



---

# EXPORTACION DE CABELLO.NATURAL

---

EL ARTE DE DALILA S.A.S

08 DE FEBRERO DEL 2014

**EXPORTACION DE CABELLO NATURAL**

# **Plan de Negocios**

**EL ARTE DE DALILA**  
**El Arte De Dalila s.a.s**  
**Medellin, 2014**



Escriba su Copyright

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

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

# **EXPORTACION DE CABELLO NATURAL**

## **Contenido- Plan de Negocio**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

#### **1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO**

#### **2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS**

#### **3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

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

#### **4. ANALISIS DEL MERCADO**

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

4.7.3.1. Precios de Ventas Internacional, cantidades mínimas de pedidos

4.7.4. Política de Precios

4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización

4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado

4.10. Plan de ventas

## **5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)**

5.1. Objetivos de producción

5.2. Descripción del proceso de producción

5.3. Capacidad de producción

5.4. Plan de Producción

5.5. Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1. Locaciones

5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.

5.5.4. Requerimientos de servicios.

5.5.5. Requerimientos de personal.

5.6. Programa de producción

## **6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

6.1. Procesos Administrativos

6.1.1. Descripción de los procesos administrativos

6.1.2. Procesos administrativos externalizados

6.2. Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1. Organigrama

6.2.2. Descripción funcional de la Organización

6.3. Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1. Locaciones

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

6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.

6.3.4. Requerimientos de servicios.

6.3.5. Requerimientos de personal

6.4. Programa de administración

## **7. ASPECTOS LEGALES**

7.1. Tipo de Organización empresarial

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

## **8. ASPECTOS FINANCIEROS**

8.1. Estructura Financiera del proyecto

8.1.1. Recursos Propios

8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios

8.2. Ingresos y Egresos

8.2.1. Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

8.2.1.2 Otros Ingresos

8.2.2. Egresos

8.2.2.1. Inversiones

8.2.2.2.Costos

8.2.2.3.Gastos

8.2.2.4.Gastos Financieros

8.3. Estados Financieros Proyectados

8.3.1. Flujo de Caja

8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

8.3.3. Balance General

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

8.4.3. Indicadores Financieros proyectados

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

## **9. CONSIDERACIONES FINALES**

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto EL ARTE DE DALILA es un proyecto dedicado a la creación comercialización y exportación de postizos femeninos con ambiciosas metas por cumplir y se espera ser lo que cualquier inversionista quisiera tener como opción; las pelucas femeninas, nuestro producto, es una idea creada desde tiempos inmemorables, pero con propuestas de llegar a mercados no suficientemente incursionados, dándonos oportunidad de entrar con fuerza, no seremos los únicos, la competencia es ardua, pero que producto en este momento no la tiene?, solo que enfocaremos todas nuestras fuerzas a la venta de productos de excelente calidad, realizados totalmente de manera artesanal, con variedad en diseños, colores y estilos, cabellos netamente de origen humano, con un servicio post venta, que llamara la atención de cualquier persona que quiera adquirir este tipo de producto.

Somos optimistas al pensar que al vender nuestras pelucas a un mercado poco incursionado como es el de las mujeres Afroamericanas que representan el 13% de la población femenina en Estados Unidos seremos una marca representativa y popularizada, satisfaciendo la necesidad de verse y sentirse más bellas, con postizos indetectables, versátiles, donde su calidad sea puesta a prueba con los miles de estilos de cómo llevarlo y así poder darnos la posibilidad de vender 160 pelucas mensuales, 20 de cada referencia, equivalentes a \$ 250.500.005.2 con una utilidad neta de \$13.680.037 el 5,54% después de costos, que se representan en fijos de \$ 80.453.113,0 y variables de \$ 75.088.934,4; generando aun el pago del préstamo y dando utilidades positivas.

El monto de inversión para que el ARTE DE DALILA deje de ser un montón de papel y sea el mapa del tesoro de cualquier emprendedor e inversionista es de \$127.809.304 que serán utilizados para la conformación de la compañía, la compra de muebles y enceres, materia prima, pago de salarios por el primer mes de actividades, pago de servicios públicos y demás, todo lo necesario para poder abrir sus puertas al mundo.

La compañía posee contribuciones de \$ 34.933.450 que solo cubrirán los gastos de constitución y compra de algunos muebles y enceres y del cual nos deja para financiar \$ 92.875.854 que serán pagados en 60 meses a una tasa muy favorable de 2,17% M.V que representaran \$2.782.946 mensuales que serán fácilmente pagados si las ventas se realizan de manera esperada.

El proyecto ARTE DE DALILA es ambicioso, pero posible, pues como lo dice un proverbio chino “piensa pequeño y te quedaras pequeño “nosotros pensamos ir más allá para ser los mejores.

## 1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

Brenda Milena Valdés Cuello					
<b>Identificación:</b>	1017210490	<b>Teléfono:</b>	6005735	<b>Celular:</b>	3015034503
<b>Dirección:</b>	Calle 84 #57-50		<b>Barrio:</b>	Viviendas delsur	
<b>Ciudad</b>	Itagüí	<b>Correo electrónico:</b>	<a href="mailto:Brenda28val@hotmail.com">Brenda28val@hotmail.com</a>		
<b>Estudios:</b>	<b>Técnicos</b>	x	<b>Tecnológicos</b>	x	<b>Universitarios</b>
<b>Otros Estudios:</b>	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX				

Willian Alejandro Londoño Ospina					
<b>Identificación:</b>	1128403673	<b>Teléfono:</b>	2344683	<b>Celular:</b>	3207466488
<b>Dirección:</b>	calle 74ª • 84 01		<b>Barrio:</b>	Robledo	
<b>Ciudad</b>	Medellín	<b>Correo electrónico:</b>	alejo-0424@hotmail.com		
<b>Estudios:</b>	<b>Técnicos</b>		<b>Tecnológicos</b>		<b>Universitarios</b>
<b>Otros Estudios:</b>	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX				

<b>Identificación:</b>		<b>Teléfono:</b>		<b>Celular:</b>	
<b>Dirección:</b>				<b>Barrio:</b>	
<b>Ciudad</b>		<b>Correo electrónico:</b>	xxxxxxx@xxxx.xxx		
<b>Estudios:</b>	<b>Técnicos</b>	x	<b>Tecnológicos</b>	x	<b>Universitarios</b>
<b>Otros Estudios:</b>	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX				

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



## 2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

La razón por la que se creó una compañía que se enfocara en los postizos fue principalmente el nicho de mercado desprotegidos al cual nos dedicamos; un producto utilizado en gran proporción por las personas de descendencia afro, quienes utilizan en su mayoría este tipo de accesorios principalmente la mujer; y pensando en la necesidad de belleza y naturalidad implementamos un productos con cabellos naturales los cuales soportan todo tipo de uso y diseño además de dar naturalidad y confianza al portador de este sin miedo a ser percibido que eso es lo que principalmente se busca, una cabellera que parezca nuestra.

La idea de negocio no es nueva y la competencia es ardua pues empresas extranjeras acaparan el mercado pero la gran ventaja de nuestros productos radica principalmente en la procedencia del cabello, sus tratamientos de limpieza, reestructuración y principalmente su elaboración artesanal, un arte perdido y desplazado por las grandes maquinarias, pero que es preferido por los consumidores por la excelente calidad en la sujeción al armazón además de su durabilidad pues una de la quejas más frecuentes de los consumidores de este producto es la pérdida de cabellos de los postizos.

La compañía el arte de Dalila se creará principalmente para suplir la necesidad de belleza que todos los días buscamos frente al espejo con buenas estrategias para la recolección oportuna del cabello con prácticas amigables con el ambiente, siendo una compañía familiarmente responsable, con proyecciones al futuro y principalmente al inicio de una gran idea de negocio.

### **3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

#### **3.1 Nombre de la Empresa**

EL ARTE DE DALILA S.A.S.

#### **3.2 Descripción de la Empresa**

La compañía ARTE DE DALILA S.A.S tiene como objeto social, la compra de cabello natural humano; diseño producción, venta, importación, exportación, y distribución de pelucas, flequillos, extensiones; ubicada en la calle 60 sur # 44 – 16 zona industrial del municipio de Sabaneta Antioquia, cercana a la estación ESTRELLA del sistema integrado de transporte Metro, y de empresas proveedoras directas además de la cercanía con los patios de contenedores más representativos del valle de aburra; contamos con 100 empleados directos, principalmente madres cabezas de familia, dedicadas a la manufactura de productos realizados con cabello natural tratados con la más alta calidad en todos sus procesos, desde sus selección, corte, re polarización, preparación del tejido que evita el quiebre, además de poseer empaques realizados con 50% algodón y 50% poliéster para que el cabello respire y no se deteriore mientras se conserve en el envoltorio.

Nuestros productos están dirigidos a mujeres que quieren cambiar al momento de verse al espejo, a la población con problemas de alopecia, mejorando su autoestima, personas quienes son y han sido tratadas por procedimientos como la quimioterapia dando más humanidad a su tratamiento.

#### **3.3 Misión y Visión de la Empresa**

##### **MISION:**

Compañía líder en el desarrollo, pionera en la producción y mercadeo de cabello natural, para satisfacer los gustos y necesidades de los consumidores. Aumentando las expectativas a través de la innovación, la calidad y un excelente servicio que nos caracteriza. Para nosotros es muy importante el desarrollo de talento humano dentro de la empresa, dando así unos resultados excelentes en la ejecución de los diferentes procesos, contribuyendo al desarrollo profesional y personal. Actuamos de manera responsable con el medio ambiente, con productos naturales.

Estamos enfocados en satisfacer necesidades de nuestros clientes, a través de la elaboración de pelucas y extensiones, no solo por el tema de salud y belleza, sino también para aquellas personas que tienen alguna enfermedad o por causas naturales pierden su cabello, hacer de su vida algo especial, aumentando su autoestima, tratando de que se sientan bien con su parte física, aumentando así su motivación y espiritualidad.

El propósito de la compañía no solo es cubrir gran parte del territorio nacional, sino también la expansión de nuestros productos a los mercados internacionales, principalmente al mercado norteamericano.

## **VISION:**

Para el año 2019, EL ARTE DE DALILA S.A.S será la empresa número uno en ventas de artículos de belleza en el territorio nacional, manteniendo nuestro excelente servicio al cliente, brindando asesorías en tratamientos capilares, asesoría en cuidado y mantenimiento del cabello, uso adecuado de las pelucas para tener un producto eficiente; ser muy competitivos, para mantener nuestro liderazgo en el mercado, a través de la innovación que nos caracteriza, haciendo de nuestra compañía, la mejor opción para adquirir productos de excelente calidad.

Seremos una organización que se caracteriza por su servicio, no solo a nivel nacional, sino también brindar lo mejor de nuestros productos, para competir en el mercado mundial.

## **3.4 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO**

### **OBJETIVOS A CORTO PLAZO:**

- Reconocimiento de la marca a nivel regional.
- Ofrecer productos innovadores y de excelente calidad.

### **OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO:**

- Ser una marca líder en el mercado.
- Aumentar las utilidades.

### **OBJETIVOS A LARGO PLAZO:**

- Sostener nuestra marca como líder en el mercado.
- Expandir nuestro negocio al exterior.

## **3.5 Ventajas Competitivas**

-Productos de excelente calidad, reconocidos por su innovación, 100% natural, amigable con el medio ambiente.

-Garantía de satisfacción, si el cliente no queda totalmente satisfecho, se hará devolución total de su dinero.

-Asesoría personalizada, nuestro cliente debe aprender sobre el tratamiento de las pelucas, el cuidado que estas deben tener, para tener un mejor uso y que se sienta satisfecho.

## **3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir**

Las personas que por causas naturales (herencia) pierden su cabello, o por alguna enfermedad (seborrea y caspa) o tratamiento médico (quimioterapia), también puede ser causado por la picadura de algún animal, que hace que las personas pierdan el cabello; personas afroamericanas, principalmente mujeres, que tiene un cabello muy rizado o afro y poco manejable, no solo buscamos con nuestro proyecto es hacer que personas tengan una vida con mas confianza, con autoestima, no solo se trata de estética, sino realmente de un estilo de vida.

### 3.7 Relación de productos y/o servicios

Los productos que la compañía EL ARTE DE DALILA S.A.S. se comprende en pelucas oncológicas que poseen un revestimiento suave para el uso de estas pelucas de accesorio de diversas formas y colores tales como variedades de castaños, rubios, rojizos, cobrizos, negros, y colores de fantasía.

### 3.8 Justificación del Negocio

La compañía ARTE DE DALILA S.A.S. apunta a suplir las necesidades de estética manteniéndonos a la vanguardia de la moda sin dejar a un lado los estilos clásicos, diseñando y elaborando pelucas oncológicas y de accesorio, ofreciendo soluciones especializadas para la mujer de hoy.

### 3.9 Análisis del entorno y del sector

Colombia, estado social y democrático de derecho cuya forma de gobierno es presidencialista, está organizada políticamente en 32 departamentos; su capital Ciudad de Bogotá D.C cuenta con una superficie de 2.129.748 KM<sup>2</sup> y un área de 1.1.41.000 KM<sup>2</sup>, es casi 3 veces el tamaño de california y 2 veces el tamaño de TEXAS, es el único país en Suramericana con acceso privilegiado a dos océanos, el ATLANTICO y el PACIFICO, también es el segundo país con mayor biodiversidad del mundo y es considerado uno de los 12 países mega diversos del planeta limita con el este con VENEZUELA y BRASIL, al sur con PERU y ECUADOR y al nordeste con PANAMA, el país tiene una población de 46.581.823 habitantes según estadísticas del DANE censo 2005 siendo el 23 país más poblado del mundo; además de ser la la segunda población hispano - parlante más numerosa ; el 55% de su población es está por debajo de los 30 años y posee 7 áreas metropolitanas con más de un millón de personas

Colombia presenta un atraso en infraestructura vial, petrolera, minera y tecnológica. Existen deficiencias o carencias en puentes, aeropuertos, puertos marítimos, transporte fluvial y ferrovías. En respuesta a esta situación y ante el crecimiento económico y la apertura comercial, se han hecho esfuerzos por mejorar la infraestructura del país, aumentando la inversión en grandes proyectos. Cabe destacar, entre ellos, la **Ruta del Sol**, autopista que optimizará la conexión entre el centro del país y la costa atlántica; la Buenaventura, que incluye el **túnel vehicular más largo de América Latina** y permitirá conectar la capital con el principal puerto sobre el Pacífico; y la **Transversal de Las Américas**, en la costa Caribe, entre otras grandes obras. Colombia es el país de la región que más invierte en infraestructura, solo superado por Brasil.

#### Carreteras

El transporte es regulado dentro de las funciones del Ministerio de Transporte y entidades como el Instituto Nacional de Vías (**INVÍAS**) encargada de la **Red Nacional de Vías**(13.000 km), la Aerocivil, encargada del transporte aéreo civil y de los aeropuertos, la Dirección General Marítima (**DIMAR**), entre otras y bajo la vigilancia de la Superintendencia de Puertos y Transporte.

### **Sistema portuario**

El sistema portuario, privatizado en la década de 1990, está conformado por aproximadamente 122 instalaciones. Existen las sociedades portuarias regionales de Buenaventura(principal puerto marítimo de Colombia), Barranquilla, Tumaco, Cartagena y Santa Marta. Hay otras nueve sociedades portuarias para servicio público, siete sociedades portuarias privadas, cuarenta y cuatro muelles homologados y diez embarcaderos para pequeñas embarcaciones, entre otras menores.

### **Aeropuertos**

El sistema aeroportuario colombiano cuenta con alrededor de 1 101 aeropuertos y aeródromos entre públicos y privados, de los cuales trece son internacionales. El principal terminal aéreo del país es el **El Dorado** de Bogotá, que con alrededor de 20 millones de pasajeros transportados al año es uno de los aeropuertos de mayor dinámica en América Latina. En la actualidad está en proceso de ampliación y modernización para adaptarlo a las nuevas exigencias de demanda. El país está próximo a contar con un nuevo aeródromo internacional en los próximos años, el Aeropuerto Internacional del Café, Aerocafé, ubicado en la población de Palestina, Caldas, que servirá a Manizales, la capital. Además, se espera que el aeropuerto Antonio Nariño de Pasto y El Caraño de Quibdó, Chocó, se conviertan en aeródromos internacionales.

Las buenas noticias para el país es que Colombia tiene una de las iniciativas públicas más importantes del país, para el mejoramiento y construcción de 8.170kilómetros de vías, estimadas en US \$ 24.4 billones. Además el gobierno tiene como objetivo aumentar la capacidad portuaria en un 70% a través de la ampliación de los puertos de servicios públicos y el gradado de los canales de acceso.

El ingreso per-capital se ha duplicado desde el año 2000, posee una estabilidad macroeconómica y dinámico desempeño económico de largo plazo, además de ser el mayor reformador en América latina para mejorar el ambiente de negocio, tiene un crecimiento exponencial de las exportaciones, y posee tratado de libre comercio con CANADA, ESTADOS UNIDOS, MEXICO, GUATEMALA, HONDURAS, NICARAGUA, EL SALVADOR, CUBA, VENEZUELA, ECUADOR, PERU, BOLIVIA, CHILE, ARGENTINA, PARAGUAY, URUGUAY, BRASIL, LIECHENSTEIN, SUIZA Y LAUNION EUROPEA.

Cuenta con competitivas zonas francas y regiones con oportunidad en el sector cosmético moda y salud liderando CUNDINAMARCA, ANTIOQUIA, VALLE DEL CAUCA, ARMENIA, BOLIVAR. Por las siguientes características:

### **PRODUCCIÓN:**

- Crecimiento en la industria casi del 10% entre 2000 y 2012
- Mano de obra calificada más de 13.000 graduados en carreras con la industria entre 2001 y 2011

### INVESTIGACION, DESARROLLO E INNOVACION:

- Red de universidades y centros generando I&D -11 centros que trabajan para el desarrollo e investigación del sector.
- Legislación adecuada para la implementación de la investigación y desarrollo del sector.

### COSTOS LOGISTICOS:

- 13 tratados de libre comercio que ofrecen beneficios arancelarios y estabilidad para las inversiones a largo plazo.
- Logística exportadora: más de 3.700 frecuencias marítimas desde los 4 puertos principales que cubren tanto el pacifico como el atlántico.

Romero, F. (Septiembre 2012)

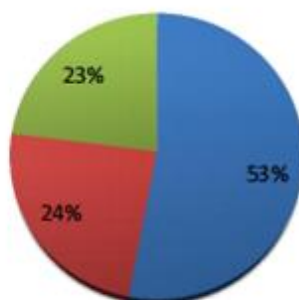
### OPORTUNIDADES DEL SECTOR:

El sector de cosméticos es altamente representativo para Colombia, viene creciendo con fuerza en los últimos años. De acuerdo a la Encuesta Anual Manufacturera del DANE la distribución de la producción del sector de Cosméticos es del 53%. A continuación se observa la distribución del mismo, según porcentaje de la producción.

Grafica No. 1 Porcentaje (%) de la produccion del sector

Porcentaje de la Producción del sector

■ Cosméticos ■ Aseo ■ Absorbentes



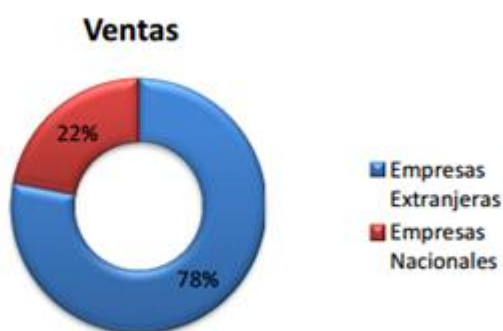
La producción colombiana y su dinámica de crecimiento de mercado según la Cámara de Cosméticos de la Andi señala que se ha duplicado en los últimos 11 años desde el año 2000, en donde el sector de cosméticos tiene un crecimiento anual promedio de 9,9% pasando de producir US\$1,301 millones a US\$3,659 millones en 2011. Este crecimiento constante se podría explicar porque la inversión extranjera directa se ha incrementado y muestra excelentes cifras de resultados; al mes de mayo de 2013 la balanza cambiaria arrojó una

cifra de 6.843 millones de dólares, con una variación de 6,3% con respecto al mismo mes del año anterior. Para el mes de julio de 2013, la balanza cambiaria tuvo una importante recuperación, lo que la llevo a ubicarse en 10.306 millones de dólares mientras que la inversión extranjera en términos netos sumó 12.573 millones de dólares.

Los sectores que han mostrado perspectivas alentadoras y positivas son el financiero e indiscutiblemente el de la Industria, en el cual se encuentra el Cosméticos.

Importantes multinacionales se encuentran realizando operaciones en el país, y vienen desarrollando inversiones en centros de distribución, innovación, tecnología, plantas de producción, y consecuentemente generando empleo directo. A continuación se observa la participación en ventas y participación del número de empresas en Colombia para el sector cosméticos, según cifras Proexport en lo correspondiente a 2011.

Grafica No. 2 Participación en ventas en Colombia del sector cosméticos 2011



Grafica No. 3 Participación del numero de empresas en Colombia del sector cosméticos 2011



## COMERCIO EXTERIOR

En los años 2000 a 2012, las exportaciones colombianas de Cosméticos y Artículos de Aseo aumentaron un 18,6% según la EAM4 del DANE, pasando de US\$114 millones a USD\$884 millones, cifras que no incluía las posibilidades que se abren con los tratados de libre comercio vigentes con Estados Unidos, Europa, México, Chile, CAN, y Mercosur, para el tema del sector de cosméticos.

