



**IMPORTACIÓN DE TARJETAS PARA
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE
CALENTADORES DE GAS A PASO
CONTINUO.**

ACUAGAS S.A.S

ANTIOQUIA, MEDELLIN

14 DE NOVIEMBRE DE 2012



**IMPORTACIÓN DE TARJETAS PARA MANTENIMIENTO Y
REPARACIÓN DE CALENTADORES DE GAS A PASO
CONTINUÓ.**

Plan de Negocios



IMPORTACIÓN DE TARJETAS PARA MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE CALENTADORES DE GAS A PASO CONTINUÓ.

Contenido – Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACION SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO.

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GERENAL DE LA EMPRESA

- 3.1 Nombre de la Empresa
- 3.2 Descripción de la Empresa
- 3.3 Misión de la Empresa
- 3.4 Objetivos del Proyecto
- 3.5 Ventajas Competitiva
- 3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir
- 3.7 Relación de productos y/o servicios
- 3.8 Justificación del Negocio
- 3.9 Análisis del entorno y del sector
- 3.10 Conocimientos mínimos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1 Objetivos de Mercadeo
- 4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3 El mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1 El Mercado Meta
 - 4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4 El Mercado Proveedor
 - 4.4.1 Proveedores
 - 4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5 El Mercado Competidor
 - 4.5.1 El Mercado Competidor
 - 4.5.2 Estudio del Mercado Competidor
- 4.6 El Mercado Distribuidor

- 4.6.1 Distribución Directa
- 4.6.2 Manejo de Inventarios
- 4.6.3 Comunicación
- 4.6.4 Actividades de promoción y divulgación
- 4.7 Precios de los Productos
 - 4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3 Los Precios de los productos propuestos
 - 4.7.4 Política de Precios
- 4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10 Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA DISTRIBUCION)

- 5.1 Objetivos de Distribución
- 5.2 Descripción del proceso de distribución
- 5.3 Capacidad de Distribución
- 5.4 Plan de distribución
- 5.5 Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1 Locaciones
 - 5.5.2 Requerimientos de maquinaria, muebles y enceres
 - 5.5.3 Requerimiento de servicios
 - 5.5.4 Requerimiento de personal
- 5.6 Programa de Distribución.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1 Procesos Administrativos
 - 6.1.1 Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2 Procesos administrativos externalizados
- 6.2 Estructura organizacional del Negocio
 - 6.2.1 Organigrama
 - 6.2.2 Descripción funcional de la organización
- 6.3 Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1 Locaciones

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina

6.3.4 Requerimiento de servicios

6.3.5 Requerimiento de personal

6.4 Programa de administración.

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura financiera del proyecto

8.1.1 Recursos propios

8.1.2 Créditos y préstamos Bancarios

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio

8.2.1.2 Otros Ingresos

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

8.2.2.2 Costos

8.2.2.3 Gastos

8.2.2.4 Gastos Financieros

8.3 Estados Financieros proyectados

8.3.1 Flujo de caja

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

8.3.3 Balance General

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor presente Neto

8.4.2 Tasa interna de Retorno

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

10. ANEXOS

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro plan de negocio está dirigido, para la implementación en la empresa ya existente ACUAGAS establecida en Medellín, Colombia con el propósito de efectuar operaciones de comercio exterior y particularmente, orientar las actividades hacia la importación de las tarjetas provenientes de China en donde se encuentra nuestro proveedor, para después efectuar la comercialización de tarjetas tecnológicas para la reparación y mantenimiento de los gasodomesticos.

Nuestro grupo empresarial está conformado por 2 socios:

Yasmin Eliana Gutiérrez

Brian Picón Londoño

El mercado al cual se quiere llegar con este producto es Medellín ya que es acá donde se encuentra la empresa, además en el estudio de mercados que se realizó, encontramos que nuestro proyecto está ubicado en el sector energético, el cual es uno de los sectores de clase mundial al que el país le está apuntando, en el que se pudo observar una gran estabilidad en sus estadísticas de suministros.

Dentro del sector energético, se desprenden diferentes ramas, entre los cuales nos interesa el subsector del gas natural, para el cual su demanda ha presentado un crecimiento del 8,7% interanual entre el periodo del 2003 a 2009, y para el año de 2011 se tienen cifras de que el 58,34% de la población posee una conexión al gas, y el 48,9% cuenta con calentadores de gas, de los cuales se desea abastecer una gran cantidad de las viviendas del área metropolitana que cuentan con un calentador a gas, lo cual permite que nuestro proyecto sea viable y rentable, por lo cual fijamos como objetivo en ventas, de 200 unidades por mes. Atraves de una distribución directa con el cliente final, lo cual puede ser más efectivo para nosotros porque así podríamos vender nuestro producto a un buen precio para los consumidores, y no convirtiéndose en un problema para cumplir con el objetivo de ventas.

Para la implementación de nuestro proyecto es necesario establecer la empresa, aunque esta ya existiera no se encontraba constituida legalmente, para la lo cual se estudiaron varios tipos de organizaciones empresariales, y al final se decidió, constituir la como S.A.S, por su facilidad de constitución, manejos contables, y cantidad de socios requeridos. Por lo cual en nuestro proyecto no tuvimos la obligación de contratar a muchos personal administrativo, solo se requeriría de un técnico en Gasodomesticos, vendedor y nosotros los socios seremos los encargados del área de comercio exterior.

Desde el punto de vista financiero la implementación del proyecto, no es un problema ya que en nuestro estudio arrojó resultados rentables y estaría generando utilidades para la empresa, además según las simulaciones, nuestro proyecto es poco sensible a los cambios en la disminución de la demanda y precio de venta hasta un menos -18%.

Para ser realidad nuestro proyecto se requiere de una inversión por el valor de **\$16.247.793** en cual se van a prestar a través de una entidad financiera, el cual está constituido por todos los recursos que se necesitan para poner en marcha la empresa, y los diferentes recursos que se tienen que adquirir para el buen funcionamiento de este.

Para observarlo más detalladamente se cuenta con:

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 8.501.600,0	50,67%
Total Costos fijos de producción	\$ 3.593.951,0	21,42%
Total Costos fijos de administración	\$ 3.120.674,7	18,60%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 1.561.167,0	9,31%
Costos Totales	\$ 16.777.392,7	100,00%

Para darle viabilidad al proyecto y aunque no sea una cifra muy alta, según el estado de resultados se tiene una utilidad neta mensual de \$2.045.069, con esta cifra se puede afirmar que el proyecto es viable, se tuvieron en cuenta la cifra de promedio de venta de 200 unidades la cual hay que tener en cuenta, ya que no estamos estableciendo una cifra exorbitante, sino una cifra tomada acercándose a la realidad.

1. Integrantes del equipo.

Yasmin Eliana Gutiérrez Vásquez

Identificación: 115244219 **Teléfono** 585-03-09 **Celular:** 313-491-68-74

:

Dirección: Cra 86C No48A-11

Barrio: Floresta

Ciudad Medellín

Correo electrónico: Eliana-9305@hotmail.com

Estudios: **Técnicos**

Tecnológicos x

Universitarios

Otros

Estudios:

Brian Sneider Picón Londoño

Identificación: 1035863003 **Teléfono** 452-15-10 **Celular:** 316-498-95-05

:

Dirección: Cra 63 No74-100

Barrio: Bello

Ciudad Medellín

Correo electrónico: brianl_27@hotmail.com

Estudios: **Técnicos**

Tecnológicos x

Universitarios

Otros

Estudios:

2. Propósito del plan de negocios.

La realización de este plan de negocios ha sido llevada a cabo, gracias a múltiples razones, las cuales serán expuestas a continuación:

Una de las razones es personales; Ya que la empresa ACUAGAS existe, y se estaba buscando una oportunidad de sustentar el negocio a futuro ante terceros; se vio en este proyecto la opción perfecta para tomar una adecuada decisión sobre el futuro de la empresa, y poder llevar a cabo una nueva estrategia de mercadeo, mirando no solo hacia lo que siempre se venía haciendo, si no analizar cada oportunidad que el mercado viene desperdiciando, y aprovecharla para sacar una buena ventaja competitiva.

Otra razón fue la académica, ya que es una excelente manera de aprender a evaluar un negocio. En nuestra futura vida profesional este estudio nos servirá para afrontar múltiples variables, y que para efectos de crear un nuevo negocio se aplicaría, y nos daría la opción de analizar diferentes campos influyentes para la realización de este.

3. INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre De La Empresa

ACUAGAS S.A.S

3.2. Descripción de la Empresa

La empresa ACUAGAS S.A.S, en el momento se dedica a los contratos con obras de plomería y gas, y brinda el servicio de reparación, mantenimiento y asesoría en gasodomesticos. Por medio del desarrollo de este proyecto busca ampliar su mercado y generar nuevas oportunidades de negocio.

