negocios/cosmeticos-un-mercado-que-vale-en-colombia-3-280-millones-de-dolares-521285>

maritimo, F. (s.f.). *Transporte Maritimo*. Obtenido de Transporte Maritimo:
<https://patricialeonlira.com/importacion-de-china/costo-flete-maritimo-precio-transporte-maritimo-desde-china/>

Medellín, A. d. (2016). *Calidad de vida*. Obtenido de Calidad de vida:
file:///C:/Users/derly.abonce/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Informe%20Calidad%20de%20Vida%20de%20Medellin%202016.pdf

Medellín, A. d. (2016). *Como vamos Medellín*. Obtenido de Como vamos Medellín:
file:///C:/Users/derly.abonce/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Informe%20Calidad%20de%20Vida%20de%20Medellin%202016.pdf

Medellín, A. d. (2019). *Estratificacion social Medellín*. Obtenido de Estratificacion social Medellín:
<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeaci%C3%B3n%20Municipal/Secciones/Indicadores%20y%20Estad%C3%ADsticas/Documentos/Estratificaci%C3%B3n/ES>

Medellín, A. d. (s.f.). *Desarrollo calidad de vida* . Obtenido de Desarrollo calidad de vida :
<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeación%20Municipal/Secciones/Publicaciones/Documentos/Encuesta%20Calidad%20de%20Vida/ECV2012/08%20Indicadores%20ECV%202012.pdf>

Minambiente. (s.f.). Obtenido de
<http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/457-plantilla-cambio-climatico-13>

Mintrabajo. (2019). *Provisión de nomina* . Obtenido de Provisión de nomina :
www.mintrabajo.gov.co/atencion-al-ciudadano/tramites-y-servicios/mi-calculadora

Multiplicalia. (s.f.). *Redes Sociales*. Obtenido de Redes Sociales: <https://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-en-2019/?amp>

mundial, B. (s.f.). *Doing business*. Obtenido de Doing business:
<https://espanol.doingbusiness.org/es/data/exploreconomies/colombia#>

Mundial, B. (s.f.). *Doing business*. Obtenido de Doing business:
<https://espanol.doingbusiness.org/es/rankings?region=east-asia-and-pacific>

Onu. (s.f.). *seguridad*. Obtenido de seguridad : <https://pacifista.tv/notas/onu-colombia-conflicto-2019-ivan-duque-desplazamiento/>

organizacional, O. (s.f.). *Organigrama organizacional*. Obtenido de Organigrama organizacional:
<https://www.gestion.org/organigrama-de-una-empresa/>

paz, P. d. (s.f.). *Proceso de paz* . Obtenido de proceso de paz :
<https://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/procesos-de-paz-en-colombia-44168>

PIB. (s.f.). *PIB*. Obtenido de PIB: <https://datosmacro.expansion.com/pib/colombia>

Portafolio. (s.f.). *Aeropuertos en Colombia*. Obtenido de Aeropuertos en Colombia:
<https://www.portafolio.co/economia/infraestructura/en-el-pais-hay-15-aeropuertos-en-ampliacion-y-remodelacion-532460>

Presentacion del sector comercio . (2018). Obtenido de Presentacion del sector comercio :
<https://www.einforma.co/informes-sectoriales/sector-comercio>

Semana, R. (s.f.). *Infraestructura en Colombia*. Obtenido de Infraestructura en Colombia:
<https://www.semana.com/contenidos-editoriales/infraestructura-la-transformacion-de-un-pais/articulo/como-esta-colombia-en-calidad-de-infraestructura/563106>

tiempo, E. (s.f.). *Proceso de paz* . Obtenido de Proceso de paz :
<https://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/farc-regreso-a-las-armas-reabrio-heridas-del-proceso-de-paz-406704>

TLC. (s.f.). Obtenido de TLC: <https://www.rankia.co/blog/mejores-opiniones-colombia/4112685-tlc-colombia-tratados-vigentes-acciones-para-futuro>

TRM. (s.f.). *TRM*. Obtenido de TRM: https://www.capitalcolombia.com/sec-trm_precio_dolar_en_colombia

vida, I. d. (2016). *Informe de calidad de vida*. Obtenido de Informe de calidad de vida:
file:///C:/Users/derly.abonce/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Informe%20Calidad%20de%20Vida%20de%20Medellin%202016.pdf