Colombia actualmente en pro de mejoras en inversión y comercio con otros países del mundo, ha Fortalecido temas en cuanto a su posición estratégica, lo que le permite tener ventajas competitivas sobre países de la región latinoamericana, facilitando la carga, fortaleciendo los acuerdos comerciales, y ofreciendo bajos costos en los fletes, marítimos para el transporte de carga, hacia mercados de Suramérica, Norteamérica, y Centroamérica. Según datos Proexport, en comparación con la región una gran ventaja frente al servicio de importaciones y exportaciones que facilita muchos de los tratados de libre comercio.

Los acuerdos comerciales de Colombia y otros países del mundo se ven beneficiados con la calidad de la educación de los últimos años, lo que convierte al país en uno de los más competitivos de Latinoamérica, lo cual que le genera tranquilidad al inversionista que quiere hacer negocios. El TLC con Estados Unidos representa una oportunidad importante para el sector de Cosméticos para Colombia, hay un fuerte vínculo económico, y reglas de juego claras, lo que permitiría el aprovechamiento de nichos de mercado específicamente en los productos que cobija el acuerdo. Según la oficina para el aprovechamiento del TLC con Estados Unidos, un porcentaje importante de los productos del sector, ya tenían ingreso libre de arancel al mercado norteamericano antes de entrar en vigencia al TLC.

Grafica No. 4 Exportaciones e Importaciones de cosméticos y artículos de aseo 2000-2012





En el total de exportaciones únicamente de Cosméticos se registra una cifra de alrededor de 3.465 millones de dólares, para el periodo 2000-2012 (US\$542,6 millones en 2012). El valor restante pertenece a productos de Aseo los cuales no se detallaran en este documento. A continuación se observa el total de exportaciones realizadas por el sector de Cosméticos en millones de dólares en cada año.

Grafica No. 5 Exportaciones de cosméticos 2000-2012 US\$ Millones

**Total Exportaciones Colombianas del sector USD  
2000-2012**

Año	Cosméticos
2000	48,932,515
2001	69,859,081
2002	87,532,167
2003	88,099,457
2004	118,888,139
2005	175,669,062
2006	240,808,431
2007	326,881,738
2008	426,247,209
2009	413,482,434
2010	410,548,307
2011	517,903,414
2012	542,563,148

El principal destino de las exportaciones colombianas de cosméticos es la región latinoamericana, destacándose Venezuela, Perú, y Ecuador. La producción colombiana sigue siendo dinámica y los acuerdos comerciales permiten que estos países sean grandes destinos para los productos del sector.

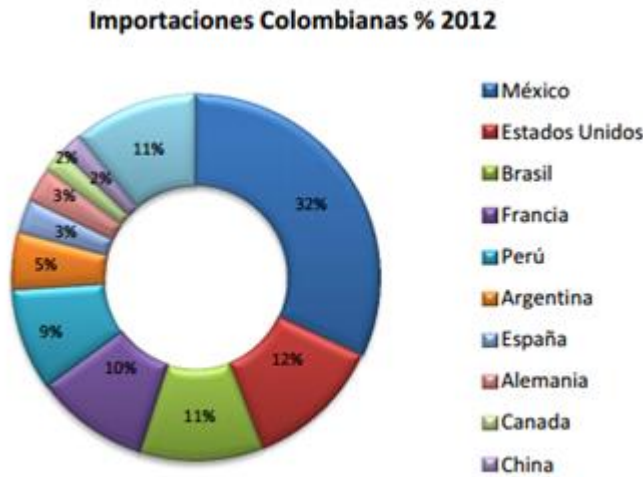
Grafica No. 6 Principales destinos de las exportaciones del sector 2012

**Principales Destinos de las Exportaciones del sector (%)  
2012**

■ Ecuador ■ Perú ■ Venezuela ■ México ■ Costa Rica ■ Chile ■ Resto



Grafica No. 7 Principales países de origen de las importaciones colombianas 2012(%)



A nivel mundial el sector de Cosméticos y artículos de aseo registró una positiva dinámica. Según Euromonitor, pasó de US \$368.381,8 millones en 2000 a US \$738.632,6 millones en 2012, registrando una variación de 5,9%. Para la región latinoamericana el panorama es alentador también, el sector de Cosméticos creció a una tasa del 8% anual entre 2000 y 2012. Productores, exportadores, importadores y empresarios esperan que el crecimiento para el total de 2013 del sector en Latinoamérica sea del 17% aproximadamente.

Grafica No. 8 Principales mercados mundiales cosméticos



Hoy se observa en los hábitos de los colombianos una tendencia de cuidado personal, tendencias de una vida sana, ejercicio, alimentación sana y productos que eleven el estatus, la belleza y la apariencia de las personas, recursos que son utilizados por las empresas para desarrollar un mayor número de productos, segmentar a su consumidor, saber cuáles son sus preferencias, y satisfacer sus necesidades.

Las exportaciones desde Colombia hacia otros países de la región consolidan al país como una potencia regional en el sector. Se requiere el fortalecimiento de la cadena productiva desde la investigación de bases e ingredientes naturales locales que aprovechen la inmensa riqueza en biodiversidad del país, mientras de manera paralela se hace un esfuerzo grande para lograr que sean protegidos intelectualmente, así como el fortalecimiento del desarrollo de empaques, diseño de los mismos y la construcción de marcas nacionales con proyección internacional, si se quiere que este sector se proyecte internacionalmente y se consolide como de clase mundial.

El TLC con Estados Unidos representa una oportunidad importante para el sector de Cosméticos Para Colombia, especialmente en productos como preparaciones de perfumería, tocador o Cosmética, depiladores, y disoluciones para humectación de lentes de contacto. Es claro que existen muchas oportunidades para este sector y la gran mayoría de ellas están concentradas en el aprovechamiento que hagan los empresarios del sector en la biodiversidad que tiene el país, incluyendo en sus productos todo el enfoque de productos naturales, sanos, antialérgicos y ecológicos.

## **VENTAJAS DEL PRODUCTO**

1. El país no posee grandes ni representativas industrias dedicadas a la producción de artículos realizados a base de cabello humano, no se tiene ningún registro de exportación de este tipo de artículos por parte de Colombia; dándonos una ventaja a nivel nacional; las pocas compañías que se encuentran en el país solo abastecen al territorio nacional sin incursionar en mercados extranjeros.
2. El cabello largo en mujeres principalmente en ciudades como Medellín y Cali es algo predominante, no pasa de moda, y se ha vuelto muy común la venta de este pues se está pagando por una melena de más o menos 25 cm unos aproximado \$ 500.000 según su estado y con los índices desempleo y falta de oportunidades, se ha vuelto en un recurso “rápido” para adquirir un dinero extra.
3. Cada año, cerca de 14 millones de personas en todo el mundo se enteran de que tienen cáncer y 8 millones fallecen como consecuencia de la enfermedad. Aunque esta es un ventaja que no debería existir, las pelucas peluquines flequillos y demás hacen más humano todo este proceso tan difícil que deben afrontar.
4. La alopecia androgénica que afecta a miles de personas en todo el mundo
5. Las pelucas siempre han estado en toda nuestra historia desde los antiguos egipcios hasta la estrella de la música de este siglo es una hermosa manera de cambiar.
6. La tasa de rentabilidad de la industria es en promedio de 11.5% anual y tiene promedio de 5.42% E.A de tasa libre de riesgo.

**Moreno, J (2014)**  
**La patria (2014)**

**DESVENTAJAS DEL PRODUCTO.**

1. La fuerte competencia con países como la china
2. la poca recolección de materia prima para un pedido muy numeroso

**COMPETIDORES DEL PRODUCTO.**

1. Las nuevas tecnologías de trasplantes de cabello
2. El tatuado del cabello para crear una ilusión de este
3. La fibras sintéticas utilizadas para las pelucas

**Un Estudio PROPAIS (s. f.)**

**3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio**

**HAGA UNA LISTA DE LOS CONOCIMIENTOS MÍNIMOS**, para esto:

Considere todas aquellas áreas del conocimiento en las cuales se requiere algún conocimiento para desarrollar la idea de negocio. Considere lo técnico, administrativo, comercial, legal o cualquier otro. **Nota: se puede contestar este punto una vez terminados los diferentes estudios.**

## 4. ANALISIS DEL MERCADO

### 4.1 Objetivos de Mercadeo

#### **OBJETIVOS CORTO PLAZO:**

- Publicidad, cadena radial, televisión, vallas publicitarias.
- Excelente servicio al cliente y productos hechos a la medida de cada necesidad de nuestros clientes.
- Estar en constante adaptación a los cambios en el entorno, por ejemplo, a la moda o en los gustos cambiantes de los consumidores.
- Hacer de nuestros productos, la mejor opción para los consumidores, siempre mejorando para ofrecer no solo calidad sino también confianza.

#### **OBJETIVOS MEDIANO PLAZO:**

- Ser muy eficientes y tener eficacia en los procesos, para sostener nuestra marca como la numero 1.
- Ofrecer productos asequibles para el público en general.
- Disminuyendo costos de producción.
- Promociones, aumentar las ventas año tras año.

#### **OBJETIVOS LARGO PLAZO:**

- A través de innovación y calidad.
- Constante mejoramiento.
- Excelente servicio.
- Competir en el mercado mundial, con precio y calidad.

### 4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Las pelucas de la compañía EL ARTE DE DALILA S.A.S son diseñadas a medida, estilo y color de su preferencia, con o sin raya de piel, implantadas con efecto de cuero cabelludo o con implantes clásicos; cabello 100% natural, estrictamente seleccionado y de calidad superior, las cuales tienen mayor durabilidad y se pueden brushinar, cortar, peinar, tinturar, planchar y lavar además de lucir natural cómoda sin ser perceptible.

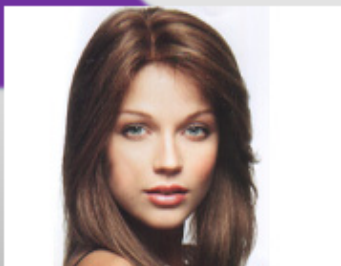
Como sabemos que cada mujer tiene un estilo diferente, tenemos un tipo de peluca para cada una de ella.



#### **SENSUAL BLONDE**

**Pelucas rubias naturales, que dan una apariencia juvenil y divertida estilizando facciones, largas hasta los hombros con capas recortadas.**

**Largo: 25 cm Ref: 9212**



#### **LATINA CHESTNUT**

**Pelucas que muestran lo dinamica y hermosa que eres; posee capas de cabello liviano dejando que tu nueva cabellera fluja con el viento**

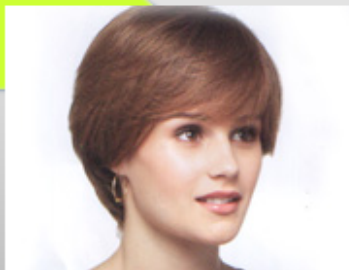
**Largo: 25 cm Ref: 9213**



#### **ROMANCE**

**Peluca con referencias de variados colores; clasicos y de fantasia, posee capas largas y una franja suave que permite manejarla de forma versatil.**

**Largo: 30 cm Ref: 9214**



#### AGELESS

Peluca con un diseño clasico y una moderna terminacion de variados colores; clasicos y de fantasia.

Largo: 15 cm Ref: 9215



#### SEDUCTIVE

Peluca de cabellos ondulados, de variados colores; clasicos y de fantasia, de capas largas, sedosas con un estilo muy moderno.

Largo: 30 cm Ref: 9216



#### UNCONDICIONAL

Peluca que te dara seguridad en tus movimientos, por su practico y elegante diseño; de variados colores, clasicos y fantasia.

Largo: 16 Ref: 9217



**IMPECABLE**  
Peluca de diseño elegante con acabados modernos, de variados colores; clasicos y de fantasia.

Largo: 16 cm Ref: 9218



**PASSIONATE**  
Peluca divertida, que brinda un volumen excelente por sus diseño en ondas e iluminaciones; en diversos colores; clasicos y de fantasia.

Largo: 25 cm Ref: 9219

°volumen.

**Ref.: 01**

**Peluca sin Gorra:** Esta peluca es más liviana y menos calurosa que una de gorra estándar debido al modo a que está hecha. Esta tiene tiras verticales de tela de encaje, bien espaciadas una de la otra.

**Ref:02**

**Gorra de Monofilamentos:** Éstas son hechas de una tela fina, respirable que permite que se vea un poco tu cuero cabelludo. Esto hace a que luzcan las más naturales de todas las gorras. Esto se debe a que cada cabello es atado a mano, de modo que el pelo en la corona pueda ser separado o cepillado y todavía parecerá totalmente natural. Esta gorra es muy recomendable si sufres de una pérdida de cabello parcial o total, siendo también la más suave de todas y amable con cueros cabelludos sensibles.

**GARANTIAS:** nuestros productos tienen garantía de 1 año, por defectos de fábrica, malos ajustes y decoloraciones.

**OBSEQUIO PARA NUESTROS CLIENTES:** dos (2) limpiezas totales de la peluca con keratinas para su cuidado.



## CREACION DE NUESTRO PRODUCTO

1. Se elaboran patrones con medida de cabezas de mujeres de 15, 30 y 60 años, con ello construir la armadura en función de la peluca que se pretende realizar.
2. Seleccionar y preparar el cabello, según su naturaleza, en función del tipo y color de la peluca que se pretende obtener.
3. Re polarizar con keratinas para su mayor duración y estabilidad en todo el proceso de ondulación, tintura.
4. Realizar las operaciones de picado, el entretejido y sujeción del pelo a la armadura para la confección de la peluca.
5. Peinado con utensilios especializados para su cuidado; como los peines hecho con fibras naturales como el pelo ardilla, que evita el quiebre.
6. Terminaciones del postizo para la venta.

## MEDIOS DE PRODUCCION

Tela bramante, aguja palillero, pelo, tul, malla, recipientes resistentes al calor, infernillo, tenacillas, hormas, hilo de posticeria, papel para plantillas y cardas.

## PROCESOS, METODOS Y PROCEDIMIENTOS

Procedimiento de manufacturación de pelucas y postizos; técnica de picado, técnica de entretejido, técnica de cosido, método de toma de medida.

## EMPAQUES

**PRIMARIO:** tula realizada con 50% algodón y 50% poliéster el cual permite la respiración del producto, de aproximadamente 35 cm de largo

**SECUNDARIO:** Caja de cartón color blanco plegable con cierre magnético

**Características:** Reciclable

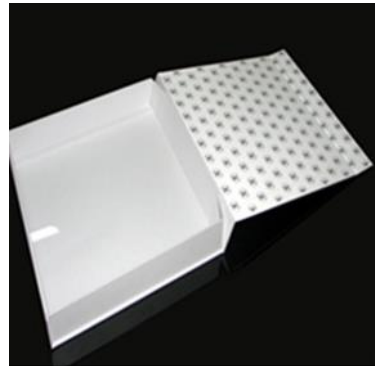
Manejo de Impresión: Grabación en relieve, Laminación brillante, Laminación de Matt, Sellado Capa ULTRAVIOLETA.

**Accesorio:** Botón de metal, 2cm ancho de cinta de raso, imán

**Imágenes:**



Img.1



Img. 2



Img. 3

**EMBALAJE:** Palletizada, con 246 cajas cada pallet, con un peso aproximado de 307,5 kilos, embuelto en plástico (stretch) y zunchado con cintas pec.

**TRANSPORTE :** Se puede enviar en cualquier medio de transporte ( aereo, terrestre, maritimo, ferreo).

### 4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

#### 4.3.1 El Mercado Meta

Los productos tipo exportación de EL ARTE DE DALILA S.A.S están dirigidos a las poblaciones y ciudades del sur de estados unidos específicamente de raza negra, llegando directamente a distribuidores locales en tiendas de belleza y cadenas de barberías y peluquerías, ya que es en el sur de estados unidos donde se concentra la mayor población afroamericana y que a su vez cuenta con un mayor índice de ingresos ya que son las ciudades con mayor productividad en los meses del año debido a que el invierno no los afecta tan directamente y son ciudades que por su importancia y evolución sociocultural tienden a la mayor adquisición en productos de estética personal. Otro de los factores por los cuales nos enfocamos en las ciudades del sur es que son estas las ciudades de más fácil acceso para nuestro proceso logístico, las ciudades a atender serán.

Ciudad	Población
New Orleans	1.124.345
Florida	2.471. 730
Miami	1.474.613
Atlanta	1.168.998
New york	3, 234. 165
Texas	2.493. 057
New Yersey	1.211.750
California	2,513,041

Los factores socio económicos están muy ligados a la preferencia de la calidad por nuestro producto, ya que aunque está enfocado a personas con nivel adquisitivo medio-alto, no es un producto inaccesible por la demás población debido a que nuestros precios dependen de la complejidad y material utilizado para la elaboración del producto. Caso diferente a la edad que va desde los 12 años como edad mínima, atendiendo la demanda femenina. La moda, las tendencias, el clima, el poder adquisitivo, calidad del producto, servicio al cliente.

**Rastogi, S., Johnson, T. D., Hoeffel, E. M., & Drewery, M. P. (Septiembre, 2011)**

#### 4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

##### a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

###### Objetivos a corto plazo.

- Queremos que la imagen del producto a nivel de calidad esté presente en todo momento, desde su empaque y presentación hasta su uso y perdurabilidad durante el tiempo.
- Queremos además que el producto satisfaga a nuestro consumidor final en aspectos como el estado del tiempo (clima) que es bien sabido que afecta la apariencia del producto y por ende su perdurabilidad en el tiempo

###### Objetivos a mediano plazo.

- Se quiere generar la idea o la imagen mental de que nuestro cabello no tiene ningún componente artificial y que es proveído por personas en excelente estado y condición alimenticia y esto les dará a nuestros clientes una mejor concepción del producto
- Fidelizar a nuestros clientes con la oferta del precio y la variedad de texturas y colores, ya que nuestros productos son de fácil intercambio y no usan ningún tipo de adhesivo en caso de adquiera nuestro producto por extensiones.

###### Objetivos a largo plazo.

- Cambiar la imagen que aún persiste en que las pelucas y extensiones son productos de 5ta y que solo son usados por personas con el llamado cabello rebelde o personas de color, por el contrario se busca posicionar el producto como un accesorio de calidad y posición económica alta y que sea una solución a las necesidades de cambio en apariencia en las mujeres.
- Implementar tecnología para evitar o minimizar el riesgo del uso del producto que es un temor permanente en las personas que lo usan, en otras palabras que el producto desempeñe su función pero que se minimice en lo posible la falsa apariencia del mismo.
- Incremento en los precios de los productos en un 2%

### **Variables para los clientes futuros**

La competencia  
La confiabilidad sobre la marca y su procedencia  
La apariencia del producto  
La publicidad  
La Recordación de marca

### **Pentti Routio (2007)**

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


Los medio que se eligieron para hacer este estudio fueron entrevistas realizadas en 14 peluquerías y distribuidores minoristas de la ciudad las cuales se relacionan a continuación y se adjuntaron los formatos originales de la encuesta para soporte de la misma.

Rose skin  
Jungla  
De la osa  
Arte y estilo  
La peluquería de Mario  
Arte y glamour  
La tienda del peluquero  
La bodega del peluquero  
Free style  
Secuest barbery  
Diana peluquería  
Risos y risos  
La barbería de Carlos  
El corte de Frank

#### **c) Aplicación de la Medios**

Las encuestas sobre la venta y utilización de pelucas y extensiones de cabello natural se realizo en las diferentes peluquerías y distribuidores del centro de la ciudad, más exactamente a las personas encargadas de la venta y las personas que se dedican a la implementación del producto en sus clientes habituales y nuevos, a continuación detallamos un ejemplo del formato que usamos para esta encuesta.