El proyecto a desarrollar tendrá como objetivo importar tarjetas para calentadores, ya que son estas las que más fallas tienen y las cuales generan gastos, en la reparación de los calentadores, para así poder brindar un servicio completo y exclusivo a nuestros actuales y futuros clientes.

3.3 Misión De La Empresa

ACUAGAS promoverá el buen funcionamiento de los diferentes segmentos de las redes de gas, plomería, y gasodomesticos a través del buen nivel de servicio, calidad en sus productos y buen manejo de sus procesos, tomando en cuenta como principal factor las insatisfacciones que tienen los clientes en el mercado.

Promovemos la calidad de vida de las personas y aportamos al buen desarrollo del país con la generación de empleos y buscamos crear un buen ambiente laboral para mantener unas excelentes relaciones con nuestros clientes, teniendo en cuenta que ellos mismos son nuestra razón de ser.

3.4 Objetivos del Proyecto.

Objetivo general

Determinar la viabilidad de la importación y comercialización de tarjetas para calentadores de paso a gas.

Objetivos específicos

- Mediante un estudio de mercados, se determinaran la cantidad de posibles compradores, y los proveedores a utilizar, para así hacer un costeo de precios.
- Mediante un estudio del entorno al sector en el cual nos vamos a desempeñar, se analizaran las condiciones del medio y los factores que afectan al producto.
- Investigar y analizar las posibles fuentes de financiación que existen en el medio para ayudar con el desarrollo exitoso del proyecto.
- Investigar todos las posibles disposiciones legales, que presenten algún problema u oportunidad para el proyecto.

3.5 Ventajas Competitivas.

La empresa ya por estar constituida ya se tendría una gran ventaja para la implementación de nuestro proyecto, además se cuenta que al ser los únicos que distribuimos el producto en el mercado respecto a las demás empresas, nos permite ser más competitivos con la oportunidad de atraer nuevos clientes.

3.6 Necesidad o problema que se quiere invertir

Actualmente los calentadores cuando se dañan las tarjetas, se desechan totalmente porque queda nulo a falta de estas y esto al usuario le representa un gasto impredecible en el momento, y aunque en el medio existan empresas que prestan el servicio no brindan el servicio de reparación, si no que inciden en el cambio de calentador.

Por lo cual se genera la duda si en realidad, es necesaria la importación y comercialización de estas tarjetas.

3.7 Relación de productos y/o servicios

La idea surge atreves de la necesidad que existe en el medio que cuando los calentadores de paso, tienen fallas en las tarjetas, el calentador queda inservible, ya que en Medellín, no se consiguen estas y obligan al cliente a adquirir un

producto nuevo, todo por esta pieza; generando que los clientes desistan de la idea de volver adquirir un producto nuevo, y reemplazándolo por productos como duchas para baño, más baratas, pero de mayor riesgo en general.

El proyecto tiene como mercado meta, todos aquellos clientes que actualmente hayan adquirido calentadores de paso y que a futuro se sientan más seguros de utilizarlos ya que en el mercado existiría un servicio el cual les brindaría mayor seguridad, durabilidad y rentabilidad en los productos del hogar

3.8 Justificación del negocio.

Con la importación de las tarjetas y brindando el servicio de reparación de los calentadores e instalación de las tarjetas, le estaríamos dando a nuestros clientes una opción de ahorro y economía para sus hogares, ya que no incurrirían en el gasto de adquirir otro calentador o producto sustituto de este, si no solo la adquisición de un repuesto, el cual representa una durabilidad y por ende un ahorro para los gastos del hogar.

3.9 Análisis del entorno y el sector

ANALISIS DEL ENTORNO

Económico: El sector energético en Colombia, es uno de los sectores que viene en expansión, y hace parte de las grandes variables que ha ayudado a la economía Colombiana a crecer en los últimos años, mostrando un porcentaje en el PIB de 2009 11,14%, cuando en años anteriores se clasificaba en el escalafón de “otros”.

Político: Según la política nacional de competitividad, Colombia le apunta al sector energético como una de las claves para el desarrollo del país. Se está buscando ampliar el mercado a los países vecinos de Panamá y Ecuador, y en el momento solo se está exportando a Venezuela, obteniendo buenos resultados para el desarrollo de las regiones como la Guajira con el pago de regalías.

Social: Este sector posee un problema ya que al explotar los recursos naturales, se están despojando de sus hogares a indígenas, se busca solucionarlo con la retribución de regalías, pero se presenta el problema social de que un indígena prefiere su ambiente a el dinero, esto ha conllevado a manifestaciones y disturbios entre autoridades y estas comunidades, afectando la explotación, el transporte y la comercialización de estos recursos.

Otro factor relevante en el tema de social es que la seguridad en las fronteras por las cuales se daría el paso transfronterizo de diferentes viaductos, se ven afectados por ataques terroristas, afectando a la distribución y conllevando a gastos de arreglos y seguridad en la zona.

Tecnológico: Gracias a que se tiene un mercado nacional amplio y uno internacional que futuramente se va a abastecer, la tecnología en este sector ha sido cambiante en los últimos años, obligándolos a tener claro que tipo de servicio se va a ofrecer y que recursos naturales se deben de obtener, para lo anterior se implementaron nuevos generadores, nueva tubería y nueva maquinaria para la extracción de estos recursos.

Ecológico: El sector energético es uno de los sectores en Colombia que adquirió un compromiso mayor ante el cuidado del medio ambiente, implementando en sus organizaciones la responsabilidad empresarial, dándole el cuidado adecuado a las aguas, respetando las áreas protegidas y cuidando la biodiversidad de las zonas a explotar.

ANALISIS DEL SECTOR:

El sector en el cual se va a desarrollar el proyecto, es el sector comercial, ya que no se van a utilizar ninguna materia prima que fuera a sufrir alguna transformación, si no que el bien se va a importar y comercializar en Colombia.

En Colombia el sector del gas se mantiene vigilado por Ecopetrol, cuenta con 8 empresas transportadoras las cuales tienen un contrato de asociación, cuenta con múltiples empresas comercializadoras, casi siempre por cada departamento, y ya que nuestro proyecto se centrara en el área metropolitana se tuvieron en cuenta las empresas prestadoras del servicio de conexión, las cuales son 3 , estas deben de pedir la solicitud en EMP y tener la adecuada certificación para prestar este servicio.

El sector se ha mantenido suministrando entre 200 y 300 GTBU al día entre los años 2005 a 2011, mostrando una gran estabilidad y alta conectividad anual, en los últimos años gracias a las múltiples oleadas invernales, el sector del gas se mantuvo estable en su distribución y no ha presentado un gran crecimiento ya que gracias a los deslizamientos se dificultaba transportar este bien.

La demanda del gas natural ha presentado un crecimiento del 8,7% interanual entre el periodo del 2003 a 2009, el PIB ha presentado un crecimiento desde el año 2000 con un variación promedio del 3% anual, dentro este periodo, en el 2007 se presentó el mayor porcentaje del PIB para este sector que fue de 6,9%.

3.10 Conocimientos para entrar al negocio.

Los conocimientos requeridos para decidir si el negocio es viable o no son los siguientes, en primer lugar tenemos el financiero como el más importante, el legal y el de mercado, ya que son estos los que me definen mi futuro económico, mi clientela y mis futuras restricciones o beneficios para el buen desarrollo de la empresa.

4. ANÁLISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de mercadeo

- Lograr las ventas estimadas por la empresa de la cantidad importada en un periodo de mediano plazo.
- Se desea distribuir el producto directamente con el cliente final o también estamos encargados de hacerlo por terceros en caso de que se presente la oportunidad.
- Promocionar el producto a través de los diferentes recursos que contamos en nuestra actualidad ya sea por internet, volantes publicitarios, etc. Y con esto logrando un posicionamiento en el mercado.

4.2 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

El bien que se va a ofrecer al mercado meta son las tarjetas para calentadores de paso a gas, con las cuales vendrá un servicio técnico el cual consta del aprendizaje del buen uso del gasodomestico, y el mantenimiento de este. Se dara una garantía de 6 meses, en la cual se verificara al cuarto mes por medio de una llamada, el nivel de satisfacción que el cliente tiene con nuestro producto.



Ignition Modules

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

Nuestros clientes son los hogares del área metropolitana que cuentan con la conexión de gas natural en sus casas, y poseen un calentador de paso a gas, en Medellín existen 606.323 hogares y 597.565 viviendas; En el 2011 el 58,34% de la población posee una conexión al gas y el 48,9% cuenta con calentadores de gas, de los cuales se desea abastecer el 10% el cual equivale a un promedio de 57786 hogares.

4.3.2 Estudio del Mercado del Consumidor

a) Objetivos del estudio de mercado del consumidor.

- Demostrar la necesidad que el cliente necesita nuestro producto, basando la investigación en la falencia que nos brinda como oportunidad el mercado al no comercializarlas.
- El producto final será vendido por unidad, se puede tener asequibilidad del producto en el domicilio correspondiente que se desea crear, tendrá un flujo de compra cada año, ya que en este periodo es cuando se presentan fallas y se debe de hacer el mantenimiento.
- Corresponder a las expectativas de los consumidores, y garantizar con esto que el producto cuenta con una buena calidad y estamos prestando un buen servicio.