**EJEMPLO DE ENCUESTA**

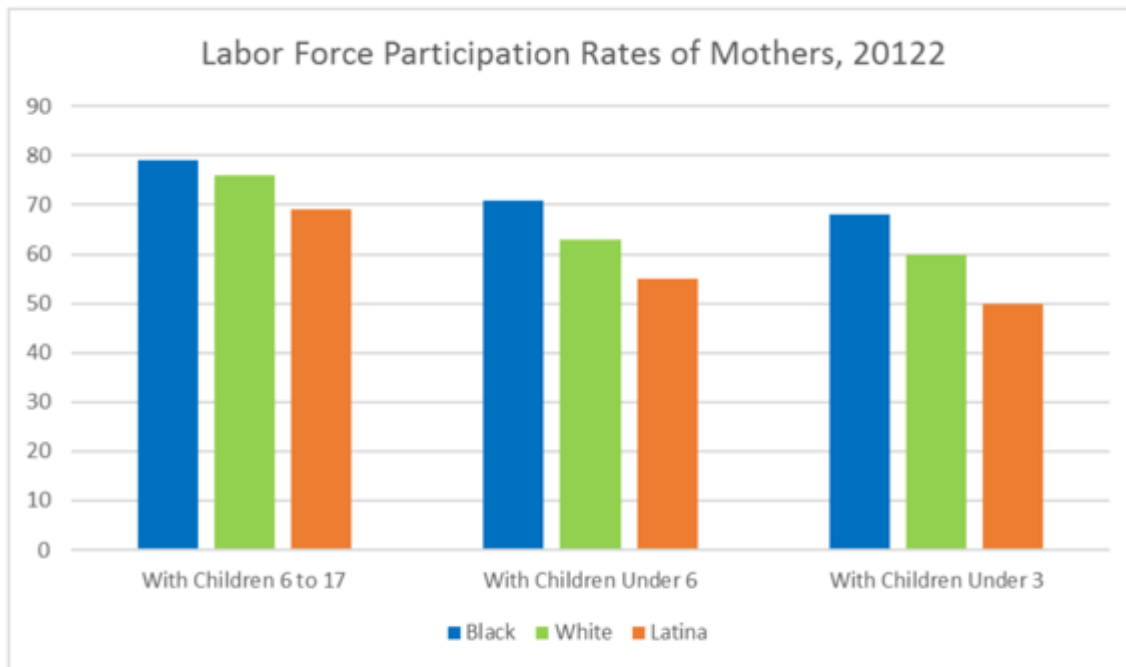
				
<b>TIPO DE DISTRIBUIDOR</b>	<b>NOMBRE DE LA SOCIEDAD</b>	<b>ACTIVIDAD ECONOMICA</b>	<b>NOMBRE DEL ENCUESTADO</b>	<b>HACE USO DEL PRODUCTO?</b>
minorista	Arte y glamour	Peluquería y estética	Fanery sierra	si
<b>QUE GARANTIAS TIENE O OFRECE?</b>	<b>PERSEPCION DEL COSTO</b>	<b>PERSEPCION DE LA CALIDAD</b>	<b>CUAL ES EL MAS VENDIDO</b>	<b>PORQUE?</b>
No lo sabe	Muy alto	Muy buena	Las extensiones	Pocas personas con calvas
<b>TIENES CLIENTES FIJOS PARA EL PRODUCTO?</b>	<b>EL PRODCUTO ES DE FACIL ACCESO?</b>	<b>QUIEN ES SU PROVEEDOR?</b>	<b>EN QUE EDADES HAY MAS DEMANDA DEL PRODUCTO?</b>	<b>HA TENIDO PROBLEMAS CON EL PRODUCTO?</b>
Si, casi siempre	no siempre, si es natural no	un distribuidor mayorista	Entre los 20 en adelante	si el producto es muy delicado porque no se puede lavar

**d) Resultados del estudio de los consumidores**Población Consumidora

La población consumidor a de los productos del ARTE DE DALILA S.A.S. son personas de estrato social medio-alto “mujeres” de los estados unidos de Norteamérica que van desde los 12 años de edad que cuentan con la capacidad de adquirir el producto que va desde los US\$782.20 – US\$900.34 aproximadamente, son personas de tés negra con cabellos rebeldes y con la necesidad de dar un poco de control a su cabello o simplemente un cambio de apariencia, también se está en la capacidad de la venta de pelucas completas para personas que por una u otra razón la necesiten. Teniendo como base las estadísticas de empleo y salarios de mujeres afrodescendientes quienes tiene mas libertad económica y pueden realizar este tipo de compras.

*Trabajo - Las mujeres negras son mucho menos propensas a ser amas de casa las mamás que cualquier otro grupo. En la fuerza de trabajo, el 28 por ciento de las mujeres negras trabajan en la industria de servicios, tradicionalmente un sector de bajos salarios, mientras que el 20 por ciento de las mujeres blancas se encuentran en ese sector. Es este grupo de mujeres que tanto*

*republicanos como demócratas, pero especialmente los demócratas, se dirigen en los 2014 exámenes parciales.*



Source: U.S. Department of Labor, Labor Force Characteristics by Race and Ethnicity, 2012. Table 11.

Ya que lo que queremos es atender a clientes finales habituales debemos mantener un constante inventario de producto de alta calidad ya que es el más vendido, pero eso es el más costoso y los criterios de calidad son mucho más altos, además nuestro producto no depende de temporadas ni de la moda, por lo tanto su volumen de venta se mantiene constante entre distribuidores mayoristas y minoristas.

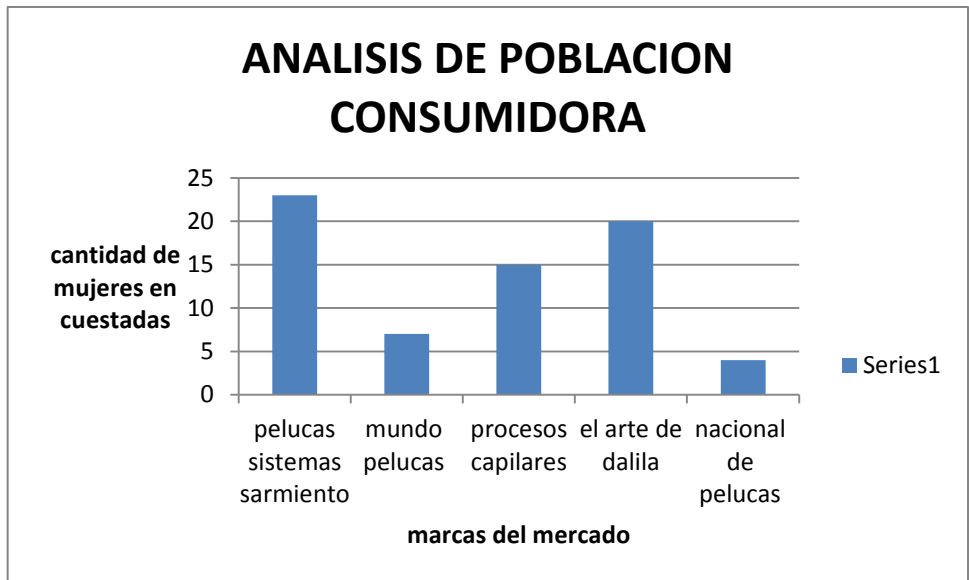
#### **Oficina del Censo de EE.UU (Enero 2014)**

### MAPA GEOGRAFICO DE LOS ESTADOS UNIDOS



### Determinación de la Demanda

Encuesta realizada con las niñas de servicio al cliente de TDM GIRARDOTA



#### 4.4 El Mercado Proveedor

##### 4.4.1 Proveedores

Para el correcto funcionamiento del departamento comercial de la compañía EL ARTE DE DALILA S.A.S.se hace necesaria la adquisición de los siguientes bienes e inmuebles.

PRODUCTO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	UNIDADES NECESARIAS	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
ESCRITORIOS	PRACTIMAC REF: PM3401439 PLU:168114	HOME CENTER	5	\$ 189.900	\$ 949.500
SILLAS	ASENTÍ PRESIDENTE NEGRAS RECLINABLES REF: SKU 161293	HOME CENTER	5	\$ 149.900	\$ 749.500
COMPUTADORES	HEWLETT PACKARD REF:18-5010LA	ÉXITO	5	\$ 999.000	\$ 4.995.000
TELEFONOS	ACATEL REF: TEMPORIS25	ÉXITO	5	\$ 25.900	\$ 129.500
MULTIFUNCIONALES	SAMSUMG REF:SCX3405XAX PLU:775950	EXITO	2	\$ 269.000	\$ 538.000
ARCHIVADOR	INVAL ZURI AR2X2 REF: 300400 PLU:902989	EXITO	1	\$ 169.900	\$ 169.900
<b>TOTALES</b>			<b>23</b>	<b>\$ 1.803.600</b>	<b>\$ 7.531.400</b>

RUBRO	PRECIO	PROVEEDORES
ARRIENDO	\$240.000	ESPACIOS URBANOS



- Servicios necesarios para el funcionamiento

PRODUCTO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	PRECIO MENSUAL
ELECTRICIDAD	DIVISIÓN DE SERVICIOS POR MT2 Y CONEXIONES DE 320	EPM	\$ 175.000
AGUA	MEDICIÓN DE FUENTES DE AGUA	EPM	\$ 60.000
ALCANTARILLADO	MEDICIÓN POR FUENTES DE DESAGÜE	EPM	\$ 15.000
INTERNET PLUS EMPRESARIAL	COBRO DE UN SOLO EQUIPO EN EL ÁREA COMERCIAL	UNE	\$ 6.500
SEGURO TOTAL	CUBRIENDO EL TOTAL DE LA MERCANCÍA, MATERIA PRIMA Y EQUIPOS	SURAMERICANA	\$ 75.000
<b>TOTALES</b>			<b>\$ 331.500</b>

- Utensilios necesarios para servicios generales

PRODUCTO	REFERENCIA	PROVEEDOR	UNIDADES	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO TOTAL
CAFÉ	CAFÉ EN BOLSA LA BASTILLA * 2 KILOS	ÉXITO	1	\$ 17.280	\$ 17.280
AROMÁTICA	AROMÁTICA JAIBEL SUR CAJA *20 SOBRES	ÉXITO	2	\$ 2.900	\$ 5.800
POLVO PARA BEBIDAS	REFRESCO AZUCARADO NARANJA MARC A PROPIA ÉXITO * 1 KILO	ÉXITO	1	\$ 3.110	\$ 3.110
VASOS PLÁSTICOS	VASOS DESECHABLES DE 3.5 ONZ MARCA PROPIA ÉXITO * 100 VASOS	ÉXITO	1	\$ 8.037	\$ 8.037
VASOS PLÁSTICOS	VASOS DESECHABLES DE 2.5 ONZ MARCA PROPIA ÉXITO * 100 VASOS	ÉXITO	1	\$ 5.670	\$ 5.670
JABÓN PARA PLATOS	JABÓN LAVA PLATOS LAVA * 1000 GR	ÉXITO	2	\$ 4.050	\$ 8.100
ESPONJAS PARA PLATOS	ESPONJAS BONBRILL * 4	ÉXITO	1	\$ 2.200	\$ 2.200
JABÓN EN POLVO	DETERGENTE ENZIMÁTICO MIX CÍTRICO HIT * 2.700 GRAMOS	ÉXITO	1	\$ 8.650	\$ 8.650

<b>LIMPIA PAREDES</b>	LIMPIA ÁREAS FROTEX * 500 GRAMOS	ÉXITO	1	\$ 8.300	\$ 8.300
<b>LIMPIADOR DESINFECTANTE</b>	LIMPIADOR DESINFECTANTE *3 LITROS	ÉXITO	1	\$ 6.300	\$ 6.300
<b>LIMPIADOR AROMATIZANTE</b>	LIMPIADOR *3 LITROS	ÉXITO	1	\$ 13.870	\$ 13.870
<b>JABÓN PARA MANOS</b>	JABÓN PARA MANOS EQUILITY *2 LITROS	ÉXITO	1	\$ 8.994	\$ 8.994
<b>ESCOBA</b>	ESCOBA ECONÓMICA VANIPLAS	ÉXITO	1	\$ 10.380	\$ 10.380
<b>TRAPERO</b>	TRAPERO DE MECHAS LA NEGRA	ÉXITO	1	\$ 19.450	\$ 19.450
<b>RECOGEDOR</b>	RECOGEDOR BELLA LUZ	ÉXITO	1	\$ 3.950	\$ 3.950
<b>AMBIENTADORES EN SPRAY</b>	AEROSOL MANZANA-CANELA AIR WICK * 35 GRAMOS	ÉXITO	1	\$ 7.100	\$ 7.100
<b>TOALLAS DE MANOS</b>	TOALLAS DE MANOS FAMILIA * 500 METROS	ÉXITO	1	\$ 20.000	\$ 20.000
<b>PAPEL HIGIÉNICO</b>	PAPEL INDUSTRIA FAMILIA	ÉXITO	1	\$ 22.000	\$ 22.000
<b>TOTALES</b>			<b>20</b>	<b>\$ 172.241</b>	<b>\$ 179.191</b>

### Almacenes Éxito (2014)

- Personal requerido

CARGO	CONOCIMIENTO NECESARIO	PERSONAL REQUERIDO	SALARIO NETO	AUXILIO DE TRANSPORTE	SEGURIDAD SOCIAL	APORTES PARAFISCALES	PRESTACIONES SOCIALES	SALARIO TOTAL
<b>DIRECTOR COMERCIAL</b>	DESARROLLO DE GESTIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRATIVA	1	\$ 2.600.000	\$ 0	\$ 260.000	\$ 234.000	\$ 853.580	\$ 3.947.580
<b>ANALISTA COMERCIAL</b>	MANEJO DE BASE DE DATOS, CONTROL Y PRESENTACIÓN DE CIFRAS COMERCIALES.	1	\$ 1.550.000	\$ 72.000	\$ 155.000	\$ 139.500	\$ 508.865	\$ 2.425.365
<b>ASISTENTE 1</b>	FACULTADA PARA ASISTIR A LA DIRECCION COMERCIAL EN LA RECOLECCION Y CUSTODIA DE CLIENTES NUEVOS.	1	\$ 1.000.000	\$ 72.000	\$ 100.000	\$ 90.000	\$ 328.300	\$ 1.590.300
<b>ASISTENTE 2</b>	FACULTADA PARA ASISTIR A LA DIRECCION COMERCIAL EN LA RECOLECCION Y CUSTODIA DE CLIENTES NUEVOS.	1	\$ 1.000.000	\$ 72.000	\$ 100.000	\$ 90.000	\$ 328.300	\$ 1.590.300
<b>PRACTICANTE</b>	FACULTADA PARA ASISTIR A LA DIRECCION COMERCIAL EN LA RECOLECCION Y CUSTODIA DE CLIENTES NUEVOS.	1	\$ 750.000	\$ 72.000	\$ 75.000	\$ 67.500	\$ 246.225	\$ 1.210.725
<b>TOTALES</b>		<b>5</b>	<b>\$ 6.900.000</b>	<b>\$ 216.000</b>	<b>\$ 690.000</b>	<b>\$ 621.000</b>	<b>\$ 2.265.270</b>	<b>\$ 10.692.270</b>

#### 4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

##### a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Los insumos, muebles y enseres adquiridos para el correcto funcionamiento del departamento comercial de la compañía EL ARTE DE DALILA S.A.S. serán adquiridos en su totalidad en almacenes de cadena reconocidos, los cuales nos suministrarán la respectiva garantía de los mismos y además se tomaron en cuenta la calidad, la oferta del “Precio” y su disponibilidad en

comparación con otras cadenas de almacenes. Las garantías extendidas de los productos dependen estrictamente de su naturaleza y correcto uso.

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

Los medios por los cuales se realizó el estudio de enseres e insumos para el departamento comercial se realizó en las páginas de pedidos y sitios web de las cadenas “home-center y almacenes éxito”

**c) Aplicación de la Medios**

La aplicación de los medios para el estudio de los proveedores se realizó mediante sitios web de los almacenes de cadena como “hogar y moda, almacenes flamingo, jumbo, almacenes éxito y home-center” siendo los dos últimos los más convenientes por su baja oferta del costo y disponibilidad.

**d) Resultados del estudio de los proveedores**

Luego del estudio de proveedores de enseres y equipos para el correcto funcionamiento del área comercial se adquirieron los siguientes bienes e inmuebles.

**4.5 El Mercado Competidor**

**4.5.1 Competidores**

**COMPETIDORES NACIONALES**

<b>NOMBRE</b>	<b>CIUDAD</b>
• <b>SISTEMAS, JAIRO SARMIENTO E HIJOS</b>	<b>BOGOTA</b>
• <b>PROCESOS CAPILARES</b>	<b>BOGOTA</b>
• <b>EL MUNDO DE LAS PELUCAS</b>	<b>MEDELLIN</b>
• <b>NACIONAL DE PELUCAS</b>	<b>BOGOTA</b>
• <b>PELUCAS DE EXTENSIONES IVONN PLAST</b>	<b>BOGOTA</b>
• <b>MUNDO EXTENSIONES</b>	<b>BOGOTA</b>
• <b>KIROS TRADING</b>	<b>BOGOTA</b>
• <b>DCE BELLEZA</b>	<b>BOGOTA</b>
• <b>EXTENSIOMANIA</b>	<b>BOGOTA</b>
• <b>PLATINUM HAIR</b>	<b>BOGOTA</b>

- **ASY MAR EXTENSIONES** **BOGOTA**
- **HAIR IMPLANT** **BOGOTA**
- **COLOMBIANA DE EXTENSIONES** **CALI**

#### **COMPETIDORES EXTRANJEROS**

##### **NOMBRE**

##### **CUIDAD**

- **BERGMANN GmbH &CO., LTD** **ALEMANIA**
- **GFH GESELLSCHAFT FÜR HAARÄSTHETIK** **ALEMANIA**
- **GISELA MAYER** **ALEMANIA**
- **KERLING INTERNATIONAL HAARFABRIK GmbH** **ALEMANIA**
- **TOLLE-UND-LOCKE** **ALEMANIA**
- **LA PERUCA** **ALEMANIA**
- **YOUR HAIR WORLD** **ALEMANIA**
- **HERZING INTERLOOK AG** **ALEMANIA**
- **OVERSEAS AGENCY** **INDIA**
- **GUPTA ENTERPRISES** **INDIA**
- **HENA HENGMEI HAIR PRODUCT CO.,LTD** **CHINA**
- **HONG KONG COLOR L.Y . COMPANY** **CHINA**
- **CLOUDY HOUSE CO.,LTD** **CHINA**
- **KING KUAN HAIR COMPAÑY** **CHINA**
- **XUCHANG LEEWIN TRADE CO.,LTD** **CHINA**
- **XUCHANG YONGXING HAIR PRODUCT CO.,LTD** **CHINA**
- **XUCHANG SMILY HAIR PRODUCTS CO., LTD** **CHINA**
- **QUNGDAO LINHUI HAIR PRODUCTS** **CHINA**
- **WIGS BAZAAR HAIR PRODUCTS CO., LTD** **CHINA**
- **QUINGDAO PREMIUM HAIR PRODUCTS CO., LTD** **CHINA**
- **YUCHENG HENG YUAN HAIR PRODUCTS CO.,LTD** **CHINA**
- **ESTUDIO CAPILAR JUAN CAMPILLO** **ESPAÑA**
- **ESTUDIO CAPILAR** **ESPAÑA**
- **ELEGANCE HAIR EXTENSIONS** **ESPAÑA**

## 4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

### a) Variables estudiadas del mercado Competidor

#### **GUANGZHOU CITY PANYU DISTRICT DASHI YUANYING ARTS & CRAFTS**

##### **FACTORY**

Guangdong, China (Mainland)

Comercio y Mercado

Mercados principales:            11,11% Nacional  
   11,11% el sur de Europa  
   11,11% Europa Occidental  
   11,11% Asia del Este  
   11,11% el sudeste asiático  
   11,11% Europa del Este  
   11,11% América del Sur  
   11,11% América del Norte

Tamaño según ventas:            EE.UU. \$ 5 millones - EE.UU. \$ 10 millones

Porcentaje de exportación:    81% - 90%

Condiciones Comerciales

Aceptados Condiciones de    FOB, EXW, entrega expresa  
expedición:

Aceptado Moneda de pago:    USD, EUR, JPY, CAD, AUD, HKD, CNY

Aceptado el tipo de pago:    T / T, Western Union, Cash

Puerto más cercano:            Guangzhou

Capacidad Comercio

Lenguaje hablado:            Inglés, Chino, Japonés

Número de trabajadores en    3-5 Personas  
el Departamento de  
Comercio:

Promedio de tiempo de        15 Día (s)  
ejecución:

Modo de exportación:        **Uso de un agente**

**Guangzhou (s. f.)**

**OVERSEAS AGENCY**

Tamil Nadu, India

## Comercio y Mercado

Mercados principales:	20,00% Europa Occidental 20,00% África 20,00% América del Sur 40,00% América del Norte
Tamaño según ventas:	EE.UU. \$ 1 millón - EE.UU. \$ 2,5 millones
Porcentaje de exportación:	91% - 100%

## Condiciones Comerciales

Aceptados Condiciones de expedición:	FOB, entrega expresa
Aceptado Moneda de pago:	USD, EUR, CAD, GBP
Aceptado el tipo de pago:	T / T, MoneyGram, Tarjeta de crédito, PayPal, Western Union
Puerto más cercano:	Chennai

## Capacidad Comercio

Lenguaje hablado:	Inglés
Número de trabajadores en el Departamento de Comercio:	6-10 Personas
Promedio de tiempo de ejecución:	6 Día (s)

## Overseas Agency ( s. f. )

**HENA HENGMEI HAIR PRODUCT CO.,LTD**  
Henan, China (continental)

## Comercio y Mercado

Mercados principales: 2,00% Oriente Medio  
3,00% Europa Oriental  
5,00% América del Sur  
90,00% América del Norte

Tamaño según ventas: EE.UU. \$ 50 millones - EE.UU. \$ 100 millones

Porcentaje de exportación: 91% - 100%

## Condiciones Comerciales

Aceptados Condiciones de expedición: FOB, entrega expresa

Aceptado Moneda de pago: USD

Aceptado el tipo de pago: T / T, L / C, PayPal, Western Union, fideicomiso

Puerto más cercano: QINGDAO, GUANGZHOU

## Capacidad Comercio

Lenguaje hablado: Inglés, chino, coreano

Número de trabajadores en el Departamento de Comercio: 6-10 Personas

Promedio de tiempo de ejecución: 15 Día (s)

Modo de exportación: Tenemos poseer la Licencia de Exportación

Número de Licencia de Exportación: 00946444  
Export CompanyName: HENAN Hengmei HAIR PRODUCT CO, L1

## Hena Hengmei Hair (s. f.)

## SISTEMAS, JAIRO SARMIENTO E HIJOS

Empresa Colombiana, tiene un excelente servicio via email, la respuesta a las preguntas fueron



respondidas oportunamente, el valor promedio de las pelucas es de 1´600.000, en tono cobre 20 cm debajo de la nuca con corte en capas con capul.

#### **GISELA MAYER**

Empresa Alemana, tiene pelucas de excelente calidad, a un precio asequible, el valor promedio de las pelucas es desde 150 euros hasta 1000

#### **Caramelito (2012)**

**Gisela Mayer (s. f.)**

#### **LA PERUCA**

Empresa Alemana, contiene gran variedad de productos, muy buen servicio virtual, fácil acceso, el precio promedio de las pelucas esta entre 500 euros y 1700

**La Peruca (s. f.)**

#### **TOLLE-UND-LOCKE**

Empresa Alemana, gran cantidad de productos, diferente longitud, precios, calidad, tiene un valor promedio de las pelucas que va desde 349 euros, 1400 euros, 3500 euros

**Tolle Und Locke (s. f.)**

#### **YOUR HAIR WORLD ( DESDE 66 EUROS, 290 EUROS)**

**Your Hair World (s. f.)**

#### **b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor**

Los estudios fueron realizados a través de cotizaciones, nivel de ventas, estados financieros, capacidad comercial, modalidad de exportación.

#### **c) Aplicación de la Medios**

#### **d) Resultados del Estudio de la Competencia**

### **4.6 El Mercado Distribuidor**

#### 4.6.1 Distribución

La compañía EL ARTE DE DALILA iniciara su distribución enfocándose en 2 métodos de distribución como son las ventas por internet y la de distribución a salones de belleza en las zonas elegidas; estos métodos fueron estudiados, y de esa manera elegidos, por la economía en sus procesos y la facilidad de distribución.

Las mejores páginas de anuncios gratis son una oportunidad fácil y rápida de vender un producto por eso nuestra compañía las aprovecho eligiendo las mas visitadas.

Elige la Página web donde vayas a publicar tus anuncios gratis			

Santiago, I. ( Noviembre 2012 )

La compañía también estudio las páginas más visitadas por los estadounidenses para saber a cuáles de ellas deberíamos enfocarnos y poner al servicio de miles de personas nuestros



productos; dándonos como resultados:

**AMAZON.COM:** US\$177 millones de ventas netas solo en Estados Unidos.

**Ebay:** US\$ 18.400 millones de ventas netas solo en Estados Unidos.

**Craigslist.org:** US\$ 150 millones solo en estados en Estados Unidos (datos no oficiales).

Página web	Rank Pais	Rank Global	Tema	Pais Origen
<u>Google</u>	1	2	Portales y buscadores	
<u>Yahoo!</u>	2	1	Portales y buscadores	
<u>MySpace</u>	3	7	Comunidades	
<u>YouTube</u>	4	3	Música y Video	
<u>FaceBook.com</u>	5	5	Comunidades	
<u>Live.com</u>	6	4	Internet	
<u>Microsoft Network - MSN</u>	7	6	Portales y buscadores	
<u>Wikipedia</u>	8	8	Referencia	
<u>eBay</u>	9	18	Clasificados	
<u>AOL</u>	10	25	Portales y buscadores	
<u>Craigslist.org</u>	11	39	Clasificados	
<u>Blogger.com</u>	12	9	Comunidades	
<u>Go.com</u>	13	37	Portales y buscadores	
<u>Amazon.com</u>	14	36	Comercio	
<u>CNN</u>	15	48	Noticias	
<u>ESPN</u>	16	58	Deportes	
<u>PhotoBucket.com</u>	17	31	Fotos	
<u>Microsoft.com</u>	18	13	Tecnología	

<u>Flickr.com</u>	19	30	Fotos	
<u>Comcast</u>	20	100	Internet	

Pensando también en las personas que no son muy diestras con este medio de compra por internet, la distribución principalmente en salones de belleza también es una opción por ello elegimos unas de los más populares salones de belleza de cada una de las zonas elegidas en nuestro estudio de mercado dándonos como resultado.

**NEW YORK:**

<b>NOMBRE</b>	<b>CIUDAD</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TELEFONO</b>	<b>E-MAIL</b>
<b>&amp;Hair Lounge</b>	New York	335 E 9th St, NY 10003	+1-212-777-7718	
<b>Seagull Haircutters</b>	New York	West Village 240 W 10th St, NY 10014	+1-212-989-1807	
<b>Exhibit:A Salon</b>	New York	Greenpoint 182 Driggs Ave, Brooklyn, NY 11222	+1-347-725-4779	
<b>Hair Kuwayama</b>	New York	East Village 406 E 13th St, NY 10009	+1-212-529-6977	
<b>Dickson Hairshop</b>	New York	Lower East Side 137 Allen St, NY 10002	+1-212-260-5625	
<b>The Little Hair Shoppe</b>	New York	East Village 54 E 4th St, NY 10003	+1-212-375-1004	
<b>Kiwa Salon</b>	New York	Chelsea 234 W 27th St, NY 10001	+1-212-620-3846	
<b>Dlala</b>	New York	East Village,Alphabet City, 149 Ave A, NY 10009	+1-212-777-5252	
<b>High Horse Salon</b>	New York	Williamsburg - North Side, 103 Havemeyer St, Brooklyn, NY 11211	+1-718-388-7703	
		East Village,		

<b>Whistle</b>	New York	Alphabet City, 267 E 10th St, NY 10009	+1-212-477- 0631	
----------------	----------	--	---------------------	--

**TEXAS**

<b>NOMBRE</b>	<b>CIUDAD</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TELEFONO</b>	<b>E-MAIL</b>
<b>Jazzy Girls Boutique</b>	Houston	Alabama, TX 77098	(281)862- 8040	jazzygirlsoftexas.com/
<b>Fringe Salon &amp; Color Bar</b>	Houston	2400 W Alabama, TX 77098	(281)862- 8469	fringehairsalonhouston.com
<b>Hair Corner</b>	Houston	5632 Richmond Ave, TX 77057	(713) 568- 1719	
<b>Hair Ca-Tects</b>	Houston	3116 Telge St TX 77054	(713) 748- 0414	
<b>Marbella Spa &amp; Salon</b>	Houston	415 Westheimer Rd, TX 77006	(713) 523- 6905	marbellasalon.com/
<b>Lys Beauty Salon</b>	Houston	2901 Telephone Rd, TX 77023	(713) 923- 5133	
<b>Vertigo Hair Concepts</b>	Houston	3208 S Shepherd Dr TX 77098	(713) 533- 1980	
<b>Rattler's Bonnie Beauty Box</b>	Houston	3008 Alabama, TX 77004	(713) 528- 9905	
<b>Etheria Salon &amp; Spa</b>	Houston	4444 Montrose Blvd, TX 77006	(713) 526- 7751	etheriasalon.com/

**MIAMI:**

<b>NOMBRE</b>	<b>CIUDAD</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TELEFONO</b>	<b>E-MAIL</b>
---------------	---------------	------------------	-----------------	---------------

<b>Porfolio Salon &amp; Spa</b>	Miami	281 Miracle Mile Coral Gables, FL 33134	305.443.0101	<a href="mailto:info@portfoliosalon.net">info@portfoliosalon.net</a>
<b>Oribe Salon</b>	Miami	1627 Euclid Avenue, Miami Beach, FL 33139	305-538-8006	<a href="mailto:info@oribesalon.com">info@oribesalon.com</a>
<b>Stay in Touch</b>	Miami	Scott Alan Hair Studio, 20504 West Dixie Highway Aventura FL 33180 US	3059310500	<a href="mailto:office@scottalanstudio.com">office@scottalanstudio.com</a>
<b>Isalon</b>	Miami	View Website 2790 Ne 187th	(786)288-2895	
<b>Armin Salon &amp; Spa</b>	Miami	910 Sw 73rd St Florida 33143	(305) 663-7171	
<b>By Appointment only</b>	Miami	3339 Virginia St Coconut Grove, FL 33133	(786) 302-5150	
<b>Hair Healers</b>	Miami	2626 SW 9th St, Miami 33135	(305) 643-2252	<a href="mailto:danial@hairhealers.com">danial@hairhealers.com</a>
<b>Europa Hair Studio</b>	Miami	3530 Coral Way Suite R-1 Coral Gables, FL 33145	(305) 720-2277	

**CALIFORNIA:**

NOMBRE	CIUDAD	DIRECCION	TELEFONO	E-MAIL
--------	--------	-----------	----------	--------

<b>Salon Republic</b>	Beverly Hills	Pico-Robertson 9911 W Pico Blvd, CA 90035	+1-310-277- 8288	
<b>Giuseppe Franco Salon</b>	Beverly Hills	350 N Canon Dr CA 90210	+1-310-274- 8967	
<b>Tom Brophy Salon</b>	Beverly Hills	9681 Wilshire Blvd, CA 90212	+1-310-858- 8780	
<b>Gavert Atelier</b>	Beverly Hills	9666 Brighton Way, CA 90210	+1-310-858- 7898	
<b>Zanne Lucy Blu</b>	Beverly Hills	9677 Wilshire Boulevard, CA 90212	+1-310-963- 9341	
<b>Kenworthy Salon</b>	Beverly Hills	220-A N Canon Dr, CA 90210	+1-310-274- 9360	
<b>Shirin Hairstyles</b>	Beverly Hills	338 N Canon Dr, CA 90210	+1-323-999- 1379	
<b>Meche</b>	Beverly Hills	8820 Burton Way, CA 90211	+1-310-278- 8930	
<b>James Kendall Salon</b>	Beverly Hills	9635 Brighton Way, CA 90210	+1-310-858- 8045	
<b>Rossano Ferretti Hairspa</b>	Beverly Hills	345 N Canon Dr CA 90210	+1-310-598- 6780	

**NEW JERSEY:**

<b>NOMBRE</b>	<b>CIUDAD</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TELEFONO</b>	<b>E-MAIL</b>
<b>Salon Ilona and Spa</b>	New Jersey	859 Clifton Avenue Clifton	07013 973-773- 5300	salonilona.com
<b>Bangz Hair Salon and Day Spas</b>	New Jersey	23 S. Fullerton Avenue Montclair	07042 973-746- 8426	bangz.net
<b>Hair by Nedjetti Salon</b>	New Jersey	Bloomfield	973-748-0181	hairbynedjetti.com

**NEW ORLEANS:**

<b>NOMBRE</b>	<b>CIUDAD</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TELEFONO</b>	<b>E-MAIL</b>
---------------	---------------	------------------	-----------------	---------------

<b>La Riviera Salon &amp; Spa</b>	New Orleans	4506 Shores Dr	(504) 455-4247	
<b>Hats Off Salon</b>	New Orleans	9401 Jefferson Hwy , Ste D	(504) 738-6128	
<b>Sonia &amp; Bazaar de Joley</b>	New Orleans	3204 Edenborn Av	(504) 887-0944	
<b>Spa Jolie</b>	New Orleans	7701 Hampson St	(504) 865-1318	
<b>Afritude Hair Braiding Salon</b>	New Orleans	1418 N Clairborne Av	(504) 949-9995	
<b>59 Designz Beauty &amp; Body Boutique</b>	New Orleans	2339 Louisiana Av	(504) 570-6013	
<b>A New Day Beauty Salon LLC</b>	New Orleans	2200 San Bernardo Av.	(504) 947-3181	
<b>A Touch of Beauty Day Spa</b>	New Orleans	7701 Hampson St	(504) 865-1318	
<b>A Touch Of Elegance Beauty &amp; Barber Salon</b>	New Orleans	1803 Louisiana Av	(504) 269-5741	

#### 4.6.2 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

#### 4.6.3 Distribución a través de terceros (En caso de ser aplicable)

##### a) Defina las variables que se estudiaron del mercado Distribuidor

#### Condiciones para vender en AMAZON.COM

- Sube gratis tu inventario y productos con herramientas automatizadas
- Añade nuevos productos al catálogo de Amazon
- 39 EUR al mes + Tarifa por referencia + tarifa variable por venta de artículo
- Oferta: 3 meses de suscripción GRATIS
- Logística de Amazon activada

#### Condiciones para vender en eBay



- Los usuarios vendedores pagan un 1.5% de comisión a eBay por concepto de venta de los artículos.
- Los usuarios compradores visitan y usan la página del mercado electrónico sin cargo alguno, totalmente gratis.
- Cualquiera que quiera aprovecharse del sistema o de otros usuarios recibe acciones disciplinarias.

Las condiciones para la venta en salones de belleza; es sobre pedido, dándoles un precio base y que ellos dispongan del porcentaje de ganancia que quieren ganar por el artículo en cuestión, no se requiere tener exclusividad con nuestras pelucas, solo tener una compra constante para realizar negociación de precios que sean de total conveniencia para las partes.

#### **b) Estrategias y medios para el estudio del mercado distribuidor**

Se realiza la elección de manejar una distribución por ventas en internet y distribución a salones de belleza populares y representativos de la zonas elegidas; guiándonos de las cifras arrojadas de ventas por sitios más visitados en la internet donde nos muestra que 175 millones de estadounidenses compran por este medio de manera fácil y cada vez más segura; y para las personas menos diestras y poco confiadas del medio, se buscó los sitios donde fuese la primera opción de búsqueda de alguien que quiera una peluca.

Se indago por medio de entrevistas, si le darían un lugar a nuestros productos en sus negocios y la mayoría de ellos fue muy abierto a decir que muy posiblemente, pero que se requería las garantías, términos de pago, y compromisos de entrega, para poder trabajar con nuestra compañía.

#### **c) Aplicación de la Medios**

la investigación fue principalmente ayudada por guías sacadas de internet donde nos indicaban precios y condiciones para entrar al mundo de las ventas on-line, además de darnos bases de datos de salones y spa de belleza donde se requirió una conferencia vía telefónica de sugirió la compra de pelucas de cabello humano realizadas en Colombia con valores agregados considerables.

#### **d) Resultados del Estudio del mercado Distribuidor**

**Fortalezas:** medios de distribución económicos y de visita masiva como AMAZON.COM, eBay, donde se compra y se vende de manera rápida y confiable.

Salones de Belleza reconocidos en el mercado, estables con negocios fluctuantes y en crecimiento.

**Debilidades:** En AMAZON.COM y en eBay se publican alrededor de 5.000 productos al día, el 35% son productos cosméticos y el 3% son pelucas, peluquines y extensiones, enfrentándonos a

una competencia ardua.

En estos salones de belleza no aceptan vender solo una marca si no que lo hacen con diversas, donde la competencia es con calidad, servicios pos-venta y precios.

#### **4.6.4 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)**

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

**DESCRIBA EL O LOS MEDIOS A TRAVÉS DE LOS CUALES SE HARA LA DISTRIBUCION DEL PRODUCTO**, para esto:

Describa la forma como se hará la distribución; por ejemplo: a través de un puesto de ventas, reparto puerta a puerta, o cualquier otro.

##### **b) Fuerza de ventas**

**DEFINA LA FUERZA DE VENTA**, para esto:

En una tabla consigne el personal, la cantidad, las competencias y costos del personal que tendrá a cargo las ventas del producto o los productos del proyecto.

#### **4.6.5 Manejo de Inventarios**

El inventario se manejara de manera controlada para evitar sobre costos en almacenamientos y defectos del empaque; donde solo se tendrán 100 unidades de cada referencia, cada 33 unidades tendrá una referencia de gorros diferente, teniendo un STOCK de 800 unidades.

Cada pedido realizado de menos 10 unidades se debe remplazar de manera inmediata para que el inventario no tenga complicaciones y se mantenga.

Se debe realizar constante revisión de dicho inventario donde se verifique que el almacenamiento no este provocando la perdida de propiedades del cabello.

#### **4.6.6 Comunicación**

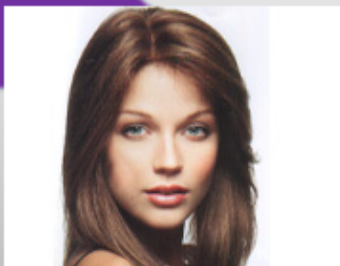
## 1. Producto:



### SENSUAL BLONDE

Pelucas rubias naturales, que dan una apariencia juvenil y divertida estilizando facciones, largas hasta los hombros con capas recortadas.

Largo: 25 cm Ref: 9212



### LATINA CHESTNUT

Pelucas que muestran lo dinamica y hermosa que eres; posee capas de cabello liviano dejando que tu nueva cabellera fluja con el viento

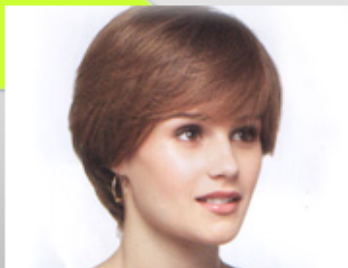
Largo: 25 cm Ref: 9213



### ROMANCE

Peluca con referencias de variados colores; clasicos y de fantasia, posee capas largas y una franja suave que permite manejarla de forma versatil.

Largo: 30 cm Ref: 9214



#### AGELESS

Peluca con un diseño clasico y una moderna terminacion de variados colores; clasicos y de fantasia.

Largo: 15 cm Ref: 9215



#### SEDUCTIVE

Peluca de cabellos ondulados, de variados colores; clasicos y de fantasia, de capas largas, sedosas con un estilo muy moderno.

Largo: 30 cm Ref: 9216



#### UNCONDICIONAL

Peluca que te dara seguridad en tus movimientos, por su practico y elegante diseño; de variados colores, clasicos y fantasia.

Largo: 16 Ref: 9217



**IMPECABLE**  
Peluca de diseño elegante con acabados modernos, de variados colores; clasicos y de fantasia.

Largo: 16 cm Ref: 9218



**PASSIONATE**  
Peluca divertida, que brinda un volumen excelente por sus diseño en ondas e iluminaciones; en diversos colores; clasicos y de fantasia.

Largo: 25 cm Ref: 9219

## 2.Empaque:

### EMPAQUES

**PRIMARIO:** tula realizada con 50% algodón y 50% poliéster el cual permite la respiración del producto, de aproximadamente 35 cm de largo

**SECUNDARIO:** Caja de cartón color blanco pagable con cierre magnético

**Características:** Reciclable

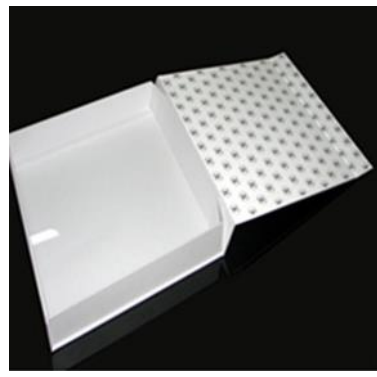
**Manejo de Impresión:** Grabación en relieve, Laminación brillante, Laminación de Matt, Sellado Capa ULTRAVIOLETA.

**Accesorio:** Botón de metal, 2cm ancho de cinta de raso, imán

Imágenes



Img.1



Img. 2



Img. 3

#### 4.6.7 Actividades de promoción y divulgación

La publicidad que para nuestra compañía es muy efectiva, son las ferias de belleza y cosmética, estas son a las que participaremos.

- IMATS New York 2014: Feria internacional de maquillaje  
Nueva York, Estados Unidos - USA. 04.04.2014 - 06.04.2014  
En IMATS 2014 New York, se darán cita los mejores profesionales y empresas relacionadas con el sector, siendo un evento de casi inexcusable asistencia para todos ellos, tanto por las novedades que en ella se podrán observar como por los contactos que se podrán establecer.
- Congreso Internacional de Estética y Spa 2014 Dallas: The International Congress of Esthetics and Spa 2014 Dallas,  
Estados Unidos - USA. 04.05.2014 - 05.05.2014  
En el congreso internacional de estética y Spa 2014 Dallas, The International Congress of Esthetics and Spa 2014, se darán cita los mejores profesionales y empresas relacionadas con el sector, que nos mostrarán las últimas novedades e innovaciones relacionadas con el mismo en sus diferentes vertientes.
- Cosmoprof North America 2014 Las Vegas, USA  
Las Vegas, Estados Unidos - USA. 13.07.2014 - 15.07.2014  
Cosmoprof North America 2014 Las Vegas, contará con una gran participación internacional, se solidifica por la presencia de pabellones de países que dan la perspectiva global sobre las nuevas tendencias. Vea los actuales contactos de negocios y amigos de la red o para hacer nuevas conexiones en los numerosos eventos especiales planeados a lo largo de los tres días. Únase a nosotros en la celebración del negocio de la belleza!

## 4.7 Precios de los Productos

### 4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Los factores que influyen en la determinación del producto están ligados a los costos de comercialización, salarios, costos fijos y variables, búsqueda y adquisición de las fibras naturales de cabello, el procesamiento del mismo el empaque y embalaje y los costos de envío.

<b>DETALLES DE DETERMINACION DE PRECIOS</b>	
<b>Precio</b>	Entre los US\$782.20 – US\$900.34
<b>Calidad de Producto</b>	Cabellos seleccionados, de una excelente procedencia, re polarizados, tinturados, peinados con productos naturales para evitar su maltrato y empaque óptimo para su durabilidad.
<b>Servicio Post- venta</b>	1 año de garantía, con derecho a dos sesiones de lavado con queratinas reconstructivas.

Colombia extensiones (s. f.)