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

La investigación tuvo fundamentos en los conocimientos que la empresa ACUAGAS S.A.S, ya que fue por medio de su fundador fue que surgió la idea, y este ya tenía conocimiento del mercado al que se le apunta, brindándonos datos necesarios para la realización del proyecto.

El internet es un factor clave el cual nos ayudó a encontrar múltiples datos estadísticos, de proveedores, competencia y demás ítems necesarios para la realización

C) Resultado del estudio de los consumidores

Población consumidora:

Tipo de consumidor: Directo

Criterios de compra: Los criterios de compra de los consumidores, se establecen por medio de una necesidad, la cual es arreglar su calentador, con la tarjeta, sin necesidad de adquirir uno nuevo.

La ubicación de los consumidores:

- País: Colombia
- Departamento: Antioquia
- Ciudad: Medellín



Determinación de la demanda:

En Medellín existen 606.323 hogares y 597.565 viviendas

El 58,34% de la población posee una conexión al gas

El 48,9% cuenta con calentadores de gas

De los datos anteriores se desea abastecer el 10% el cual equivale a un promedio de 57786 hogares.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

NOMBRE DEL CONTACTO	INSUMOS/ MATERIALES	UBICACIÓN	E-MAIL
Assif Naeem	Tarjetas para calentadores	Pakistán	
Kaka	Tarjetas para calentadores	Japón	Hongfa988@yahoo.com
Yuki	Tarjetas para calentadores	China	Yuki345@yahoo.es

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Las variables que se desean investigar acerca de los futuros proveedores son:

- Precio
- Calidad
- Confiabilidad, medios y forma de pago

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

Se utilizaron como medio el internet, por medio de paginas de ventas internacionales, las cuales nos permitían comunicación con los proveedores, mediante correos electrónicos, suministrándonos las cotizaciones.

Fuente: www.Aliaba.com www.madeinchina.com

c) Aplicación de la medio

La aplicación al estudio de los proveedores, se realizó por medios informáticos, llevando historial de e-mail, en los cuales se negociaba todos los ítems para hacer un buen proceso, tales como: precio, incoterm, medio de transporte, forma de pago.

d) Resultado del estudio de proveedores.

PERSONA DE CONTACTO	CANTIDAD	PRECIO	INCOTERM	FORMA DE PAGO	CONFIABILIDAD
Assif Naeem	1500	3500 USD	EXW	Cobranza	En internet no se encontró ninguna información que nos arrojará un dato en específico
Kaka	2000	4000 USD	FOB	B/L	En internet se encontró que es una empresa con un buen reconocimiento en JAPON
Yuki	1000	2056 USD	FOB	B/L	En internet se encontró que es una empresa con un buen reconocimiento en CHINA.

De los 3 proveedores estudiados, se eligió a Yuky, ya que pertenece a una compañía seria y nos ofrece la cantidad requerida a un buen precio.

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

COMPETIDOR	UBICACIÓN	ENTREGA	FORMA DE PAGO
MAYUN S.A.S	Esta empresa se encuentra en Medellín, Cali y Bogotá	Su forma de entrega es donde el cliente lo solicite, residencia, construcciones.	La forma de pago que se maneja para un domicilio es anticipada, de lo contrario es inmediata.
METROGAS LTDA	Esta empresa se encuentra en la ciudad de Medellín	Su forma de entrega es en las instalaciones de METROGAS.	La forma de pago es a contado.
ELECTROPARTES Ltda.	Esta empresa está ubicada en Medellín y Manizales.	Su forma de entrega es donde el cliente lo necesite.	La forma de pago es a contado.

Producto/ Empresa	MAYUN-Precio \$	METROGAS-Precio \$	ELECTROPARTES-Precio\$
Tubería de Cobre/1mt	5.700	5.700	5.700
Tubería de Acero/1mt	6.500	6.000	6.000
Conectores	4.300	4.200	4.300
Válvulas	3.600	3.600	3.600

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado competidor

Las variables que se investigaron de los competidores fueron:

- Servicio al cliente
- Calidad del producto
- Lugar de ubicación

- Participación en el mercado

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

La información se consiguió por medio de Facturas que la empresa ACUAGAS S.A.S tenía, y por medio de contactos de estas empresas.

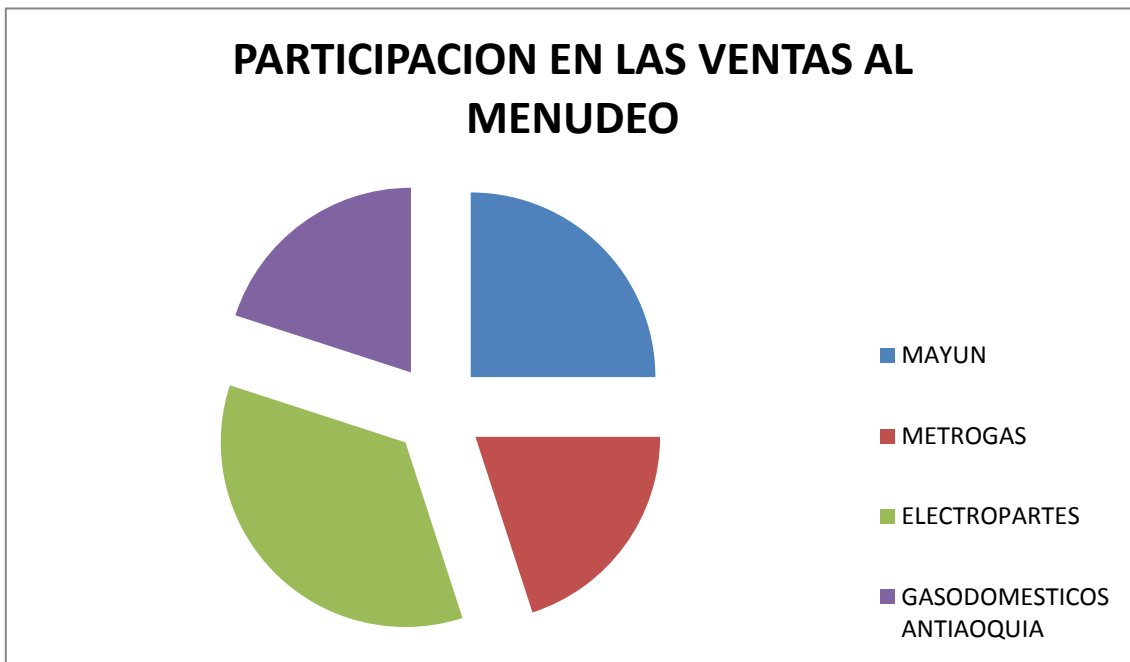
Se buscaron datos en la Cámara de Comercio de Medellín, para corroborar las cifras que ya teníamos.

c) Aplicación de la Medios

Fue aplicada principalmente a la empresa MAYUN S.A.S, la cual nos brindó la información general que necesitábamos acerca de su empresa.

Para dar un buen servicio al cliente la empresa MAYUN llama después de 15 días entregado el producto para medir la satisfacción que pudo o no haber tenido el cliente, si este da una respuesta negativa proceden a generar un plan de acción para verificar en que parte del proceso están fallando.

Su cede está ubicada en Rionegro, y su participación en el mercado se encuentra así:



Según datos brindados por MAYUN, y los arrojados por las estadísticas, ellos son fuertes en las ventas al por mayor, y en las de menudeo en las que estaríamos ubicados nosotros son débiles, dato que arroja una gran oportunidad para el proyecto.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución Directa

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

La distribución de nuestro producto se hará de manera directa con el consumidor final y/o terceros que deseen obtener solo el producto. Mediante nuestro punto de venta las personas pueden obtener el repuesto o llamar y pedir el servicio de un técnico en gas para la revisión de su calentador y saber si la avería es debido a la tarjeta y con esta el remplazo de la misma, solo en el mercado donde nos encontramos para este caso sería Medellín.

b) Fuerza de ventas

CANTIDAD	PERSONAL	COMPETENCIAS	COSTOS
1	Vendedores	Ofrecer el producto al cliente	\$750.000
1	Asesor (Técnico)	Dar asesorías acerca del producto	\$700.000

4.6.2 Manejo de Inventarios

A nivel de inventarios al no tener todavía una cifra determinada de ventas mensuales, y teniendo como base al número de tamaño de mercado al que se desea vender, la empresa desea comenzar con una importación de 1000 tarjetas/ unidades para su debida comercialización al mercado.

4.6.3 Comunicación

1. **Nombre Comercial:** Tarjetas para calentadores de paso a gas.
2. **Especificaciones del Empaque:** Cartón corrugado por unidad.
3. **Nombre de la Empresa:** ACUAGAS S.A.S

4. Logo-Símbolo:



4.6.4 Actividades de promoción y divulgación.

La empresa ACUAGAS S.A.S, tendrá personal con la suficiente eficiencia y poder de convencimiento para saber cómo llegar a los clientes y convencerlos de adquirir el repuesto, esto va a ocurrir ya que estas personas deberán de tener una experiencia de 1 año en el área de gasodomesticos, para así brindar la adecuada asesoría a los clientes.