## Relación costos de envío:



Colombia | 2014

**TARIFAS DE EXPORTACIÓN  
PARA PIEZAS INDIVIDUALES DE 68 KG O MÁS  
CÁLCULO DEL PESO DIMENSIONAL**

## Exportación | FedEx International Priority® Freight'

Tarifas por kg en US\$	PESO EN KG	ZONA A	ZONA B	ZONA C	ZONA D	ZONA E	ZONA F	ZONA G	ZONA H
Puerta-a-Puerta	68+	9,00	11,40	11,60	14,60	15,40	15,50	21,80	26,00
Entregar o Retener Envío en Oficina FedEx	68+	8,50	10,90	11,00	14,40	14,70	14,80	20,70	24,60
Entregar y Retener Envío en Oficina FedEx	68+	8,20	10,40	10,50	14,00	14,00	14,10	19,60	23,30

1. Flete Internacional	Valor en USD	Valor en Pesos
PUERT A PUERTA PIEZAS POR 68 KILOS	USD 15,40	\$87,772.61
<b>Aduana de Exportación</b>		
Agenciamiento 0,4% Min COP 268,000 + IVA	USD 527,41	\$ 1.002.000
Documentación COP 78,000 + IVA	USD 44,25	\$ 90.500
Comunicaciones COP 45,000 + IVA	USD 25,52	\$ 52.200
Certificado de Origen COP 55,000 + IVA	USD 31,20	\$ 63.800
Gastos Portuarios Aprox. (Uso de instalaciones, inspecciones, almacenaje, movimientos entre otros)	USD 684,55	\$ 1.400.000
<b>3. Costos USA</b>		
Manejo	USD 100,00	\$ 189,984
AMS	USD 25,00	\$ 47,496
Documentación	USD 25,00	\$ 47,496
Cargue del contenedor (mula para el transporte terrestre por día)	USD 25,00	\$ 47,496
THCD	USD 100,00	\$ 189,984
Inspección y Bodegajes (si se generan)	Al costo	Al costo
<b>4. Aduana de Importación</b>		
Aduana en USA	USD 125,00	\$ 237.480



<b>5. Seguro (Opcional)</b>		
0.45% sobre valor asegurado Min USD 50	USD 185,00	\$ 1.134.874.25
Obtención de Póliza	USD 25,00	\$ 51.129
<b>6. Impuestos</b>		
6704.11.00.00 gravado al 14,0%	USD 18.671.70	\$35.473.239,35

#### 4.7.2 Política de Precios

Descuentos del 5% después de las 100 unidades y 2% de descuentos por pronto pago.

#### 4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Como nuestro principal medio de comercialización son las ferias internacionales, estas serán quienes dispondrán de más recursos para realizar dicha labor.

##### Papelería necesaria de publicidad para ferias

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO TOTAL
BROCHURE	\$1.500	\$50	\$75.000
TARJETAS	\$3.000	\$10	\$30.000
CARPETAS DE PRESENTACION	\$1.000	\$1.500	\$1.500.000

**Precios del evento**

<b>EVENTO</b>	<b>ASISTENTES</b>	<b>PRECIO DE FERIA</b>	<b>ALOJAMIENTO POR NOCHE</b>	<b>ALOJAMIENTO TOTAL</b>	<b>VIATICO POR PERSONA</b>	<b>VIATICO TOTAL</b>	<b>COS S VARS</b>
IMATS New York 2014: Feria internacional de maquillaje	3	5000	157,22	1417,95	378,41	1135,23	
Congreso Internacional de Estética y Spa 2014 Dallas: The International Congress of Esthetics and Spa 2014 Dallas,	2	7000	79,03	316,12	731,83	1463,66	
Cosmoprof North America 2014 Las Vegas, USA	3	3000	83,89	755,01	706,89	2120,67	

**Despegar (s. f.)**

## Personal encargado de su venta y promoción

CARGO	CONOCIMIENTO NECESARIO	PERSONAL REQUERIDO	SALARIO NETO	AUXILIO DE TRANSPORTE	SEGURIDAD SOCIAL	APORTES PARAFISCALES	PRESTACIONES SOCIALES	SALARIO TOTAL
<b>DIRECTOR COMERCIAL</b>	DESARROLLO DE GESTIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRATIVA	1	\$ 2.600.000	\$ 0	\$ 260.000	\$ 234.000	\$ 853.580	\$ 3.947.580
<b>ANALISTA COMERCIAL</b>	MANEJO DE BASE DE DATOS, CONTROL Y PRESENTACIÓN DE CIFRAS COMERCIALES.	1	\$ 1.550.000	\$ 72.000	\$ 155.000	\$ 139.500	\$ 508.865	\$ 2.425.365
<b>ASISTENTE 1</b>	FACULTADA PARA ASISTIR A LA DIRECCION COMERCIAL EN LA RECOLECCION Y CUSTODIA DE CLIENTES NUEVOS.	1	\$ 1.000.000	\$ 72.000	\$ 100.000	\$ 90.000	\$ 328.300	\$ 1.590.300
<b>ASISTENTE 2</b>	FACULTADA PARA ASISTIR A LA DIRECCION COMERCIAL EN LA RECOLECCION Y CUSTODIA DE CLIENTES NUEVOS.	1	\$ 1.000.000	\$ 72.000	\$ 100.000	\$ 90.000	\$ 328.300	\$ 1.590.300
<b>PRACTICANTE</b>	FACULTADA PARA ASISTIR A LA DIRECCION COMERCIAL EN LA RECOLECCION Y CUSTODIA DE CLIENTES NUEVOS.	1	\$ 750.000	\$ 72.000	\$ 75.000	\$ 67.500	\$ 246.225	\$ 1.210.725
<b>TOTALES</b>		<b>5</b>	<b>\$ 6.900.000</b>	<b>\$ 216.000</b>	<b>\$ 690.000</b>	<b>\$ 621.000</b>	<b>\$ 2.265.270</b>	<b>\$ 10.692.270</b>

## Costo de página WEB

Producto	valor
creación, diseño y mantenimiento de pagina web	590.000

## Motiva Group (s. f.)

### Costos del empaque

PRECIO DEL EMPAQUE PRIMARIO: US\$ 0.50

PRECIO DEL EMPAQUE SECUNDARIO: US\$ 1.50

### Costos del empaque

PRECIO DEL EMPAQUE PRIMARIO: US\$ 0.50

**PRECIO DEL EMPAQUE SECUNDARIO: US\$ 1.50**

## 4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

### DESVENTAJAS DEL PRODUCTO.

1. La fuerte competencia con países europeos y asiáticos
2. La poca recolección de materia prima para un pedido muy numeroso
3. Procesos realizados artesanalmente

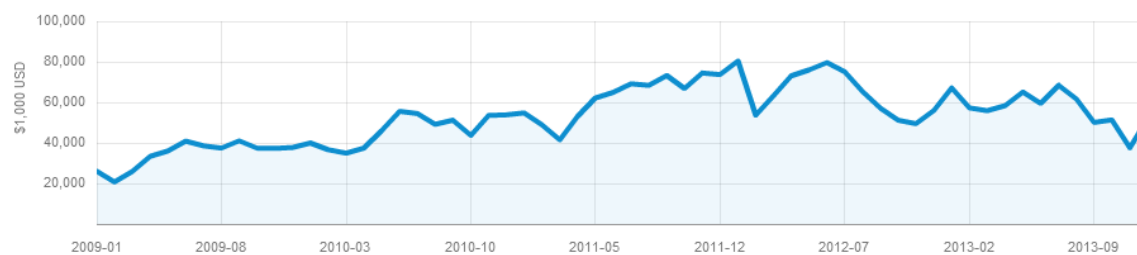
### COMPETIDORES DEL PRODUCTO.

4. Las nuevas tecnologías de trasplantes de cabello
5. El tatuado del cabello para crear una ilusión de este
6. La fibras sintéticas utilizadas para las pelucas

### OPORTUNIDADES.

1. La fuerte demanda del producto en Estados Unidos

Trending con el tiempo: Todos los países (USD)



**Panjiva (2013)**

2. Procesos de realizados a mano por expertos
3. Tratado de libre comercio con los estados unidos.
4. Diversas formas de realizar envíos de pedidos; desde un CURRIER hasta exportaciones en grandes volúmenes.

**4.10 Plan de ventas**

La compañía ARTE DE DALILA tiene como plan de ventas el realizar ventas de 120 unidades mensuales, de 15 unidades cada referencia y esperamos vender anualmente 1.440

PRODUCTO	PERIODO	CANTIDAD PRODUCIDA
SENSUAL BLONDE	1 MES	20 UNIDADES
LATINA CHESTNUT	1 MES	20 UNIDADES
ROMANCE	1 MES	20 UNIDADES
AGELESS	1 MES	20 UNIDADES
SEDUCTIVE	1 MES	20 UNIDADES
UNCONDICIONAL	1 MES	20 UNIDADES
IMPECABLE	1 MES	20 UNIDADES
PASSIONATE	1 MES	20 UNIDADES
<b>TOTAL MENSUAL</b>		160 UNIDADES MENSUALES

**5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)****5.1 Objetivos de producción**

La compañía ARTE DE DALILA pretende mejorar sus métodos de producción con el fin de optimizar tiempos, materia prima y mano de obra con los siguientes objetivos

**OBJETIVOS A CORTO PLAZO**

- Optimizar el tiempo de recolección de cabello agregando mayores proveedores de este.
- Mejorando los tiempos de fases de producción con ayuda de mediciones de procesos para saber dónde sé que requiere más personal y ayuda más automatizada.

**OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO**

- Estandarizar los procesos productivos
- Implementar mayores elementos tecnológicos en fases productivas

**OBJETIVOS A LARGO PLAZO**

- Certificar la compañía en ISO 9001
- Producir inventar a toda la capacidad instalada

**5.2 Descripción del proceso de producción**

PROCESO PRODUCTIVO						
FASE PRODUCTIVA	PERSONAL REQUERIDO	MATERIA PRIMA	INSUMOS	UTENSILIOS	MAQUINARIA	TIEMPOS
ELABORACION DE PATRONES DE MEDIDAS	10 PERSONAS CON CONOCIMIENTOS EN CONFECCIONES	STRECH Y CINTA DE ENMASCARAR	PAPEL PARA PLANTILLAS	HORMAS, AGUJAS,	N/A	5 MINUTOS PLANTILLA
CONSTRUCCION DE LA ARMADURA	10 PERSONAS CONFECCIONISTAS	TELA DE TUL, BLONDA DE COLORES NATURALES, ELASTICOS Y SUJETADORES	HILOS DE POSTICERIA, NAILON	AGUJAS	MAQUINA DE COSER	2 MINUTOS POR ARMADURA
SELECCIÓN DE CABELLOS	5 PERSONAS CON CONOCIMIENTOS EN POSTIZOS	CABELLOS RECOLECTADOS	HILOS DE POSTICERIA PARA SUJETAR LAS MELENAS SELECCIONADAS	PEINES DE PELO DE ARDILLA Y GABINETES SEPARADORES	N/A	1 MINUTO POR MELENA
PREPARACION DEL CABELLO	5 PERSONAS CON CONOCIMIENTOS EN POSTIZOS	CABELLOS RECOLECTADOS	N/A	CARDAS Y PEINES DE CARDAS	N/A	5 MINUTOS POR MELENA
REPOLARIZACION CON KERATINAS	2 PERSONAS CONOCIMIENTOS EN POSTIZOS	CABELLOS RECOLECTADOS	KERATINAS ALFA	CARDAS Y PEINES DE CARDAS	N/A	1 MINUTO POR MELENA
TINTURA	2 PERSONAS CONOCIMIENTOS EN POSTIZOS	CABELLOS RECOLECTADOS	TIRURA CON COMPONENTES NATURALES LIBRES DE ACETATO DE PLOMO	CARDAS, PEINES DE CARDAS, INFIERNILLOS	N/A	3 MINUTOS POR MELENA
ONDULACION Y ALISADO	4 PERSONAS CON CONOCIMIENTOS EN POSTIZOS	CABELLOS RECOLECTADOS	COMPONENTES DE AZUFRE PARA EL ALISADO Y FUENES DE CALOR PARA EL ONDULADO	PEINES DE PELO DE ARDILLA Y UTENSILIOS RESISTENTES AL CALOR	PLANCHAS Y SECADORES INDUSTRIALES	10 MINUTOS POR MELENA
ENTRETEJIDO Y SUJECION A LA ARMADURA	20 PERSONAS CON CONOCIMIENTO EN TEJIDO DE POSTIZOS	CABELLOS RECOLECTADOS	N/A	AGUJAS PALILLEROS, INFIERNILLO, TENACILLAS	N/A	2 HORAS POR MELENA

<b>PROCESO DE CORTE Y PICADO</b>	4 PERSONAS CON CONOCIMIENTOS EN ESTILISMO	CABELLOS RECOLECTADOS	LACAS, SILICONAS	TIJERAS, TENACILLAS HOMAS, METROS	N/A	5 MINUTOS POR MELENA
<b>TERMINACIONES DEL POSTIZO</b>	4 PERSONAS CON CONOCIMIENTOS AVANZADOS EN POSTIZOS	POSTIZO TERMINADO	N/A	METROS, LUPAS, PRUEBAS DE EXCESO DE AZUFRE	N/A	5 MINUTOS POR POSTIZO
<b>PROCESO DE EMPAQUE Y EMBALAJE</b>	4 PERSONAS CON CONOCIMIENTOS EN PROCESOS DE EMPAQUE	TULAS, Y CAJAS	CINTAS, ZUNCHOS ESTIBAS, STRECH	TIJERAS, ZUNCHADOR A	MONTAJA RGA MANUAL	2 MINUTOS POR EMPAQUE Y 10 POR EMBALAJE

### 5.3 Capacidad de producción

Se espera contar con tarjetas automatizadas para una labor con mayor rapidez y eficiencia el cual se espera aumentar la producción en un 200%

PRODUCTO	PERIODO	CANTIDAD PRODUCIDA FUTURA
<b>SENSUAL BLONDE</b>	1 MES	20 UNIDADES
<b>LATINA CHESTNUT</b>	1 MES	20 UNIDADES
<b>ROMANCE</b>	1 MES	20 UNIDADES
<b>AGELESS</b>	1 MES	20 UNIDADES
<b>SEDUCTIVE</b>	1 MES	20 UNIDADES
<b>UNCONDICIONAL</b>	1 MES	20 UNIDADES
<b>IMPECABLE</b>	1 MES	20 UNIDADES
<b>PASSIONATE</b>	1 MES	20 UNIDADES
<b>TOTAL MENSUAL</b>		160 UNIDADES MENSUALES

### 5.4 Plan de Producción

PRODUCTO	PERIODO	CANTIDAD PRODUCIDA	PRODUCTO ALMACENADO
<b>SENSUAL BLONDE</b>	1 MES	20 UNIDADES	5 UNIDADES
<b>LATINA CHESTNUT</b>	1 MES	20 UNIDADES	5 UNIDADES
<b>ROMANCE</b>	1 MES	20 UNIDADES	5 UNIDADES
<b>AGELESS</b>	1 MES	20 UNIDADES	5 UNIDADES
<b>SEDUCTIVE</b>	1 MES	20 UNIDADES	5 UNIDADES
<b>UNCONDICIONAL</b>	1 MES	20 UNIDADES	5 UNIDADES

<b>IMPECABLE</b>	1 MES	20 UNIDADES	5 UNIDADES
<b>PASSIONATE</b>	1 MES	20 UNIDADES	5 UNIDADES
<b>TOTAL MENSUAL</b>		160 UNIDADES MENSUALES	40 UNIDADES DE STOCK
<b>TOTAL PRODUCIDAS</b>		200 UNIDADES	

## 5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

### 5.5.1 Locaciones

- La compañía EL ARTE DE DALILA realizara su producción en el mismo lugar de las oficinas, una bodega en la zona industrial del municipio de SABANETA que constara con un Área de bodega 225mts, Área de mezanine 75 mts, Altura 5mts, Cocineta, Puerta camión, Portería las 24 horas, Incluida la administración; la bodega tiene un costo de 6.000.000 de los cuales el 3.600.000 se le carga al centro de costos de área de PRODUCCION.
- La bodega necesita ciertas adecuaciones como son, las divisiones de cada área productiva cabinas de tinturado y extractores de aire industriales

RUBRO	UNIDADES	PRECIO TOTAL	PROVEEDORES
<b>ARRIENDO BODEGA</b>	1	\$3.600.000	ESPACIOS URBANOS

- Requerimientos de instalación

PRODUCTO	CANTIDAD	PROVEEDOR	UNIDADES	TOTAL
<b>INSTALACION DE DRYWALL PARA DIVISION</b>	27.000 * MT2	MAFGROW	6	\$ 162.000
<b>CABINAS DE TINTURADO</b>	1.200 * KILO	FACEROS S.A.S	120	\$ 144.000
<b>CABINAS DE SECADO</b>	1.200 * KILO		120	\$ 144.000
<b>CABINA DE</b>	1.200 * KILO		120	\$ 144.000



REGENERACION				
EXTRACTOR DE AIRE INDUSTRIAL	250.000 c/u	MERCADO LIBRE	2	\$ 500.000
TOTAL			368	\$ 1.094.000

Espacio urbano (s. f.)

Mafgrow (s. f.)

Electro Viento (s. f.)

### 5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

PRODUCTO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	UNIDADES NECESARIAS	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
MESA DE TRABAJO	MESA DE TRABAJO CON ENTREPAÑOS DE ACERO DE 2MM CON MEDIDAS DE 100 * 150 CON GABINETES	FACEROS S.A.S	39	\$ 52.600	\$ 2.051.400
SILLAS	SILLA ÉXITO CON BRAZ-72536	ÉXITO	100	\$ 16.900	\$ 1.690.000
MESA DE APOYO	MESA ÉXITO CUADRADA R-70982	ÉXITO	5	\$ 22.000	\$ 110.000
APOYO DE TOCADOS	CABEZA POREXPAN 33*22	MATERIALES PARA TOCADOS	4	\$ 20.640	\$ 82.560
MAQUINAS DE COSER	JANOME MAQUINA DE COSER SEMI INDUSTRIAL	JANOME	4	\$ 1.200.000	\$ 4.800.000
SECADORES DE CABELLO	Secador de Cabello PANASONIC EH2271W135	ALKOSTO	4	\$ 179.900	\$ 719.600
MONTA CARGA MANUAL	MONTA CARGA MANUAL	MERCADO LIBRE	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
ORGANIZADORES	CAJONERO POR 49.3*47.4*49.6	RIMAX	60	\$ 18.000	\$ 1.080.000
ESCRITORIO	PRACTIMAC REF: PM3401439 PLU:168114,	HOME CENTER	1	\$ 189.900	\$ 189.900
SILLA DE OFICINA	ASENTI PRESIDENTE NEGRA REF: SKU 161293	HOME CENTER	1	\$ 1.499.000	\$ 149.900
COMPUTADOR	HEWLETT PACKARD REF:18-5010LA	ÉXITO	1	\$ 999.000	\$ 999.000
TOTAL				\$ 5.397.940	\$ 13.072.360

## 5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

MATERIALES NECESARIOS PARA CADA PROCESO					
PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	CANTIDADES MENSUALES	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
VINIPEL O PELÍCULAS TRETCH	ROLLO DE VINIPEL ANCHO 12.5 CM LARGO 305METROS CALIBRE 0.7 MILÍMETROS	EDIVA	3	\$ 9.000	\$ 27.000
CINTA DE ENMASCARAR 1"	ROLLO DE CINTA MULTIPROPÓSITOS CÓDIGO: 099909, COLOR CREMA, MEDIDAS 24 MM *40 MT	EDIVA	40	\$ 2.835	\$ 113.400
TELA DE TUL ELÁSTICA	METRO TUL ELÁSTICO ARABESCA PIEL	ETEJIDOS	100	\$ 5.679	\$ 567.900
ELÁSTICO PARA POSTIZOS	METRO 1" SÓLIDO DE COLOR PIEL CINTA ELÁSTICA PARA POSTIZOS	ENTRE TELAS	80	\$ 1.158	\$ 92.640
CABELLOS NATURALES RUBIOS	GENUINO CABELLO RUBIO HUMANO 1 METRO *50 CM	PROVEEDORES PROPIOS	100	\$ 60.000	\$ 6.000.000
CABELLOS CASTAÑOS NATURALES	GENUINO CABELLO CASTAÑOS HUMANO 1 METRO *50 CM	PROVEEDORES PROPIOS	100	\$ 55.000	\$ 5.500.000
CABELLOS NATURALES PARA PROCESOS DE COLORACIÓN	GENUINO CABELLO HUMANO 1 METRO *50 CM	PROVEEDORES PROPIOS	100	\$ 40.000	\$ 4.000.000
TULAS DE EMPAQUE	EMPAQUE 50% ALGODÓN 50% POLIÉSTER 30 CM LARGO 20 CM DE ANCHO	INTEGRARTE	120	\$ 750	\$ 90.000
CAJAS DE EMPAQUE	CAJA DE CARTÓN COLOR BLANCO PAGABLE CON CIERRE MAGNÉTICO	WEIHONG PAPER PRINTING COMPANY LTDA	120	\$ 998	\$ 119.760
<b>TOTALES</b>			763	\$ 175.420	\$ 16.510.700

Ediva productos (s. f.)