Se utilizaran medios publicitarios tales como volantes y afiches en los hogares, los cuales mostraran la oportunidad de no tener que llegar a un gasto por la culpa de la tarjeta; Otro medio para promover el producto son las ferias de hogares, en las cuales se expondrán las tarjetas y la importancia de adquirirlas.

4.7 Precio del Producto

4.7.1 Factores que influyen en la determinación del precio del producto

- El precio de la competencia (al ser un producto nuevo en el mercado comparamos precios de mantenimiento)
- Costos de la distribución física internacional
- Costos de distribución física nacional
- Valor agregado (calidad)

- Eficiencia en el servicio

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
TARJETAS PARA CALENTADORES	\$ 4.608,00	1,00	1000	\$ 4.608,00
TRANSPORTE INTERNACIONAL	\$ 1.450,00	1,00	1	\$ 1.450,00
TRANSPORTE LOCAL	\$ 1.000,00	1,00	1	\$ 1.000,00
AGENCIA DE ADUANAS	\$ 450,00	1,00	1	\$ 450,00
INSTALACION DE LA TARJETA	\$ 15.000,00	1,00	1	\$ 15.000,00
MANTENIMIENTO DEL GASODOMESTICO	\$ 20.000,00	1,00	1	\$ 20.000,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 42.508,00

4.7.3 Precio del Producto propuesto

El precio que le dimos al producto fue escogido por nosotros y puede ser un margen de contribución alto pero en realidad estamos siendo muy competitivos ya que le agregamos valor a nuestro servicio ya que también se realiza mantenimiento al gasodomeísticos.

Producto	Unidad de medida	Cantidad	Precio neto	Precio de venta	%Margen de Contribución
Tarjeta	Unidad	1	\$42.508	\$100.000	57.5%

4.7.4 Política De Precios

El precio disminuye cuando se trate de ventas únicamente del producto, cuando no se realice la instalación por parte de nuestros técnicos, aunque ya la garantía no va hacer de el mismo periodo de tiempo si no inferior, y el precio será de un

menos -30% del valor de venta del producto, y cuando se trate de ventas de 40 unidades en adelante se realiza un descuento de 5%.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización.

ACTIVIDADES	COSTO	TIEMPO	CANTIDAD
PERSONAL DE VENTAS	750000	CONTRATOS DE 4 MESES	1 PERSONA
TECNICOS	700000	CONTRATO DE 4 MESES	1 PERSONA

4.9 Riesgos y Oportunidades del Mercado.

Se realizó este estudio a través de la matriz DOFA.

Análisis situacional: DOFA

a) Fortalezas:

- Se tiene un buen nivel de servicio a los clientes, para que así se haga repetitivo el proceso de compra.
- Se cuenta con los conocimientos para llegar al mercado.
- Se tiene fácil acceso al personal capacitado para desempeñar cada labor necesaria dentro de la empresa.
- Sería un proyecto generador de empleo.

b) Debilidades:

- Se tiene como debilidad que el proyecto será implementado en la empresa ACUAGAS S.A.S y esta es reconocida en el área de construcción, mas no en el área de viviendas habitadas.
- El daño de los calentadores no siempre se deben al daño de la tarjeta lo cual genera incertidumbre para la venta de las mismas

c) Amenazas:

- Una amenaza para el proyecto es la competencia, ya que existen grandes marcas en el mercado que comercializan el producto terminado (CALENTADOR DE GAS) y las cuales ya tienen un posicionamiento en el mercado.
- Y como segunda, se tendría en cuenta los bajos costos de los nuevos calentadores, los cuales sustituirían la necesidad de la tarjeta, ya que estas empresas prestan un servicio de financiación.

d) Oportunidades:

- Se tiene como oportunidad, que los principales proveedores de las tarjetas que se encuentran en china y en Japón, se van a firmar TLC, los cuales beneficiarían nuestro producto.
- Dar a conocer a las personas de que el repuesto (tarjeta de gas) ya se comercializa en el mercado y siendo unos de los únicos de venderlas y prestar el servicio de instalación para obtener mayor reconocimiento.

Objetivo del plan

- Saber implementar la estrategia de reconocimiento de la empresa en el área comercial, para así tener los resultados deseados.
- Saber aprovechar la necesidad que nos ofrece el mercado, para así brindar una mejor calidad en el servicio.

Plan de acción

El plan de acción lo ejecutara un mercadologo de la empresa PREXUS, dándole confiabilidad a los resultados, ya que es una empresa con reconocimiento en la ciudad

El plan de acción es planeado cada año, para así trazarse unas metas a corto plazo.

Control del plan

Ya que el plan de acción es presupuestado para un año, se le deben de hacer revisiones cada mes, para así estar seguro que el proceso va a acorde con lo

planeado, e ir corrigiendo el desperdicio y errores, ya que son estos los que no agregan valor.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

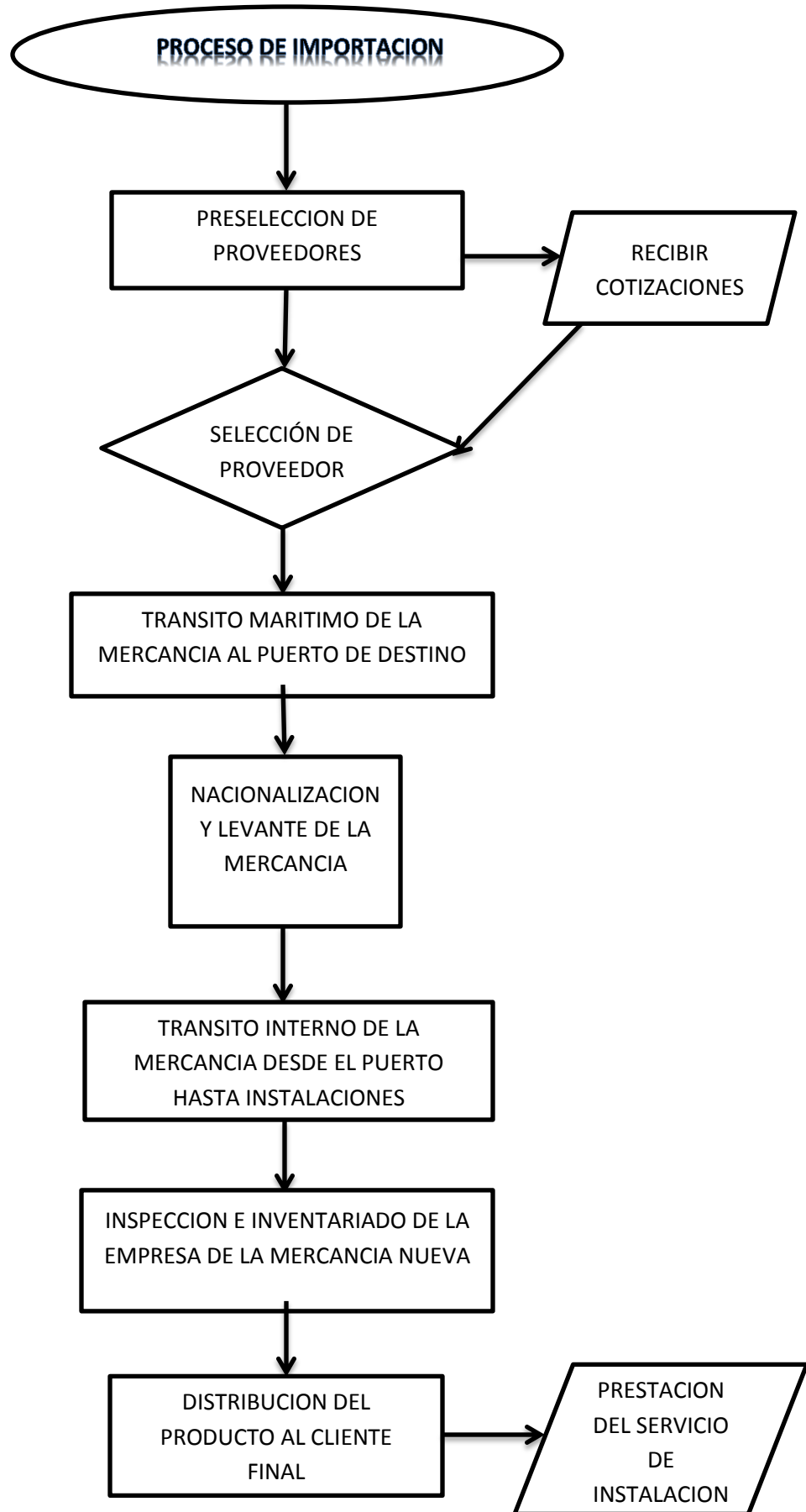
5.1 Objetivos de distribución.

- Mantener calculados los tiempos de tránsito, para que la mercancía llegue en los tiempos deseados.
- Mejorar y mantener los buenos procesos de distribución y comercialización del producto, así como estándares de mano de obra que conlleve cada proceso.
- Lograr el producto llegue a su consumidor final en una excelente calidad, en el tiempo requerido y en las cantidades solicitadas.

5.2 Descripción del proceso de distribución.

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	TIEMPO	RECURSOS MATERIALES	RECURSOS HUMANOS
Encontrar proveedor	Búsqueda y selección del mejor proveedor	3 horas	Páginas de proveedores.	Área de comercio exterior
Aprobar cotización	Aprobar el termino de negociación, tiempos de pago, cantidades mínimas, precio del producto, puerto de embarque y destino.	1 hora	e-mail	Área de comercio exterior
Transito marítimo	Viaje de la mercancía desde el país de origen, hasta su llegada	15 días	Contratación naviera, agencia de aduanas, operador portuario.	Área de comercio exterior
Tránsito terrestre	Viaje de la mercancía desde un puerto nacional, hasta la ciudad de destino	5 días	Contratación transporte, pago de flete	Área de comercio exterior
Inventarios	Registrar que el producto que llego sea el adecuado, y las cantidades acordadas.	6 horas	Computador y scanner.	1 operario
Distribución	Tiempo para llevar el producto a su cliente final.	1 hora	Carro.	Vendedor y técnico

FLUJOGRAMA



5.3 Capacidad de distribución.

PRODUCTO	UNIDADES A DISTRIBUIR	TIEMPO	EVALUACION
Tarjetas para calentadores de paso a gas	1000 unidades	N/A	Trimestral

5.4 Plan de distribución.

PROCESO	TIEMPO DE DISTRIBUCION	EVALUACION
Importación de las tarjetas	10 Días	Mensual
Verificar unidades disponibles para la venta	1 Día	Mensual
Remisión del pedido	1 Hora	Diaria
Selección del producto que se pidió	1 Hora	Diaria
Asignar cita para la instalación (tiempo máximo 2 días)	1 Hora	Diaria
Hacer la instalación.	2 Horas	Diaria

Tiempo total de distribución: 11 días con 5 horas.

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción.

5.5.1 Locaciones.

El local que se va a utilizar para este proyecto es arrendado, para esto se buscaron en diferentes empresas de arrendamiento, y se eligió el siguiente local:

- Ubicación: Cra 50 N° 43-17
- Área: 200-300 m²
- Ciudad: Medellín
- Valor: 1.000.000

Distribución del local



5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

CANTIDAD	EQUIPOS	PROVEEDOR	VALOR
4	Computadores	Mercado Libre	\$ 3.200.000
1	Scanner código de barras	Mercado Libre	\$ 170.000
1			Impresora
3	Escritorios	Homecenter	\$ 500.000
4	Sillas	Homecenter	\$ 198.000
1	Archivador	Homecenter	\$ 150.000
1	Software	Solucion Saint	\$ 1.300.000
1	Botiquín primeros auxilios	Homecenter	\$ 120.000
2			Extinguidores
Total			\$ 6'078.000

5.5.3 Requerimientos de servicios.

SERVICIOS NECESARIOS	PRECIO	TIEMPO
Agua	\$70.000	Mensual
Luz	\$200.000	Mensual
Teléfono	\$80.000	Mensual
Internet	\$60.000	Mensual
Gas	\$10.000	Mensual
Mensajería	Depende de envíos	Mensual

TOTAL: 420.000

5.5.4 Requerimiento de Empleados

EMPLEADOS

- **TECNICO EN GASODOMESTICOS**

OBLIGACION: Son estos los que estarían a cargo del mantenimiento de los gasodomesticos y que tengan conocimiento acerca de este tema, y con esto la instalación de las tarjetas, para darles una buena seguridad al cliente final.

PERFIL: Se requiere personal capacitado, técnico o tecnológico en mantenimiento de gasodomesticos, con experiencia mínima de 2 años.

COSTOS DEL SALARIO:

Salario	700.000	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	59.500
Pensiones	12%	84.000
ARP	0,52%	3.654
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	147.154
Prestaciones sociales		
Sub. Transporte	67.800	67.800
Prima	8,33%	63.958
Cesantías	8,33%	63.958
Int. Cesantías	1%	640
Vacaciones	4,17%	29.190
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	225.545
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	28.000
ICBF	3%	21.000
SENA	2%	14.000
Subtotal Parafiscales	9%	63.000
TOTAL	51,85%	1.135.699

- **VENDEDOR**

OBLIGACION: Deben de tener una buena atención al cliente, para poder ofrecer y vender nuestro producto con la mayor seguridad y satisfacción posible

PERFIL: Se requiere personal profesional o tecnólogo en área de mercado o carreras afines, con motivación de crear estrategias que impulsen las ventas, que tenga experiencia de 1 año ,que tenga una buena presentación y buena expresión para poderse dirigirse al público.

COSTOS DEL SALARIO:

Salario	750.000	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	63.750
Pensiones	12%	90.000
ARP	0,52%	3.915
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	157.665
Prestaciones sociales		
Sub. Transporte	67.800	67.800
Prima	8,33%	68.123
Cesantías	8,33%	68.123
Int. Cesantías	1%	681
Vacaciones	4,17%	31.275
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	236.002
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	30.000
ICBF	3%	22.500
SENA	2%	15.000
Subtotal Parafiscales	9%	67.500
TOTAL	51,85%	1.211.167

- **COMERCIO EXTERIOR**

OBLIGACION: Se encargara de los procesos de importación de las tarjetas, y con esto los diferentes trámites. También será el encargado de

verificar que las áreas de la empresa se manejen de la mejor manera posible.

PERFIL: Se requiere una persona que esté dispuesta al continuo aprendizaje, que sea veraz y estratégico para la toma de decisiones, buscando siempre el mejor margen de rentabilidad, y confiabilidad que la empresa pueda llegar a brindar.

COSTOS DEL SALARIO:

Salario	1.000.000	
Seguridad Social		
EPS	8,50%	85.000
Pensiones	12%	120.000
ARP	0,52%	5.220
Sub-Total Seguridad Social	21,02%	210.220
Prestaciones sociales		
Sub. Transporte	67.800	67.800
Prima	8,33%	88.948
Cesantías	8,33%	88.948
Int. Cesantías	1%	889
Vacaciones	4,17%	41.700
Sub.-Total Prestaciones	21,83%	288.285
Aportes Parafiscales		
CCF	4%	28.000
ICBF	3%	30.000
SENA	2%	20.000
Subtotal Parafiscales	9%	78.000
TOTAL	51,85%	1.576.505

5.6 Programa de distribución.

Esta información va incluida en programa de administración.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

- **COMERCIO EXTERIOR:** Esta área se encargara de los siguientes aspectos:
 - Buscar los proveedores adecuados para la empresa, en las diferentes páginas de internet como www.madedinchina.com.
 - Hacer contacto con los proveedores, pedirles la cotización y analizarlas.
 - Hacer todo el proceso de distribución física internacional, que dentro el cual esta: Contratar la empresa de transporte internacional, la agencia de adunas, estar pendientes del proceso de nacionalización, el contrato del transportista terrestre, y la devolución de contenedores y manejos de estos.
 - Todo lo anterior se realizara cada vez que el área encargada de administrar el inventario de aviso de que el stock está llegando a su límite..
- **CONTABILIDAD:** Esta área se encargara de los siguientes aspectos:
 - Llevar los registros de todas las actividades y procesos contables en los que la empresa incurra.
 - Este proceso se hará cada mes con el fin de verificar costos y gastos.
 - La contabilidad de la empresa será administrada por un tercero.
- **VENTAS Y ATENCION AL CLIENTE:** Esta área se encargara de los siguientes aspectos:
 - Las personas encargadas de esta área deben de hacer cada 6 meses una investigación de mercados, con el fin de que cada vez nuestro mercado pueda llegar a hacer mucho más amplio.
 - Se encargaran de cumplir las metas fijadas para cada mes, con el fin de que el propósito en común valla en buen camino.
 - La publicidad y la buena atención al cliente serán importantes al momento de las ventas.
- **DEPARTAMENTO DE TECNICOS:** Esta área se encargara de los siguientes aspectos:

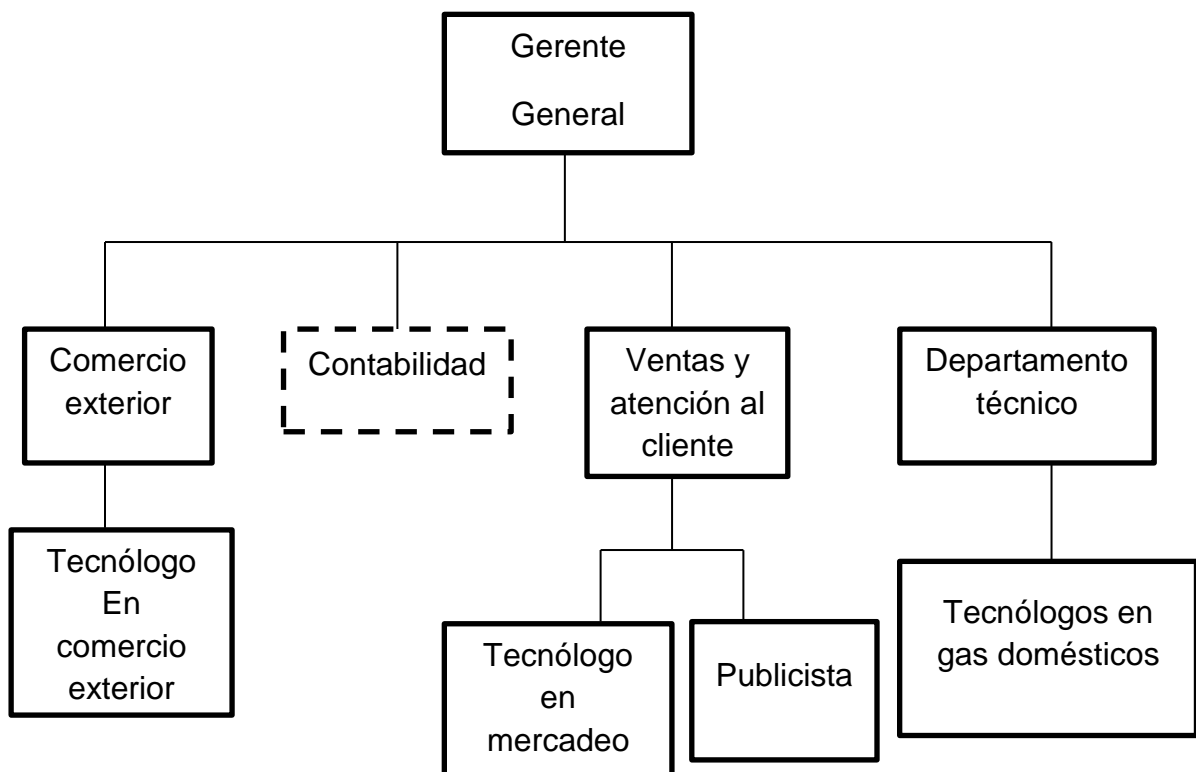
- Se encargaran de verificar si la mercancía que llega es la adecuada.
 - El almacenamiento, y la verificación de los estándares de los stocks de seguridad será algo primordial dentro de sus funciones.
 - Lo anterior se hará mediante un software que con la entrada y salida de datos les dará un dictamen de sus stocks.
 - Tendrán la responsabilidad de instalar las tarjetas, y el mantenimiento de los calentadores.
- **GERENCIA:** Esta área se encargara de los siguientes aspectos:
 - Representar a la compañía frente a terceros.
 - Tomar decisiones administrativas y financieras.
 - Administrar las labores anteriores de la empresa.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados.

NOMBRE DEL PROCESO	PROVEEDOR	COSTOS ESTIMADOS
Contabilidad	Canberra y asociados	\$ 200.000
Oficios varios	Persona natural	\$ 300.000
Seguridad	Metroalarmas	\$ 200.000
Total		\$ 700.000

6.2 Estructura organizacional del negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización.

- **GERENTE GENERAL:** Es este el que tendrá la labor de ver que las metas de la empresa se estén cumpliendo, para que el margen de rentabilidad si sea el esperado. También se encargara de la toma de decisiones altamente sensibles para la empresa.

- **COMERCIO EXTERIOR:** Esta área se encuentra conformada:
 - **TECNOLOGO EN COMERCIO EXTERIOR:** Es esta persona la cual se encargara del proceso de importación de las tarjetas, el cual está conformado básicamente por: la busca, aceptación de proveedores, proceso de distribución física, proceso de nacionalización, y comunicación con el agente de aduana.

- **CONTABILIDAD:** Llevar a cabo todas las actividades de procesos contables de la empresa.

- **VENTAS Y ATENCION AL CLIENTE:** Esta área se encuentra conformada:
 - **TECNOLOGO EN MERCADEO Ó UN PUBLICISTA:** Se dice que puede ser cualquiera de estas dos personas las que pueden asistir este cargo, ya que van enfocadas en la buena atención y buena presentación del producto. Se encargaran de hacer un buen estudio de mercados, lograr las metas, y hacer una buena interacción con los clientes.

- **DEPARTAMENTO DE TECNICOS:** Esta área se encuentra conformada:
 - **TECNOLOGO EN GAS DOMESTICOS:** Tendrán como labores el almacenamiento de la mercancía, verificación de los stocks, la instalación de las tarjetas y el mantenimiento a los calentadores.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

Esta información va incluida en las locaciones de producción.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software muebles y enseres.

Esta información va incluida en requerimientos de maquinaria, equipo, muebles y enseres.

6.3.3 Requerimiento de materiales de oficina.

CANTIDAD	PRODUCTO	PROVEEDOR	PRECIO
1	Cajas de resma tamaño carta x10	Mercadolibre	\$79.500
10 Unidades	Lapiceros	Papelería	\$12.000
10 Unidades	Lápices y Borradores	Papeleria	\$15.000
1	Paquete x100 Sobres manila	Homecenter	\$8.000
4 Unidades	Papeleras	Homecenter	\$29.000
1	Recarda del icss	Inkjetcolor S.A.S	\$80.000
2 Unidades	Ganchos y cocedoras	Homecenter	\$50.000
2 Unidades	Perforadora	Homecenter	\$30.000
TOTAL			\$390.500

6.3.4 Requerimiento de servicios.

Esta información va incluida en los requerimientos de servicio de la planta de distribución.

6.3.5 Requerimiento de personal.

Esta información va incluida en los requerimientos de personal de distribución.

6.4 Programa de administración.

ACTIVIDAD	TIEMPOS						
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
Arrendamiento del local	x						
Adecuación del local		x					
Contratación del personal			x				
Capacitación del personal			x	x			
Manejo de proveedores					x	x	
Manejo financiero.						x	x
Manejo contable						x	x

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización Empresarial

El tipo de sociedad que se quiere crear para formalizar nuestro plan de negocio es una S.A.S (Sociedad por acciones simplificadas), debido a que esta facilita a los empresarios a fijar las normas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario y con esto la creación de la empresa. Y además de esto, este tipo de sociedad posee más beneficios entre los cuales queremos destacar:

1. Reducción de costos y de trámites por:

- Se constituye mediante un documento privado, lo cual ahorra tiempo y dinero.
- No exige un número de accionistas determinado. Esto hace que la sociedad pueda ampliar o reducir el número de sus accionistas a su conveniencia.
- Desaparece la responsabilidad laboral y tributaria que recae sobre los socios de las sociedades limitadas.
- El pago del capital social se puede pactar dentro de los Estatutos Sociales, sin que pase de 2 años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.
- No es necesario que el representante legal tenga un suplente. Esto reduce costo.
- Por regla general no exige revisor fiscal. La SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.

7.2 Certificaciones Y Gestiones Ante Entidades Públicas

TRAMITE	ENTIDAD	PRECIO(\$)	DURACION
Consulta del Nombre y código CIU	A través del RUE por internet	N/A	N/A
Minuta de constitución de la empresa	Privada por los mismos socios	0	1 día
Formulario de matrícula mercantil	Cámara de comercio	4.000\$	1 día
RUT y NIT	DIAN	0	1 día
Registro mercantil	Cámara de comercio	254.300\$	1 día
Solicitud de Registro de libros comerciales	Cámara de comercio	20.000\$	1 día

Costo Total: 278.300\$

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1. Estructura financiera del Proyecto

8.1.1 Recursos propios

Nombre de socio	Valor de Aportes y/o donaciones
Yasmin Eliana Gutiérrez	828.300\$

8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

Entidad Financiera	Tasa de interés %	Plazo	Monto total (Préstamo)
BBVA	1,71% MV	60	16'247.793\$

Tabla de amortización anual		
	Interés	Capital
1	\$3'145.946	\$2'076.234
2	\$2'677.459	\$2'544.721
3	\$2'103.261	\$3'118.919
4	\$1'399.500	\$3'822.680
5	\$536.941	\$4'685.239

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO MENSUAL		
Ventas		Participación del total Ventas
TARJETAS PARA CALENTADORES	\$ 20.000.000,1	100,00%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 20.000.000,1	100,00%

8.2.2 EGRESOS

8.2.2.1 Inversiones

Inversiones en activos fijos

Activos Fijos Exigibles (Vida Util)	Valor
Equipos de Informatica y Comunicaciones (3 años)	\$ 4.930.000,0
Herramienta (5 años)	\$ 300.000,0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 3.142.000,0
Total Activos Fijos Exigibles	\$ 8.372.000,0