## Integrarte (s. f.)

INSUMOS NECESARIOS PARA CADA PROCESO					
Producto	descripción	proveedor	cantidades mensuales	precio unidad	precio total
papel de plantillas	Papel Mantequilla 80x100 cm. 40 gr	Edipac	80	\$50	\$4.000
Hilos de posticeria	Bobina de hilo muy resistente para hacer Crepe, Entretejido	Línea colours	10	\$25.000	\$250.000
Nailon	carrete de nailon 100 MT	Línea colours	10	\$2.500	\$25.000
Queratina alfa	Baño De Crema De Queratina , Tratamiento Restaurador 1 kilo	mercado libre	8	\$80.827	\$646.616
Tintes sin acetato de plomo	tinte vegetal por 60 ml	Hervalia	600	\$2.700	\$1.620.000
queratinas de componentes de azufe	Baño De Crema De Queratina , Tratamiento alisador 1 kilo	mercado libre	8	\$60.750	\$486.000
laca para cabello	Aqua Net Laca Para El Cabello	Novedades imports	4	\$8.700	\$34.800
zunchos de polyester	Zuncho Blanco y negro en medidas 1/2" x 0.8 mm y 1/2" x 0.5 mm	Ediva	1	\$23.700	\$23.700
grapas para zuncho	bolsa por 200 unidades	Ediva	2	\$7.800	\$15.600
estibas	madera inmunizada con certificado fitosanitario	Cubex	5	\$120.000	\$600.000
vinipel o película stretch	rollo de vinipel ancho 12.5 cm largo 305metros calibre 0.7 milímetros	Ediva	3	\$9.000	\$27.000
<b>TOTALES</b>			731	\$341.027	\$3.732.716

Line colours (s. f.).

Mercado Libre (s. f.).

Santa Cruz de Tenerife (Junio 2009).

## Preciolandia (s. f.).

PRODUCTO	REFERENCIA	PROVEEDOR	UNIDADES	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO TOTAL
CAFÉ	CAFÉ EN BOLSA LA BASTILLA * 2 KILOS	ÉXITO	8	\$17.280	\$138.240
AROMÁTICA	AROMÁTICA JAIBEL SUR CAJA *20 SOBRES	ÉXITO	5	\$2.900	\$14.500
POLVO PARA BEBIDAS	REFRESCO AZUCARADO NARANJA MARCA PROPIA ÉXITO * 1 KILO	ÉXITO	4	\$3.110	\$12.440
VASOS PLÁSTICOS	VASOS DESECHABLES DE 3.5 ONZ MARCA PROPIA ÉXITO * 100 VASOS	ÉXITO	10	\$8.037	\$80.370
VASOS PLÁSTICOS	VASOS DESECHABLES DE 2.5 ONZ MARCA PROPIA ÉXITO * 100 VASOS	ÉXITO	10	\$5.670	\$56.700
JABÓN PARA PLATOS	JABÓN LAVA PLATOS LAVA * 1000 GR	ÉXITO	4	\$4.050	\$16.200
ESPONJAS PARA PLATOS	ESPONJAS BONBRILL * 4	ÉXITO	2	\$2.200	\$4.400
JABÓN EN POLVO	DETERGENTE ENZIMÁTICO MIX CÍTRICO HIT * 2700 GRAMOS	ÉXITO	2	\$8.650	\$17.300
LIMPIA PAREDES	LIMPIA ÁREAS FROTEX * 500 GRAMOS	ÉXITO	1	\$8.300	\$8.300
LIMPIADOR DESINFECTANTE	LIMPIADOR DESINFECTANTE* 3 LITROS	ÉXITO	1	\$6.300	\$6.300
LIMPIADOR AROMATIZANTE	LIMPIADOR *3 LITROS	ÉXITO	1	\$13.870	\$13.870
JABÓN PARA MANOS	JABÓN PARA MANOS EQUILITY *2 LITROS	ÉXITO	2	\$8.994	\$17.988

<b>ESCOBA</b>	ESCOBA ECONÓMICA VANIPLAS	ÉXITO	1	\$10.380	\$10.380
<b>TRAPERO</b>	TRAPERO DE MECHAS LA NEGRA	ÉXITO	1	\$19.450	\$19.450
<b>RECOGEDOR</b>	RECOGEDOR BELLA LUZ	ÉXITO	1	\$3.950	\$3.950
<b>AMBIENTADORE S EN SPRAY</b>	AEROSOL MANZANA- CANELA AIR WICK * 35 GRAMOS	ÉXITO	2	\$7.100	\$14.200
<b>TOALLAS DE MANOS</b>	TOALLAS DE MANOS FAMILIA * 500 METROS	ÉXITO	2	\$20.000	\$40.000
<b>PAPEL HIGIÉNICO</b>	PAPEL INDUSTRIA FAMILIA	ÉXITO	4	\$22.000	\$88.000
<b>TOTALES</b>			<b>61</b>	<b>\$172.241</b>	<b>\$562.588</b>

#### 5.5.4 Requerimientos de servicios.

<b>SERVICIO NECESARIOS PARA EL AREA DE PRODUCCION</b>			
<b>SERVICIO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>proveedor</b>	<b>precio mensual</b>
<b>ELECTRICIDAD</b>	DIVISIÓN DE SERVICIOS POR MT2 Y CONEXIONES DE 320	EPM	\$950.000
<b>AGUA</b>	MEDICIÓN DE FUENTES DE AGUA	EPM	\$1.200.000
<b>ALCANTARILLADO</b>	MEDICIÓN POR FUENTES DE DESAGÜE	EPM	\$200.000
<b>INTERNET PLUS EMPRESARIAL</b>	COBRO DE UN SOLO EQUIPO EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN	UNE	\$1.962
<b>SEGURO TOTAL</b>	CUBRIENDO EL TOTAL DE LA MERCANCÍA, MATERIA PRIMA Y EQUIPOS	SURAMERICANA	\$1.269.000
<b>TOTALES</b>			<b>\$3.620.962</b>

Une (2014).

#### 5.5.5 Requerimientos de personal.

CARGO	CONOCIMIENTO NECESARIO	PERSONAL REQUERIDO	SALARIO NETO C/U	SALARIO NETO TOTAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	SEGURIDAD SOCIAL	APORTES PARAFISCALES	PRESTACIONES SOCIALES	SALARIO TOTAL
CONFECCIONES 1 BASE	CONFECCIONES Y PATRONES DE MEDIDAS	5	\$ 616.000	\$ 3.080.000	\$ 360.000	\$ 308.000	\$ 277.200	\$ 1.011.164	\$ 5.036.364
CONFECCIONISTAS	CONFECCIONES DE ARMADURAS PARA POSTIZOS	4	\$ 616.000	\$ 2.464.000	\$ 288.000	\$ 246.400	\$ 221.760	\$ 808.931	\$ 4.029.091
SELECCIONADOS	POSTICERIA Y FIBRAS	5	\$ 616.000	\$ 3.080.000	\$ 360.000	\$ 308.000	\$ 277.200	\$ 1.011.164	\$ 5.036.364
SELECCIONADOS EN CARDAS	POSTICERIA Y FIBRAS	5	\$ 616.000	\$ 3.080.000	\$ 360.000	\$ 308.000	\$ 277.200	\$ 1.011.164	\$ 5.036.364
RESTAURADORES	POSTICERIA Y FIBRAS	2	\$ 616.000	\$ 1.232.000	\$ 144.000	\$ 123.200	\$ 110.880	\$ 404.466	\$ 2.014.546
TINTURAS	POSTICERIA Y FIBRAS	2	\$ 616.000	\$ 1.232.000	\$ 144.000	\$ 123.200	\$ 110.880	\$ 404.466	\$ 2.014.546
MOLDEADORES	POSTICERIA Y FIBRAS	2	\$ 616.000	\$ 1.232.000	\$ 144.000	\$ 123.200	\$ 110.880	\$ 404.466	\$ 2.014.546
TEJEDORES	TEJEDORES DE POSTIZOS	10	\$ 890.000	\$ 8.900.000	\$ 720.000	\$ 890.000	\$ 801.000	\$ 2.921.870	\$ 14.232.870
ESTILISTAS	ESTILISTA	3	\$ 616.000	\$ 1.848.000	\$ 216.000	\$ 184.800	\$ 166.320	\$ 606.698	\$ 3.021.818
CALIDAD	POSTICERIA Y FIBRAS CONOCIMIENTO AVANZADO	3	\$ 750.000	\$ 2.250.000	\$ 216.000	\$ 225.000	\$ 202.500	\$ 738.675	\$ 3.632.175
EMPACADORES	EMPAQUE Y EMBALAJE	3	\$ 616.000	\$ 1.848.000	\$ 216.000	\$ 184.800	\$ 166.320	\$ 606.698	\$ 3.021.818
AUXILIAR DE BODEGA	ALMACENAMIENTO E INVENTARIOS	1	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 72.000	\$ 85.000	\$ 76.500	\$ 279.055	\$ 1.362.555
COORDINADOR DE PRODUCCIÓN	RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA, FLUIDEZ DE ENTREGAS	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ 0	\$ 130.000	\$ 117.000	\$ 426.790	\$ 1.973.790
<b>TOTALES</b>		<b>46</b>	<b>\$ 9.334.000</b>	<b>\$ 32.396.000</b>	<b>\$ 3.240.000</b>	<b>\$ 3.239.600</b>	<b>\$ 2.915.640</b>	<b>\$ 10.635.607</b>	<b>\$ 52.426.847</b>

## 5.6 Programa de producción

tarefas	plazo	semanas									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recolección de cabellos de proveedores propios	7 semanas	■	■	■	■	■	■	■			
instalación de divisiones de drywall para cada proceso	2 semanas			■	■						
instalación de cabinas de tintura, secado y regeneración	2 semanas			■	■						
instalación de extractores de aire industrial	2 semanas			■	■						
selección de proveedores	1 semana		■								
compra de maquinaria necesaria	1 semana				■						
compra de insumos	3 semanas					■	■	■			
proceso de selección de personal	3 semanas						■	■	■		
inducción y capacitación	1 semana									■	
inicio de operaciones	1 semana										■

## 6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

### 6.1 Procesos Administrativos

#### 6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

PROCESOS PRODUCTIVOS					
Procesos	¿Qué hace?	¿Cómo se hace?	¿Con que se hace?	¿Dónde se hace?	¿Cuánto tiempo?
<b>compras</b>	Optimizar en el proceso de compras va a aportar grandes beneficios a la empresa	reducir costos; disponer de mayor capital de trabajo; mejorar la competitividad; mejorar la calidad de productos	con bases de proveedores confiable, de buena calidad y con precios competitivos	en la compañía	momento de se presente un requerimiento
<b>contabilidad y finanzas</b>	El objetivo de la contabilidad es proporcionar datos financieros utilizables para evaluar el funcionamiento	ayudado de datos proporcionados por otras áreas el cual, se encarga de instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestales y de consecución de metas de la entidad	sistemas de apoyo, información de todas las áreas de la compañía, vigilancia y atención para que la compañía este al día de todas sus diligencias tributarias y demás	en la compañía	facturación, cobro de cartera, pagos a proveedores, diligenciamiento de obligaciones estatales
<b>recursos humanos</b>	La Administración de Recursos Humanos consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal	analizando y ayudando a los procesos de puestos requeridos por la compañía así como de encargarse de la organización de la misma	requerimientos de las áreas, donde se necesite personal que apoye la labor, y bolsas de empleo	en la compañía	momento donde ese requiera personal y las áreas se lo solicite



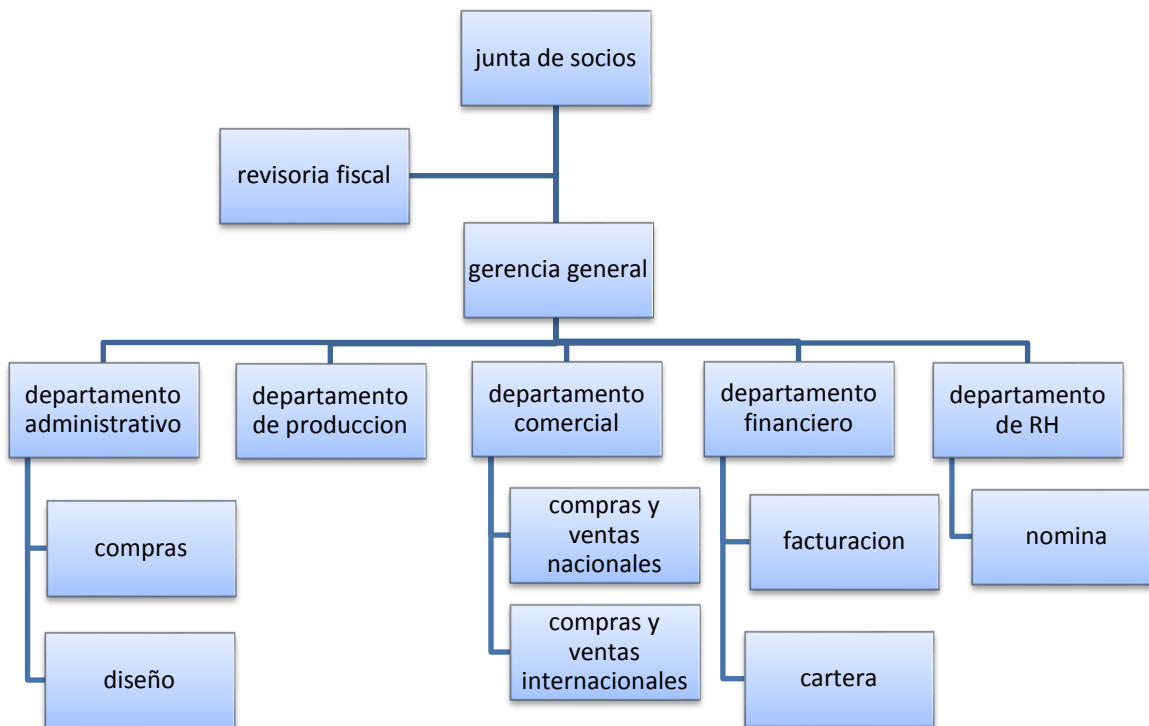
<b>diseño</b>	Contribuir con soluciones propias del diseño acordes con las demandas	viendo las tendencias los insumos que agreguen valor al artículo los diseños de las armaduras y cabellos	con estudios en la compañía enfocados todo el tiempo en la mejora de diseño, forma y versatilidad de los productos
<b>comercio exterior</b>	planeación y desarrollo de las conexiones comerciales con el mundo	haciendo estudios de mercado, y ayudando en todo el proceso comercial del producto	en la compañía tiempo de ejecución de procesos propios del área
<b>servicios varios</b>	mantener de manera adecuada los espacios y ayudar a las demás áreas en la debida adecuación	con personal capacitado y necesario para cada labor	en la compañía cuando las instalaciones lo requieren o personas de otras áreas

### 6.1.2 Procesos administrativos externalizados

PROCESO	PROVEEDOR	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
ASEO Y CAFETERÍA	SOGERCOL	2	\$1.256.500	\$2.513.000
RECEPCIÓN	SOGERCOL	1	\$1.256.500	\$1.256.500
IN HOUSE	ADUANIMEX	1	\$2.500.000	\$2.500.000
MANTENIMIENTO DE SISTEMAS	MAX SOLUCIONES	1	\$900.000	\$900.000
<b>TOTALES</b>			<b>\$5.913.000</b>	<b>\$7.169.500</b>

## 6.2 Estructura Organizacional del Negocio

### Organigrama



### 6.2.1 Descripción funcional de la Organización

**REVISOR FISCAL:** es un delegatario de los socios para ejercer inspección permanente a la administración y validar los informes que está presente, debiendo rendir informes a los mismos en las reuniones estatutarias. El Revisor Fiscal, es un auditor que no puede ser encasillado en forma exacta en alguna de las categorías de Auditoría, puesto que tiene características de unas y otras, encuadrándose solamente en la de auditoría integral.

**GERENTE GENERAL:** de la empresa tiene la mayor responsabilidad dentro de la misma y es el encargado de tomar las decisiones más importantes de la misma, como avalar los proyectos, las estrategias y los cursos alternativos de acción para el crecimiento de la empresa.

**DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO:** Es el responsable máximo de las áreas de finanzas, administración y contabilidad de la empresa. Supervisa normalmente las funciones de contabilidad, control presupuestario, tesorería, análisis financiero, las auditorías y, en muchos casos, los sistemas de proceso de datos. Se responsabiliza, directamente o a través de su personal, de la veracidad de las cuentas de la empresa en sus partidas de activo, pasivo y resultados. Elabora, directa o indirectamente, la documentación contable requerida por los organismos oficiales y prepara los datos para la liquidación de los impuestos.

**AREA DE COMPRAS:** responsable de la gestión de compras, negociación, comercialización y logística. Planifica, organiza y coordina las actividades relacionadas con el área de compras, la adquisición de mercancías y artículos diversos para la compañía. Contacta y entrevista a proveedores locales y extranjeros con el fin de negociar los contratos de compra con el objetivo de un abastecimiento eficiente para ganar ventaja competitiva en las ventas. Igualmente es responsable de la administración y rentabilidad de las categorías de mercadería asignadas.

**AREA DE DISEÑO:** Calidad en la entrega de los proyectos y seguimiento de los mismos hasta su ejecución. Diseño de los proyectos encomendados. Supervisión en obra de sus proyectos aprobados. Asistencia a las reuniones con el cliente para ver los detalles de la obra Manejo de herramienta de Diseño (3D estudio, Autocad 2D 3D, Corel Draw, Fotoshop, Illustrator) y entrega de los trabajos en los tiempos estimados.

**DEPARTAMENTO DE PRODUCCION:** Es en el departamento de producción donde se solicita y controla el material del que se va a trabajar, se determina la secuencia de las operaciones, las inspecciones y los métodos, se piden las herramientas, se asignan tiempos, se programa, se distribuye y se lleva el control del trabajo y se logra la satisfacción del cliente.

**DEPARTAMENTO COMERCIAL:** En una empresa, el Director Comercial es el máximo responsable del departamento comercial. En dependencia directa del Director General de la compañía el Director Comercial es responsable del cumplimiento de los objetivos de ventas de la misma.

**COMPRAS Y VENTAS NACIONALES E INTERNACIONALES:** Revisiones de compras a raíz del presupuesto que entregue finanzas. Innovación a través del estudio y conocimiento detallado de productos para lograr la diferenciación respecto de la competencia. Selección de producto. Definir gamas y familias de productos y % de los mismos para su exposición en tienda. Negociación con proveedores

**DEPARTAMENTO FINANCIERO:** Mantenimiento y mejora de la calidad de los procedimientos y protocolos financieros en la empresa. "Guardián" de la bonanza financiera de la empresa. Responsable y catalizador de las nuevas actuaciones financieras que se van a llevar a cabo. Estratega. El director financiero deberá implementar buenas y pioneras estrategias, por ejemplo para asegurar un eficiente aprovechamiento de los recursos financieros de la empresa, para sacar el máximo partido de los mismos.

**FACTURACION:** atender al cliente en cuando a tomar sus pedidos, generar factura, recibir los pagos, ya sea personalmente o por teléfono. Brindar atención oportuna, con buen trato y calidez, sobre disponibilidad de productos, despachos de mercancías, reclamos, sugerencias e inquietudes en general. Preparar el reporte de los pagos efectuados por los clientes (diario de ventas) y entregar efectivo y los cheques a la coordinación administrativa.

**CARTERA:** Elaborar informes que reflejen los estados de la cartera, manejar las relaciones con las demás áreas de la compañía, prestar servicio al cliente en el manejo del crédito, plazos, consecuencias del pago irregular, elaborar informes a las centrales de riesgo, controlar los pagos que se pacten con los clientes, elaborar la programación de actividades que tengan interrelación con las demás áreas, trasladar oportunamente las obligaciones en mora para su cobro jurídico, controlar estadísticamente la cartera, tanto vigente como vencida, controlar las obligaciones al cobro jurídico

**DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS:** Proporcionar servicios de reclutamiento, selección, contratación y capacitación a todas las Dependencias. Administrar la Estructura Organizacional, sueldos y compensaciones. Generar políticas y procedimientos de Recursos Humanos y vigilar su aplicación y cumplimiento. Promover y mantener relaciones laborales y sindicales sanas que propicien la paz laboral en el Gobierno del Estado. Supervisar el trámite de altas, bajas y cambios a la Nómina Base y Honorarios así como el pago puntual de sueldos y prestaciones al Personal.

**NOMINA:** Liquidación y elaboración de Nomina, liquidaciones de prestaciones sociales, liquidación de vacaciones, pagos de seguridad social.

**Anonimo (s. f.)**

**Bligoo (s. f.)**

**Cartera y Cobranzas (abril 2008)**

**McGraw hill (s. f.)**

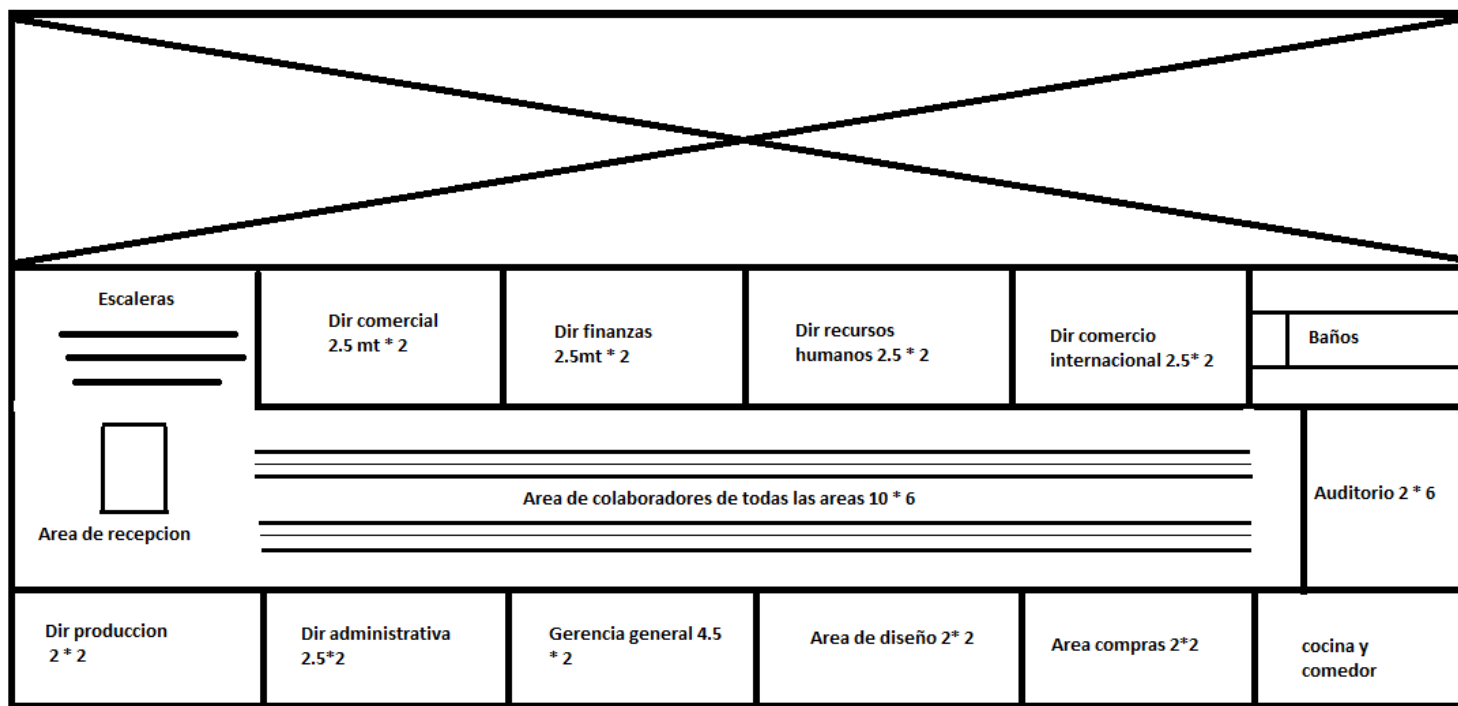
### 6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

#### 6.3.1 Locaciones

La compañía EL ARTE DE DALILA realizara su gestión administrativa en el mismo lugar de producción, ubicado en la zona industrial del municipio de SABANETA que constara con un Área de oficinas de 150 mt<sup>2</sup>, Cocineta, Portería las 24 horas, Incluida la administración; la bodega tiene un costo de 6.000.000 de los cuales el 2.400.000 se le carga al centro de costos de área de ADMINISTRATIVA y COMERCIAL.

RUBRO	PRECIO	PROVEEDORES
ARRIENDO BODEGA	2.160.000	ESPACIOS URBANOS

#### PLANOS DE AREA ADMINISTRATIVA



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

PRODUCTO	DESCRIPCION	PROVEEDOR	UNIDADES NECESARI AS	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
ESCRITORIO (DIRECTORES)	MADERKIT CENTRO DE TRABAJO SKU: 216113	HOME CENTER	6	\$ 339.900	\$ 2.039.400
ESCRITORIOS	PRACTIMAC REF: PM3401439 PLU:168114,	HOMECE NTE R	12	\$ 189.900	\$ 2.278.800
TELEFONOS ALAMBRICOS	ACATEL REF: TEMPORIS25	EXITO	18	\$ 25.900	\$ 466.200
SILLA DE OFICINA	ASENTI PRESIDENTE NEGRA REF: SKU 161293	HOME CENTER	18	\$ 149.900	\$ 2.698.200
COMPUTADOR (DIRECTORES)	HEWLETT PACKARD REF:18-5010LA	ÉXITO	6	\$ 999.000	\$ 5.994.000
COMPUTADORES	HEWLETT PACKARD REF:18-5010LA	EXITO	12	\$ 999.000	\$ 11.988.000
ARCHIVADOR	INVAL ZURI AR2X2 REF: 300400 PLU:902989	EXITO	6	\$ 169.900	\$ 1.019.400
CESTO DE BASURA	MICA PAPELERA NEGRO	FALABELLA	9	\$ 19.900	\$ 179.100
AGENDAS	NORMA	EXITO	18	\$ 24.000	\$ 432.000
TABLERO	ACRÍLICO BORRABLE 80X60 CON MARCO EN MDF	MERCADO LIBRE	6	\$ 45.000	\$ 270.000
DESCANSA PIES	MADERA	DISTRYKAYS ER	18	\$ 11.000	\$ 198.000
CALCULADORAS	CIENTÍFICA CASIO FX82ES PLUS	MERCADO LIBRE	5	\$ 19.900	\$ 99.500
DESTRUCTORA DE PAPEL	NHITAN REF. NHI-900	MERCADO LIBRE	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
<b>TOTAL</b>			<b>135</b>	<b>\$ 4.293.300</b>	<b>\$ 28.962.600</b>

## 6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

MATERIALES E INSUMOS NECESARIOS					
PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	CANTIDADES REQUERIDAS	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
LAPICEROS	BOLIGRAFO NEGRO * 3	EXITO	5	\$2.400	\$12.000
CLIPS	CLIPS * 400	EXITO	2	\$2.600	\$5.200
GANCHOS GRAPADORA	METAL *5000	EXITO	2	\$2.000	\$4.000
MARCADORES	TANK * 4	EXITO	2	\$6.500	\$13.000
COSEDORAS	PEQUEÑA STUDMARK RF.4300	DISTRYK AYSER	15	\$3.800	\$57.000
BORRADORES	NATA *24	DISTRYK AYSER	2	\$3.600	\$7.200
CARPETAS	3 ARGOLLAS	MERCAD O LIBRE	18	\$2.000	\$36.000
PAPELERIA	PAPEL PARA IMPRESION	ÉXITO	20	\$8.000	\$160.000
<b>TOTALES</b>			<b>66</b>	<b>\$30.900</b>	<b>\$294.400</b>

- Utensilios requeridos para servicios generales

PRODUCTO	REFERENCIA	PROVEEDOR	UNIDADES	PRECIO POR UNIDAD	PRECIO TOTAL
CAFÉ	CAFÉ EN BOLSA LA BASTILLA * 2 KILOS	ÉXITO	2	17280	34560
AROMÁTICA	AROMÁTICA JAIBEL SUR CAJA *20 SOBRES	ÉXITO	2	2900	5800
POLVO PARA BEBIDAS	REFRESCO AZUCARADO NARANJA MARCA PROPIA ÉXITO * 1 KILO	ÉXITO	1	3110	3110
VASOS PLÁSTICOS	VASOS DESECHABLES DE 3.5 ONZ MARCA PROPIA ÉXITO * 100 VASOS	ÉXITO	2	8037	16074

<b>VASOS PLÁSTICOS</b>	VASOS DESECHABLES DE 2.5 ONZ MARCA PROPIA ÉXITO * 100 VASOS	ÉXITO	2	5670	11340
<b>JABÓN PARA PLATOS</b>	JABÓN LAVA PLATOS LAVA * 1000 GR	ÉXITO	2	4050	8100
<b>ESPONJAS PARA PLATOS</b>	ESPONJAS BONBRILL * 4	ÉXITO	1	2200	2200
<b>JABÓN EN POLVO</b>	DETERGENTE ENZIMÁTICO MIX CÍTRICO HIT * 2700 GRAMOS	ÉXITO	1	8650	8650
<b>LIMPIA PAREDES</b>	LIMPIA ÁREAS FROTEX * 500 GRAMOS	ÉXITO	1	8300	8300
<b>LIMPIADOR DESINFECTANTE</b>	LIMPIADOR DESINFECTANTE*3 LITROS	ÉXITO	1	6300	6300
<b>LIMPIADOR AROMATIZANTE</b>	LIMPIADOR *3 LITROS	ÉXITO	1	13870	13870
<b>JABÓN PARA MANOS</b>	JABÓN PARA MANOS EQUILITY *2 LITROS	ÉXITO	1	8994	8994
<b>ESCOBA</b>	ESCOBA ECONÓMICA VANIPLAS	ÉXITO	1	10380	10380
<b>TRAPERO</b>	TRAPERO DE MECHAS LA NEGRA	ÉXITO	1	19450	19450
<b>RECOGEDOR</b>	RECOGEDOR BELLA LUZ	ÉXITO	1	3950	3950
<b>AMBIENTADORES EN SPRAY</b>	AEROSOL MANZANA-CANELA AIR WICK * 35 GRAMOS	ÉXITO	2	7100	14200
<b>TOALLAS DE MANOS</b>	TOALLAS DE MANOS FAMILIA * 500 METROS	ÉXITO	1	20000	20000
<b>PAPEL HIGIÉNICO</b>	PAPEL INDUSTRIA FAMILIA	ÉXITO	1	22000	22000
<b>TOTALES</b>			<b>24</b>	<b>172241</b>	<b>217.278</b>



## 6.3.4 Requerimientos de servicios.

<b>SERVICIO NECESARIOS PARA EL AREA ADMINISTRATIVA</b>			
<b>SERVICIO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>PRECIO MENSUAL</b>
<b>ELECTRICIDAD</b>	DIVISIÓN DE SERVICIOS POR MT2 Y CONEXIONES DE 320	EPM	\$840.000
<b>AGUA</b>	MEDICIÓN DE FUENTES DE AGUA	EPM	\$210.000
<b>ALCANTARILLADO</b>	MEDICIÓN POR FUENTES DE DESAGÜE	EPM	\$65.000
<b>INTERNET EMPRESARIAL PLUS</b>	COBRO DE UN SOLO EQUIPO EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA	UNE	\$35.316
<b>SEGURO TOTAL</b>	CUBRIENDO EL TOTAL DE LA MERCANCÍA, MATERIA PRIMA Y EQUIPOS	SURAMERICANA	\$275.000
<b>TOTALES</b>			\$1.425.316

## 6.3.5 Requerimientos de personal

CARGO	CONOCIMIENTO NECESARIO	PERSONAL REQUERIDO	SALARIO NETO	AUXILIO DE TRANSPORTE	SEGURIDAD SOCIAL	APORTES PARAFISCALES	PRESTACIONES SOCIALES	SALARIO TOTAL
GERENTE GENERAL	ADMINISTRACIÓN, FINANZAS, CONTABILIDAD, BANCA	1	\$6.000.000	\$0	\$600.000	\$540.000	\$1.969.800	\$9.109.800
SECRETARIA GERENCIA	MANEJO DE AGENDA DE GERENCIA Y PERSONAL	1	\$1.150.000	\$72.000	\$115.000	\$103.500	\$377.545	\$1.818.045
DIRECTOR FINANCIERO (CONTADOR)	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN, REALIZAR CÁLCULOS NUMERICOS	1	\$2.300.000	\$0	\$230.000	\$207.000	\$755.090	\$3.492.090
AUXILIAR CONTABLE	MANEJO DE CGI	1	\$950.000	\$72.000	\$95.000	\$85.500	\$311.885	\$1.514.385
AUXILIAR CARTERA	CAPACIDAD DE ANALIZAR LA APLICACIÓN DE PAGOS	1	\$950.000	\$72.000	\$95.000	\$85.500	\$311.885	\$1.514.385
AUXILIAR FACTURACIÓN	FACTURACIÓN E INVENTARIOS	1	\$950.000	\$72.000	\$95.000	\$85.500	\$311.885	\$1.514.385
DIRECTOR RRHH	ADMINISTRACION DE PERSONAL	1	\$2.300.000	\$0	\$230.000	\$207.000	\$755.090	\$3.492.090
AUXILIAR NOMINA	MANEJO DE NOMINA	1	\$950.000	\$72.000	\$95.000	\$85.500	\$311.885	\$1.514.385
DIRECTOR ADMINISTRATIVO	CONTADOR ADMINISTRATIVO	1	\$2.300.000	\$0	\$230.000	\$207.000	\$755.090	\$3.492.090
COORDINADOR COMPRAS	COORDINAR, NEGOCIAR	1	\$1.500.000	\$0	\$150.000	\$135.000	\$492.450	\$2.277.450
ASISTENTE COMPRAS	COMPRAS DE DIFERENTES PRODUCTOS, MATERIALES	1	\$950.000	\$72.000	\$95.000	\$85.500	\$311.885	\$1.514.385
COORDINADOR DISEÑO	MANEJO DE PROGRAMAS DE DISEÑO COMO (INDESING, ILUSTRADOR)	1	\$1.500.000	\$0	\$150.000	\$135.000	\$492.450	\$2.277.450
ASISTENTE DISEÑO	CONOCIMIENTO EN TENDENCIAS	1	\$950.000	\$72.000	\$95.000	\$85.500	\$311.885	\$1.514.385
DIRECTOR COMERCIO INTERNACIONAL	IDIOMA INGLÉS 80%;CONOCIMIENTOS EN SERVICIOS DE ALMACENAMIENTO, ZONA FRANCA	1	\$2.300.000	\$0	\$230.000	\$207.000	\$755.090	\$3.492.090
ASISTENTE COMERCIO INTERNACIONAL	EXPERIENCIA EN MANEJO DE COMPRAS E INVENTARIOS	1	\$950.000	\$72.000	\$95.000	\$85.500	\$311.885	\$1.514.385
DIRECTOR PRODUCCIÓN	MANEJO DE PERSONAL MÉTODOS Y TIEMPOS	1	\$2.300.000	\$0	\$230.000	\$207.000	\$755.090	\$3.492.090
<b>TOTALES</b>		<b>16</b>	<b>\$28.300.000</b>	<b>\$576.000</b>	<b>\$2.830.000</b>	<b>\$2.547.000</b>	<b>\$9.290.890</b>	<b>\$43.543.890</b>

#### 6.4 Programa de administración

tareas	plazo	semanas										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
formalización de idea de negocio	2 semanas	■	■									
registro de sociedad	2 semanas			■	■							
ubicación de localización	2 semanas			■	■							
ubicación de proveedores	2 semanas			■	■							
selección de proveedores	1 semana		■									
compra de equipos de computo	1 semana				■							
compra de insumos	3 semanas					■	■	■				
proceso de selección de personal	3 semanas						■	■	■			
inducción y capacitación	1 semana									■		
inicio de operaciones	1 semana										■	

## 5. ASPECTOS LEGALES

### 7.1 Tipo de Organización empresarial

#### EL ARTE DE DALILA S.A.S.

**Sociedades por Acciones Simplificadas:** las Sociedades por Acciones Simplificadas pueden constituirse por una o más personas, mediante documento privado en el cual se indiquen los siguientes requisitos:

Nombre, documento de identidad y domicilio del accionista o accionistas, razón social seguida de las palabras: sociedad por acciones simplificada o S.A.S., duración (puede ser indefinida), enunciación de actividades principales, cualquier actividad comercial ó civil licita, capital autorizado, suscrito y pagado, forma de administración, nombre, identificación de los administradores.

### 7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

<b>PARTIDA</b>	<b>VALOR</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>AUTENTICACIÓN NOTARIA</b>	\$ 3.450	\$ 3.450
<b>FORMULARIO DE MATRICULA</b>	\$ 4.300	\$ 4.300
<b>FORMULARIO DE REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL</b>	\$ 4.000	\$ 4.000
<b>DERECHOS CAMARA</b>	\$ 32.000	\$ 32.000
<b>CADA NOMBRAMIENTO (EN CAMARA)</b>	\$ 83.200	\$ 83.200
<b>INSCRIPCION DE LOS LIBROS</b>	\$ 10.300	\$ 10.300
<b>REGISTRO EN CÁMARA DE COMERCIO</b>	\$1.000.000 *7,5%	\$ 75.000
<b>REGISTRO UNICO TRIBUTARIO</b>	\$ 0	\$ 0
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 212.250</b>

## ASPECTOS FINANCIEROS

### 8.1 Estructura Financiera del proyecto

#### 8.1.1 Recursos Propios

<b>APORTE DE SOCIOS</b>	\$ 34.933.450
<b>CONSTITUCION Y REGISTRO</b>	-\$ 212.250
<b>ESCRITORIOS</b>	-\$ 5.457.600
<b>SILLAS</b>	-\$ 5.287.600
<b>COMPUTADORES</b>	-\$ 23.976.800

#### 8.1.2 Créditos y Prestamos Bancarios

Crédito solicitado con el Banco AV VILLAS.

MONTO	FECHA DE DESEMBOLSO	DESTINACIÓN	TASA DE INTERÉS	PLAZO
\$ 92.875.854	01 DE JULIO DE 2014	CREACIÓN DE EMPRESA	2,17%	60 MESES

Tasas vigentes desde: 1 de Abril de 2014

Tasas Crédito de Libre Inversión	Plazo	E. A.	M. V.
Para montos entre \$1.500.000 y \$30.000.000	de 6 a 60 meses	29,45%	2,17%
Para montos superiores a \$30.000.000	de 6 a 60 meses	29,45%	2,17%
Segmento preferente tasas desde:*	de 6 a 60 meses	19,56%	1,50%
Segmento preferente tasas hasta:*	de 6 a 60 meses	29,45%	2,17%
Tasa de interés de mora		29,45%	2,17%
El segmento preferente es definido de acuerdo al perfil de riesgo del cliente. El beneficio en tasa aplica solamente para algunos destinos de crédito específicos. Para mayor información por favor comuníquese con su Asesor Comercial.			

**Banco AV VILLAS, (s. f.)**

## 8.2 Ingresos y Egresos

### 8.2.1 Ingresos

#### 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO			
	Ventas	Participacion del total Ventas	
PRODUCTOS	sensual blonde Ref .9212	\$ 32,000,001.6	12.77%
	romance Ref 9214	\$ 36,000,000.2	14.37%
	angeless Ref 9215	\$ 27,500,000.1	10.98%
	impecable Ref 9218	\$ 27,500,000.0	10.98%
	latina chestnut Ref 9213	\$ 32,000,000.2	12.77%
	passionate Ref 9219	\$ 32,000,001.6	12.77%
	seductive ref. 9216	\$ 36,000,000.2	14.37%
	uncondicional ref. 9217	\$ 27,500,001.4	10.98%
	Producto 9	\$ 0.0	0.00%
	Producto 10	\$ 0.0	0.00%
	Producto 11	\$ 0.0	0.00%
	Producto 12	\$ 0.0	0.00%
	Producto 13	\$ 0.0	0.00%
	Producto 14	\$ 0.0	0.00%
	Producto 15	\$ 0.0	0.00%
	<b>VENTAS TOTALES (VT)</b>	<b>\$ 250,500,005.2</b>	<b>100.00%</b>

Las VENTAS mensuales de la compañía EL ARTE DE DALILA S.A.S. son de \$250.500.005,2 mostrando la participación de las 8 diferentes referencias; de las cuales se evidencia que las referencias romance ref. 9214 y seductive ref. 9216, son las de mayor participación con un 14.37%.

### 8.2.1.2 Otros Ingresos

**ELABORE EL CALENDARIO DE OTROS INGRESOS DEL PROYECTO**, para esto considere:

Los ingresos por otros conceptos, como por ejemplo: venta de desechos y venta de subproductos.

En caso de utilizar hoja electrónica como EXCEL, inserte el cuadro correspondiente.

Recuerde que en caso de estar trabajando con varios escenarios (optimista, medio y pesimista), el ingreso corresponderá al promedio de los tres.