Inversiones en gastos Pre-operativos

Gastos Pre-operativos Exigibles	Valor
Constitución y registro	\$ 278.300,0
Puesta en Marcha	\$ 150.000,0
Total Gasto Pre-operativos Exigibles	\$ 428.300,0

Inversiones de capital de trabajo

Total Capital de trabajo Exigible	\$ 8.275.793
--	---------------------

8.2.2.2 Costos

Variables

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
TARJETAS PARA CALENTADORES	\$ 4.608,00	1,00	1000	\$ 4.608,00
TRANSPORTE INTERNACIONAL	\$ 1.450,00	1,00	1	\$ 1.450,00
TRANSPORTE LOCAL	\$ 1.000,00	1,00	1	\$ 1.000,00
AGENCIA DE ADUANAS	\$ 450,00	1,00	1	\$ 450,00
INSTALACION DE LA TARJETA	\$ 15.000,00	1,00	1	\$ 15.000,00
MANTENIMIENTO DEL GASODOMESTICO	\$ 20.000,00	1,00	1	\$ 20.000,00
Total Costos Variable Unitario del Producto				\$ 42.508,00

Costos Fijos

COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 1.200.000
Prestaciones Sociales	\$ 723.951
Arriendo	\$ 1.000.000
Servicios	\$ 420.000
Aseo	\$ 150.000
Vigilancia	\$ 100.000
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 3.593.951

8.2.2.3 Gastos

Gastos de Administración

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salarios	\$ 1.266.700
Prestaciones Sociales	\$ 809.777
Papelería	\$ 390.500
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 120.000
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 250.000
Otros (Especificar)	\$ 283.698
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 3.120.675

Gastos de Comercialización y Ventas

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Salarios	\$ 750.000
Prestaciones Sociales	\$ 461.167
Publicidad y Mercadeo	\$ 350.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 1.561.167

8.2.2.4 Gastos Financieros

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)				
Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 16.247.793
1	\$ 435.182	\$ 277.837	\$ 157.344	\$ 16.090.448
2	\$ 435.182	\$ 275.147	\$ 160.035	\$ 15.930.413
3	\$ 435.182	\$ 272.410	\$ 162.772	\$ 15.767.642
4	\$ 435.182	\$ 269.627	\$ 165.555	\$ 15.602.087
5	\$ 435.182	\$ 266.796	\$ 168.386	\$ 15.433.701
6	\$ 435.182	\$ 263.916	\$ 171.265	\$ 15.262.435
7	\$ 435.182	\$ 260.988	\$ 174.194	\$ 15.088.241
8	\$ 435.182	\$ 258.009	\$ 177.173	\$ 14.911.069
9	\$ 435.182	\$ 254.979	\$ 180.202	\$ 14.730.866
10	\$ 435.182	\$ 251.898	\$ 183.284	\$ 14.547.582

11	\$ 435.182	\$ 248.764	\$ 186.418	\$ 14.361.164
12	\$ 435.182	\$ 245.576	\$ 189.606	\$ 14.171.558
13	\$ 435.182	\$ 242.334	\$ 192.848	\$ 13.978.710
14	\$ 435.182	\$ 239.036	\$ 196.146	\$ 13.782.565
15	\$ 435.182	\$ 235.682	\$ 199.500	\$ 13.583.065
16	\$ 435.182	\$ 232.270	\$ 202.911	\$ 13.380.154
17	\$ 435.182	\$ 228.801	\$ 206.381	\$ 13.173.773
18	\$ 435.182	\$ 225.272	\$ 209.910	\$ 12.963.862
19	\$ 435.182	\$ 221.682	\$ 213.500	\$ 12.750.363
20	\$ 435.182	\$ 218.031	\$ 217.150	\$ 12.533.212
21	\$ 435.182	\$ 214.318	\$ 220.864	\$ 12.312.349
22	\$ 435.182	\$ 210.541	\$ 224.641	\$ 12.087.708
23	\$ 435.182	\$ 206.700	\$ 228.482	\$ 11.859.226
24	\$ 435.182	\$ 202.793	\$ 232.389	\$ 11.626.837
25	\$ 435.182	\$ 198.819	\$ 236.363	\$ 11.390.475
26	\$ 435.182	\$ 194.777	\$ 240.405	\$ 11.150.070
27	\$ 435.182	\$ 190.666	\$ 244.515	\$ 10.905.555
28	\$ 435.182	\$ 186.485	\$ 248.697	\$ 10.656.858
29	\$ 435.182	\$ 182.232	\$ 252.949	\$ 10.403.908
30	\$ 435.182	\$ 177.907	\$ 257.275	\$ 10.146.634
31	\$ 435.182	\$ 173.507	\$ 261.674	\$ 9.884.959
32	\$ 435.182	\$ 169.033	\$ 266.149	\$ 9.618.811
33	\$ 435.182	\$ 164.482	\$ 270.700	\$ 9.348.110
34	\$ 435.182	\$ 159.853	\$ 275.329	\$ 9.072.782
35	\$ 435.182	\$ 155.145	\$ 280.037	\$ 8.792.744
36	\$ 435.182	\$ 150.356	\$ 284.826	\$ 8.507.919
37	\$ 435.182	\$ 145.485	\$ 289.696	\$ 8.218.222
38	\$ 435.182	\$ 140.532	\$ 294.650	\$ 7.923.572
39	\$ 435.182	\$ 135.493	\$ 299.689	\$ 7.623.884
40	\$ 435.182	\$ 130.368	\$ 304.813	\$ 7.319.070
41	\$ 435.182	\$ 125.156	\$ 310.026	\$ 7.009.045
42	\$ 435.182	\$ 119.855	\$ 315.327	\$ 6.693.718
43	\$ 435.182	\$ 114.463	\$ 320.719	\$ 6.372.999
44	\$ 435.182	\$ 108.978	\$ 326.203	\$ 6.046.795
45	\$ 435.182	\$ 103.400	\$ 331.781	\$ 5.715.014
46	\$ 435.182	\$ 97.727	\$ 337.455	\$ 5.377.559
47	\$ 435.182	\$ 91.956	\$ 343.225	\$ 5.034.334
48	\$ 435.182	\$ 86.087	\$ 349.095	\$ 4.685.239
49	\$ 435.182	\$ 80.118	\$ 355.064	\$ 4.330.175
50	\$ 435.182	\$ 74.046	\$ 361.136	\$ 3.969.039
51	\$ 435.182	\$ 67.871	\$ 367.311	\$ 3.601.728
52	\$ 435.182	\$ 61.590	\$ 373.592	\$ 3.228.136
53	\$ 435.182	\$ 55.201	\$ 379.981	\$ 2.848.156
54	\$ 435.182	\$ 48.703	\$ 386.478	\$ 2.461.677
55	\$ 435.182	\$ 42.095	\$ 393.087	\$ 2.068.590

56	\$ 435.182	\$ 35.373	\$ 399.809	\$ 1.668.782
57	\$ 435.182	\$ 28.536	\$ 406.646	\$ 1.262.136
58	\$ 435.182	\$ 21.583	\$ 413.599	\$ 848.537
59	\$ 435.182	\$ 14.510	\$ 420.672	\$ 427.865
60	\$ 435.182	\$ 7.316	\$ 427.865	\$ 0

8.3 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

8.3.1 Flujo de Caja

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 240.000.001	\$ 240.000.001	\$ 240.000.001	\$ 240.000.001	\$ 240.000.001
- Costos variables		\$ 102.019.201	\$ 102.019.201	\$ 102.019.201	\$ 102.019.201	\$ 102.019.201
- Costos fijos		\$ 99.309.512	\$ 99.309.512	\$ 99.309.512	\$ 99.309.512	\$ 99.309.512
Costos fijos de Producción		\$ 43.127.412	\$ 43.127.412	\$ 43.127.412	\$ 43.127.412	\$ 43.127.412
Costos fijos de Administración		\$ 37.448.096	\$ 37.448.096	\$ 37.448.096	\$ 37.448.096	\$ 37.448.096
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 18.734.004	\$ 18.734.004	\$ 18.734.004	\$ 18.734.004	\$ 18.734.004
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.043.193	\$ 2.043.193	\$ 2.043.193	\$ 2.043.193	\$ 2.043.193
- Intereses Credito		\$ 3.145.946	\$ 2.677.459	\$ 2.103.261	\$ 1.399.500	\$ 536.941
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 33.482.149	\$ 33.950.636	\$ 34.524.834	\$ 35.228.595	\$ 36.091.154
- Impuestos	\$ 0	\$ 11.049.109	\$ 11.203.710	\$ 11.393.195	\$ 11.625.436	\$ 11.910.081
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 22.433.040	\$ 22.746.926	\$ 23.131.638	\$ 23.603.158	\$ 24.181.073
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.043.193	\$ 2.043.193	\$ 2.043.193	\$ 2.043.193	\$ 2.043.193
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 16.247.793	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 6.860.126
Prestamos	\$ 16.247.793					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 8.275.793
Valor de Salvamento						-\$ 1.415.667
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 17.076.093	\$ 2.076.234	\$ 2.544.721	\$ 3.118.919	\$ 3.822.680	\$ 4.685.239
Activos Fijos	\$ 8.372.000					
Pago Credito (Capital)		\$ 2.076.234	\$ 2.544.721	\$ 3.118.919	\$ 3.822.680	\$ 4.685.239
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 428.300					
Capital de Trabajo	\$ 8.275.793	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
FLUJO DE CAJA	-\$ 828.300	\$ 22.399.999	\$ 22.245.398	\$ 22.055.913	\$ 21.823.672	\$ 28.399.153

8.3.2 Estados de Pérdidas y Ganancias (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 Ventas	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
Costo Variables	8.501.600	8.501.600	8.501.600	8.501.600	8.501.600	8.501.600	8.501.600	8.501.600	8.501.600	8.501.600	8.501.600	8.501.600
Costos Fijos Producción	3.593.951	3.593.951	3.593.951	3.593.951	3.593.951	3.593.951	3.593.951	3.593.951	3.593.951	3.593.951	3.593.951	3.593.951
Gastos Depreciación	163.128	163.128	163.128	163.128	163.128	163.128	163.128	163.128	163.128	163.128	163.128	163.128
Utilidad Bruta en Ventas	7.741.321	7.741.321	7.741.321	7.741.321	7.741.321	7.741.321	7.741.321	7.741.321	7.741.321	7.741.321	7.741.321	7.741.321
Costos fijos de Administración	3.120.675	3.120.675	3.120.675	3.120.675	3.120.675	3.120.675	3.120.675	3.120.675	3.120.675	3.120.675	3.120.675	3.120.675
Costos Fijos de Ventas y Distribución	1.561.167	1.561.167	1.561.167	1.561.167	1.561.167	1.561.167	1.561.167	1.561.167	1.561.167	1.561.167	1.561.167	1.561.167
Amortización de diferidos	7.138	7.138	7.138	7.138	7.138	7.138	7.138	7.138	7.138	7.138	7.138	7.138
Utilidad Operativa	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341	3.052.341
Impuestos	1.007.273	1.007.273	1.007.273	1.007.273	1.007.273	1.007.273	1.007.273	1.007.273	1.007.273	1.007.273	1.007.273	1.007.273
UTILIDAD NETA	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069	2.045.069
Utilidades no Repartidas Acumuladas	2.045.069	4.090.137	6.135.206	8.180.275	10.225.343	12.270.412	14.315.480	16.360.549	18.405.618	20.450.686	22.495.755	24.540.824

8.4 EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

8.4.1 Valor Presente Neto

Anual

Valor Presente Neto	28.299.661
---------------------	------------

Proyectado a 5 años

Valor Presente Neto	43.537.454
---------------------	------------

8.4.2 Tasa interna de retorno

Anual

Tasa Interna de Retorno	225,94%
-------------------------	---------

Proyectada a 5 años

Tasa Interna de Retorno	2703,64%
-------------------------	----------

8.4.4 Análisis de sensibilidad (variación de la demanda)

Cambio Porcentual en las Ventas	-10,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	20.631.168
Tasa Interna de Retorno	132,98%

8.4.5 Análisis de la variación de la sensibilidad (Variación del precio)

Cambio Porcentual en el Precio	-15,00%
Tasa de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	7.599.507
Tasa Interna de Retorno	19,38%

VARIACION DE PRECIO Y VENTAS UNIDAS

Cambio Porcentual en el Precio	-15,00%
Cambio Porcentual en las Ventas	-10,00%
Cambio Porcentual Costos Variables	0,00%
Cambio Porcentual Costos Fijos	0,00%
Tasa de Retorno	0,00%
Valor Presente Neto	13.961.985
Tasa Interna de Retorno	56,43%

9. CONSIDERACIONES FINALES.

Dentro de los diferentes estudios realizados se encontró que el proyecto es viable ya que en el estudio del sector y del subsector, se pudo observar que es este uno de los más atractivos para la inversión, y uno de los más comprometedores hacia un futuro, llevándonos así a pensar que los pronósticos y datos arrojados por toda la investigación, podrían aumentar considerablemente.

Se pudo observar que en el estudio de mercados, hay una gran población a la cual se le puede abordar con el producto, con una competencia dirigida a un sector totalmente diferente, con el proceso de distribución fácil de aplicar, y con los buenos proveedores en el exterior.

En los aspectos técnicos y administrativos, se observó que inicialmente se requieren de varios elementos, pero en el financiero se demostró que hay manera de solventarlos para poder llevar a cabo el negocio.

Desde nuestra percepción, el proyecto se debe de ejecutar, ya que los resultados arrojados fueron buenos, y lo más importante es que ya se tiene un conocimiento previo de todo el sector y como desenvolverse en él.

10. ANEXOS

Cotización Transporte en Origen

CARGRANEL				
PUERTOS	TURBO	SENCILLO	DOBLE TROQUE	MULA
BUENAVENTURA	1000000	2300000	2550000	3100000
CARTAGENA	1700000	2450000	2750000	320000

Cotización Transporte Internacional

KUEHNE+NAGEL					
BUENAVENTURA			CARTAGENA		
OCEAN FREIGHT	USD	700	OCEAN FREIGHT	USD	800
B/L	USD	50	B/L	USD	50

Cotización Agencia Aduanera

AGENCIA DE ADUANAS CARLOS E CAMPUZANO S.A.S

INGRESOS PROPIOS	
Servicio de exportacion	165000
Gastos de exportacion	99000
Manejo de documentos	44000
Planilla traslado zona primaria	66000
Total ingresos propios	374000

GASTOS PARA TERCEROS	
Muisca	26000
Bascula	57952
Total gastos a terceros	83952
TOTAL	457952

Cotización de las Tarjetas del proveedor escogido

Hola Sra. Eliana,

Gracias por su respuesta.

Tenemos varios tipos de impulsos y espero que puedan cumplir con su requiriendo,

- 1º tipo: sin temporizador 20 minutos, proveniente de la caja de la batería de 3V

- Tipo 2: con contador de tiempo incorporado 20min, proveniente de la caja de la batería de 3V

Como estos dos tipos tienen diferencia - el temporizador, sus precios no son los mismos. De acuerdo a su cantidad 1000pcs, revise por favor los precios siguientes:

Pulsador	Ignición	Descripción	Cantidad	Precio unitario FOB
Sin temporizador de 20min	3V batería de arranque	1. con clavija de encendido doble 2. con sensor de llama	1000pcs	2.024U SD
Con temporizador 20min	3V batería de arranque	1. con clavija de encendido doble 2. con sensor de llama	1000pcs	2.056U SD

El plazo de entrega de 1000pcs es de 5-7 días.

El volumen total de 1000pcs no es demasiado grande, ¿puedo saber cómo va a enviar a Colombia? Por mar o por aire? Waiting por su respuesta.

Saludos cordiales,

Yuky

09/06/2012

Motu Industry Co, Ltd.

Profesional Wall Hung caldera de gas, calentador de agua a gas fabricante

Skype: motu-sales1

MSN: motuyuky@live.cn

E-mail: sales1@groupmotu.com

Tel: +86 757 26971563 Móvil: +86 1376 090 5322

ADD: N ° 22, Avenue Rongqi, Ciudad Ronggui, Distrito de Shunde, ciudad de Foshan, provincia de Guangdong, China

BILBIOGRAFIA

<http://spanish.alibaba.com/products/IC-card-natural-gas-meter.html>

<http://spanish.alibaba.com/product-free-img/instant-gas-water-heater-parts-104449900.html>

http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/CulturaE/Noticias/Paginas/sectorenergetico_100702.aspx

<http://www.portafolio.co/economia/colombia-debe-aprovechar-el-potencial-exportar-gas>

<http://www1.upme.gov.co/downloads/enlacedepen.pdf>

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-703831>

<http://www.indepaz.org.co/?p=2020>

http://www.naturgas.com.co/htms/contenido-todos-crecen_259.html

http://www.siel.gov.co/siel/documentos/documentacion/Demanda/Residencial/Consumo_Final_Energia.swf

http://contenido.metrocuadrado.com/contenidom2/ciudyprec_m2/datosotroasciudad_m2/datotr_med/archivomedelln/ARTICULO-WEB-PL_DET_NOT_REDIM2-3415780.html

<http://www.slideshare.net/Naturgas/visin-ecopetrol-mercado-de-gas-natural>

<http://www.promigas.com/wps/wcm/connect/ddd8ad0048546ca09033bba4ef8b1441/Informe+del+sector-2011.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ddd8ad0048546ca09033bba4ef8b1441>

<http://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeaci%C3%B3n%20Municipal/Secciones/Publicaciones/Documentos/Encuesta%20Calidad%20de%20Vida/ECV2011/Perfil%20Total%20Medellin%20Encuesta%20Calidad%20de%20Vida%202011.pdf>