## 8.2.2 Egresos

### 8.2.2.1 Inversiones

<b>INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)</b>				
Activos Fijos				
<b>Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)</b>	<b>Valor</b>	<b>Depreciación Mensual</b>	<b>Activos Fijos Disponibles</b>	<b>Valor</b>
Terronar	\$ 0.0	\$ 0.0	Terronar	\$ 0.0
Edificiar (20 años)	\$ 0.0	\$ 0.0	Edificiar	\$ 0.0
Equipar (5 años)	\$ 0.0	\$ 0.0	Equipar	\$ 0.0
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 0.0	\$ 0.0	Equipos de Informática y Comunicaciones	\$ 0.0
Maquinaria (5 años)	\$ 0.0	\$ 0.0	Maquinaria	\$ 0.0
Herramienta (5 años)	\$ 0.0	\$ 0.0	Herramienta	\$ 0.0
Muebles y Enseres (10 años)	\$ 0.0	\$ 0.0	Muebles y Enseres	\$ 0.0
Vehicular (5 años)	\$ 0.0	\$ 0.0	Vehicular	\$ 0.0
escritorio	\$ 5,457,600.0	\$ 45,480.0	escritorio	\$ 5,457,600.0
zillar	\$ 5,287,600.0	\$ 44,063.3	zillar	\$ 5,287,600.0
computadoras	\$ 23,976,000.0	\$ 666,000.0	computadoras	\$ 23,976,000.0
telefonar	\$ 595,700.0	\$ 16,547.2	Otras (especifico)	\$ 0.0
multifuncional	\$ 538,000.0	\$ 14,344.4	Otras (especifico)	\$ 0.0
archivar	\$ 1,189,300.0	\$ 3,310.8	Otras (especifico)	\$ 0.0
marcar de trabajo	\$ 2,051,400.0	\$ 17,095.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
marcar de apoyo	\$ 110,000.0	\$ 316.7	Otras (especifico)	\$ 0.0
apaya de tacadar	\$ 82,560.0	\$ 688.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
maquinar de curar	\$ 4,800,000.0	\$ 80,000.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
rocadoras de cabella	\$ 719,600.0	\$ 11,393.3	Otras (especifico)	\$ 0.0
mantacarar manual	\$ 1,200,000.0	\$ 20,000.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
arquizar	\$ 1,080,000.0	\$ 3,000.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
cortar de basura	\$ 238,800.0	\$ 1,990.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
agendar	\$ 432,000.0	\$ 3,600.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
tablorar	\$ 270,000.0	\$ 2,250.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
descaraplar	\$ 198,000.0	\$ 1,650.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
calcular	\$ 99,500.0	\$ 1,658.3	Otras (especifico)	\$ 0.0
destructura de papel	\$ 1,300,000.0	\$ 21,666.7	Otras (especifico)	\$ 0.0
instalacione necoraria	\$ 1,094,000.0	\$ 9,116.7	Otras (especifico)	\$ 0.0
Otras (Especifico)	\$ 0.0	\$ 0.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
Otras (Especifico)	\$ 0.0	\$ 0.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
Otras (Especifico)	\$ 0.0	\$ 0.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
Otras (Especifico)	\$ 0.0	\$ 0.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
Otras (Especifico)	\$ 0.0	\$ 0.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
Otras (Especifico)	\$ 0.0	\$ 0.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
Otras (Especifico)	\$ 0.0	\$ 0.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
Otras (Especifico)	\$ 0.0	\$ 0.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
Otras (Especifico)	\$ 0.0	\$ 0.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
Otras (Especifico)	\$ 0.0	\$ 0.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
Otras (Especifico)	\$ 0.0	\$ 0.0	Otras (especifico)	\$ 0.0
<b>Total Activos Fijos Exigibles</b>	<b>\$ 50,720,060.0</b>		<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 34,721,200.0</b>
<b>Total Depreciación Mensual</b>		<b>\$ 978,570.5</b>		

Los **ACTIVOS FIJOS EXIGIBLES** de la compañía **EL ARTE DE DALILA S.A.S.** corresponden a \$50.720.060, para su buen funcionamiento, teniendo una depreciación mensual de \$978.570.5 con **ACTIVOS FIJOS DISPONIBLES** de \$34.721.200 los cuales son los aportes de los socios.



Gastos Preoperativos				
Gastos Preoperativos Exigibles	Valor	Amortización	Gastos Preoperativos Disponibles	Valor
Constitución y registro	\$ 212,250.0	\$ 3,537.5	Constitución y registro	\$ 212,250.0
Diseño organizacional	\$ 0.0	\$ 0.0	Diseño organizacional	\$ 0.0
Presentación y Promoción	\$ 0.0	\$ 0.0	Presentación y Promoción	\$ 0.0
Estudios financieros	\$ 0.0	\$ 0.0	Estudios financieros	\$ 0.0
Investigación y estudios	\$ 0.0	\$ 0.0	Investigación y estudios	\$ 0.0
Salarios	\$ 0.0	\$ 0.0	Salarios	\$ 0.0
Costos financieros	\$ 0.0	\$ 0.0	Costos financieros	\$ 0.0
Viaje y representación	\$ 0.0	\$ 0.0	Viaje y representación	\$ 0.0
Costos de Capacitación	\$ 0.0	\$ 0.0	Costos de Capacitación	\$ 0.0
Honorarios de Asesores	\$ 0.0	\$ 0.0	Honorarios de Asesores	\$ 0.0
Publicidad y Promoción	\$ 0.0	\$ 0.0	Publicidad y Promoción	\$ 0.0
Puesta en Marcha	\$ 0.0	\$ 0.0	Puesta en Marcha	\$ 0.0
Otros (Especificar)	\$ 0.0	\$ 0.0	Otros Gastos	\$ 0.0
Adecuaciones Locativas	\$ 0.0	\$ 0.0		\$ 0.0
Gastos de Registro	\$ 0.0	\$ 0.0		\$ 0.0
Certificados de salud y Bomberos	\$ 0.0	\$ 0.0		\$ 0.0
	\$ 0.0	\$ 0.0		\$ 0.0
<b>Total Gasto Preoperativos Exigibles</b>	<b>\$ 212,250.0</b>		<b>Total Gasto Preoperativos</b>	<b>\$ 212,250.0</b>
<b>Total Amortización Mensual</b>		<b>\$ 3,537.5</b>		

Los GASTOS PREOPERATIVOS EXIGIBLES de la compañía EL ARTE DE DALILA S.A.S. son de \$212.250 correspondientes a la constitución y registro de la empresa.

## 8.2.2.2 Costos

COSTOS TOTALES								
PRODUCTOS	Total Costos Variables por Producto	Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por	COSTOS FIJOS		
	sensual blonde	\$ 479,305.8	20	\$ 9,586,117.1	12.77%	\$ 1,450,135.93	TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN \$ 80,453,113.0	
romance Ref 92	\$ 499,305.8	20	\$ 9,986,116.6	14.37%	\$ 1,591,489.69	TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN \$ 54,970,384.0		
angeless Ref 92	\$ 439,305.8	20	\$ 8,786,116.6	10.98%	\$ 1,273,612.95	TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS \$ 16,572,094.0		
impeccable Ref 92	\$ 439,305.8	20	\$ 8,786,116.6	10.98%	\$ 1,273,612.95	<b>COSTOS FIJOS TOTAL (CFT) \$ 151,995,591.0</b>		
latina chestnut	\$ 479,305.8	20	\$ 9,586,116.6	12.77%	\$ 1,450,135.93	<a href="#">Volver al Menu Principal</a>		
passionate Ref 92	\$ 479,305.8	20	\$ 9,586,117.1	12.77%	\$ 1,450,135.93			
seductive ref: 92	\$ 499,305.8	20	\$ 9,986,116.6	14.37%	\$ 1,591,489.69			
uncondicional r	\$ 439,305.8	20	\$ 8,786,117.0	10.98%	\$ 1,273,612.95			
Producto 9	\$ 0.0	0	\$ 0.0	0.00%	\$ -			
Producto 10	\$ 0.0	0	\$ 0.0	0.00%	\$ -	<b>RESUMEN COSTOS</b>		
Producto 11	\$ 0.0	0	\$ 0.0	0.00%	\$ -			
Producto 12	\$ 0.0	0	\$ 0.0	0.00%	\$ -	Cuenta	Valor	Participación
Producto 13	\$ 0.0	0	\$ 0.0	0.00%	\$ -	- Total Costos Variables	\$ 75,088,934.4	33.07%
Producto 14	\$ 0.0	0	\$ 0.0	0.00%	\$ -	- Total Costos fijos de producción	\$ 80,453,113.0	35.43%
Producto 15	\$ 0.0	0	\$ 0.0	0.00%	\$ -	- Total Costos fijos de administración	\$ 54,970,384.0	24.21%
						- Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 16,572,094.0	7.30%
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 75,088,934.4			Costos Totales	\$ 227,084,525.4	100.00%

Los COSTOS TOTALES de la compañía EL ARTE DE DALILA S.A.S. corresponden a \$227.084.525,4 de los cuales se desglosan los costos fijos de producción con una participación de 35,43%, lo que refleja que la compañía tiene mayores costos en la elaboración y mano de obra, el trabajo artesanal es su valor agregado en la industria.

### 8.2.2.3 Gastos

#### Gastos Administrativos y legales

COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES	
Salario neto	\$ 28,300,000
Auxilio de transporte	\$ 576,000
Seguridad social	\$ 2,830,000
Aportes Parafiscales	\$ 2,547,000
Prestaciones Sociales	\$ 9,290,890
Procesos externalizados	\$ 7,169,500
Arriendo Bodega	\$ 2,160,000
Papelería	\$ 160,000
Productos de aseo y servicio	\$ 217,278
Servicios necesarios	\$ 1,425,316
insumos necesarios	\$ 294,400
	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
<b>TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 54,970,384</b>

Los COSTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES de la compañía EL ARTE DE DALILA S.A.S. son de \$54.970.384 mostrando que su mayor rubro son los salarios brutos, correspondientes a \$43.543.890, los demás costos están relacionados con el arriendo, los procesos externalizados, etc.

Gastos Distribución y Ventas

COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	
Salario neto	\$ 6,900,000
Auxilio de transporte	\$ 216,000
Seguridad social	\$ 690,000
Aportes parafiscales	\$ 621,000
Prestaciones sociales	\$ 2,265,270
ferias internacionales	\$ 3,730,779
publicidad grafica fisica	\$ 133,750
pagina web	\$ 590,000
servicios publicos	\$ 331,500
utensilios	\$ 179,191
oficios varios	\$ 350,000
Arriendo	\$ 240,000
Pagos a AMAZON y eBay	\$ 107,326
Productos de aseo y servicio	\$ 217,278
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
Otros (Especificar)	\$ 0
<b>TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS</b>	<b>\$ 16,572,094</b>

Los COSTOS MENSUALES DE COMERCIALIZACION de la compañía EL ARTE DE DALILA S.A.S. son de \$16.572.094 mostrando que su mayor rubro son los salarios brutos, correspondientes a \$10.692.270, lo cual nos indica que se puede realizar mayor inversión en gastos de publicidad de los productos.

Gastos Amortización de diferidos

**ELABORE EL CALENDARIO DE GASTOS DE AMORTIZACION DE DIFERIDOS,** para esto tenga en cuenta que esta amortización para el caso de los Pre-operativos debe ser hecha mínimo en 5 años.

En caso de utilizar hoja electrónica como EXCEL, inserte el cuadro correspondiente.

**8.2.2.4 Gastos Financieros**

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)			
Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 50,720,060.0	\$ 34,721,200.0	\$ 15,998,860.0
Gastos Preoperativos	\$ 212,250.0	\$ 212,250.0	\$ 0.0
Capital de Trabajo	\$ 76,876,993.9	\$ 0.0	\$ 76,876,993.9
<b>Total Requerimientos Financieros</b>			<b>\$ 92,875,853.9</b>

Los GASTOS FINANCIEROS de la compañía EL ARTE DE DALILA S.A.S. son de \$92.875.853,9 que se pagara \$2.782.946 mensualmente, dando como resultado que la inversión financiera será destinada principalmente al capital de trabajo que es del 82,77%.

## 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		\$ 3,006,000,063	\$ 3,127,442,465	\$ 3,253,791,141	\$ 3,385,244,303	\$ 3,522,008,173
- Costos variables		\$ 901,067,213	\$ 883,045,868	\$ 865,384,951	\$ 848,077,252	\$ 831,115,707
- Costos fijos		\$ 1,823,947,092	\$ 1,787,468,150	\$ 1,751,718,787	\$ 1,716,684,411	\$ 1,682,350,723
Costos fijos de Producción		\$ 965,437,356	\$ 946,128,609	\$ 927,206,037	\$ 908,661,916	\$ 890,488,678
Costos fijos de Administración		\$ 659,644,608	\$ 646,451,716	\$ 633,522,682	\$ 620,852,228	\$ 608,435,183
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 198,865,128	\$ 194,887,825	\$ 190,990,069	\$ 187,170,268	\$ 183,426,862
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970
- Intereses Credito		\$ 23,002,067	\$ 19,948,097	\$ 15,996,749	\$ 10,884,334	\$ 4,269,685
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 256,866,722	\$ 435,863,379	\$ 619,573,684	\$ 808,481,336	\$ 1,003,155,088
- Impuestos	\$ 0	\$ 84,766,018	\$ 143,834,915	\$ 204,459,316	\$ 266,798,841	\$ 331,041,179
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 172,100,704	\$ 292,028,464	\$ 415,114,368	\$ 541,682,495	\$ 672,113,909
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 92,875,854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 76,281,491
Préstamos	\$ 92,875,854					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 70,908,891
Valor de Salvamento						\$ 5,372,600
- Otros Egresos no deducibles de impuestos	\$ 127,809,304	\$ 8,855,751	\$ 11,940,471	\$ 15,921,955	\$ 21,063,903	\$ 29,125,672
Activos Fijos	\$ 50,720,060					
Pago Credito (Capital)		\$ 10,393,291	\$ 13,447,260	\$ 17,398,608	\$ 22,511,023	\$ 29,125,672
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 212,250					
Capital de Trabajo	\$ 76,876,994	-\$ 1,537,540	-\$ 1,506,789	-\$ 1,476,653	-\$ 1,447,120	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 34,933,450</b>	<b>\$ 164,361,923</b>	<b>\$ 281,204,964</b>	<b>\$ 400,309,383</b>	<b>\$ 521,735,562</b>	<b>\$ 720,386,698</b>

Tasa Interna de Retorno	11.50%
Valor Presente Neto	1,383,023,458
Tasa Interna de Retorno	533.33%

[Volver al Menú Principal](#)

El FLUJO DE CAJA de la compañía EL ARTE DE DALILA S.A.S. muestra sus movimientos durante 5 años, teniendo como inversión en el periodo cero \$34.933.450, con movimientos anuales que muestran VPN de \$1.383.023.458 con un crecimiento promedio de 30.54% anual, debido a que los costos irán disminuyendo anualmente en un 2%, por cambio de proveedores, además de tener una disminución en el pago del crédito.

### 8.3.2 Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 3,006,000,063	\$ 3,127,442,465	\$ 3,253,791,141	\$ 3,385,244,303	\$ 3,522,008,173
- Costos variables		\$ 901,067,213	\$ 883,045,868	\$ 865,384,951	\$ 848,077,252	\$ 831,115,707
- Costos fijos		\$ 1,823,947,092	\$ 1,787,468,150	\$ 1,751,718,787	\$ 1,716,684,411	\$ 1,682,350,723
Costos fijos de Producción		\$ 965,437,356	\$ 946,128,609	\$ 927,206,037	\$ 908,661,916	\$ 890,488,678
Costos fijos de Administración		\$ 659,644,608	\$ 646,451,716	\$ 633,522,682	\$ 620,852,228	\$ 608,435,183
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 198,865,128	\$ 194,887,825	\$ 190,990,069	\$ 187,170,268	\$ 183,426,862
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970
- Intereses Credito		\$ 23,002,067	\$ 19,948,097	\$ 15,996,749	\$ 10,884,334	\$ 4,269,685
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 256,866,722	\$ 435,863,379	\$ 619,573,684	\$ 808,481,336	\$ 1,003,155,088
- Impuestos	\$ 0	\$ 84,766,018	\$ 143,834,915	\$ 204,459,316	\$ 266,798,841	\$ 331,041,179
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 172,100,704	\$ 292,028,464	\$ 415,114,368	\$ 541,682,495	\$ 672,113,909

El estado de resultados proyectado a 5 años, da utilidades netas crecientes en un promedio de 28.37% anual, gracias al aumento del 2% en el precio del producto, 2% en ventas, y disminuyendo los costos en un -2%.

### 8.3.3 Balance General

**ELABORE EL BALANCE GENERAL PROYECTADO**, para esto tenga en cuenta los calendarios de ingresos y egresos realizados previamente.

En caso de utilizar hoja electrónica como EXCEL, inserte el cuadro correspondiente.

## 8.4 Evaluación financiera del proyecto

### 8.4.1 Valor Presente Neto

**FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACION FINANCIERA**

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 3,006,000,063	\$ 3,127,442,465	\$ 3,253,791,141	\$ 3,385,244,303	\$ 3,522,008,173
- Costos variables		\$ 901,067,213	\$ 883,045,868	\$ 865,384,951	\$ 848,077,252	\$ 831,115,707
- Costos fijos		\$ 1,823,947,092	\$ 1,787,468,150	\$ 1,751,718,787	\$ 1,716,684,411	\$ 1,682,350,723
Costos fijos de Producción		\$ 965,437,356	\$ 946,128,603	\$ 927,206,037	\$ 908,661,916	\$ 890,488,678
Costos fijos de Administración		\$ 659,644,608	\$ 646,451,716	\$ 633,522,682	\$ 620,852,228	\$ 608,435,183
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 198,865,128	\$ 194,887,825	\$ 190,990,069	\$ 187,170,268	\$ 183,426,862
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970
- Intereses Credito		\$ 23,002,067	\$ 19,948,097	\$ 15,996,749	\$ 10,884,334	\$ 4,269,685
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 256,866,722	\$ 435,863,379	\$ 619,573,684	\$ 808,481,336	\$ 1,003,155,088
- Impuestos	\$ 0	\$ 84,766,018	\$ 143,834,315	\$ 204,459,316	\$ 266,798,841	\$ 331,041,179
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 172,100,704	\$ 292,028,464	\$ 415,114,368	\$ 541,682,495	\$ 672,113,909
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 92,875,854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 76,281,491
Préstamos	\$ 92,875,854					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 70,908,891
Valor de Salvamento						\$ 5,372,600
- Otros Egresos no deducibles de impuestos	\$ 127,809,304	\$ 8,855,751	\$ 11,940,471	\$ 15,921,955	\$ 21,063,903	\$ 29,125,672
Activos Fijos	\$ 50,720,060					
Pago Credito (Capital)		\$ 10,393,291	\$ 13,447,260	\$ 17,398,608	\$ 22,511,023	\$ 29,125,672
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 212,250					
Capital de Trabajo	\$ 76,876,994	-\$ 1,537,540	-\$ 1,506,789	-\$ 1,476,653	-\$ 1,447,120	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 34,933,450</b>	<b>\$ 164,361,923</b>	<b>\$ 281,204,964</b>	<b>\$ 400,309,383</b>	<b>\$ 521,735,562</b>	<b>\$ 720,386,698</b>

Tasa Interna de Retorno	11.50%
Valor Presente Neto	1,383,023,458
Tasa Interna de Retorno	533.33%

[Volver al Menú Principal](#)

El VPN para este proyecto evaluado a 5 años es de 1.383.023.458, con un incremento promedio anual en el flujo de caja de 30.54%, gracias al aumento del 2% en el precio del producto, 2% en ventas, pronosticando tener mejores y mayores proveedores. Mostrándonos que es un proyecto sólido en el paso del tiempo en el cual es viable invertir, con ganancias netas promedio de 5.54% mensuales.



## 8.4.2 Tasa Interna de Retorno

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
• Ingresos por venta		\$ 3,006,000,063	\$ 3,127,442,465	\$ 3,253,791,141	\$ 3,385,244,303	\$ 3,522,008,173
- Costos variables		\$ 901,067,213	\$ 883,045,868	\$ 865,384,951	\$ 848,077,252	\$ 831,115,707
- Costos fijos		\$ 1,823,947,092	\$ 1,787,468,150	\$ 1,751,718,787	\$ 1,716,684,411	\$ 1,682,350,723
Costos fijos de Producción		\$ 965,437,356	\$ 946,128,609	\$ 927,206,037	\$ 908,661,916	\$ 890,488,678
Costos fijos de Administración		\$ 659,644,608	\$ 646,451,716	\$ 633,522,682	\$ 620,852,228	\$ 608,435,183
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 198,865,128	\$ 194,887,825	\$ 190,990,069	\$ 187,170,268	\$ 183,426,862
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970
- Intereses Credito		\$ 23,002,067	\$ 19,948,097	\$ 15,996,749	\$ 10,884,334	\$ 4,269,685
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 256,866,722	\$ 435,863,379	\$ 619,573,684	\$ 808,481,336	\$ 1,003,155,088
- Impuestos	\$ 0	\$ 84,766,018	\$ 143,834,915	\$ 204,459,316	\$ 266,798,841	\$ 331,041,179
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 172,100,704	\$ 292,028,464	\$ 415,114,368	\$ 541,682,495	\$ 672,113,909
• Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970	\$ 1,116,970
• Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 92,875,854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 76,281,491
Préstamos	\$ 92,875,854					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 70,908,891
Valor de Salvamento						\$ 5,372,600
- Otros Egresos no deducibles de impuestos	\$ 127,809,304	\$ 8,855,751	\$ 11,940,471	\$ 15,921,955	\$ 21,063,903	\$ 29,125,672
Activos Fijos	\$ 50,720,060					
Pago Credito (Capital)		\$ 10,393,291	\$ 13,447,260	\$ 17,398,608	\$ 22,511,023	\$ 29,125,672
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 212,250					
Capital de Trabajo	\$ 76,876,994	-\$ 1,537,540	-\$ 1,506,789	-\$ 1,476,653	-\$ 1,447,120	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 34,933,450</b>	<b>\$ 164,361,923</b>	<b>\$ 281,204,964</b>	<b>\$ 400,309,383</b>	<b>\$ 521,735,562</b>	<b>\$ 720,386,698</b>

Tasa Interna de Retorno	11.50%
Valor Presente Neto	1,383,023,458
Tasa Interna de Retorno	533.33%

[Volver al Menú Principal](#)

El porcentaje de la TIR evaluado a 5 años será de 533.33%, la cual está por encima de la tasa esperada, además de tener un VPN positivo, mostrándonos una alta rentabilidad del proyecto, debido a que nuestros costos disminuyen en un 2% anual, por tener mayores proveedores de los actuales, con mejores costos.

## 8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

**ELABORE UNA TABLA DONDE SE MUESTREN LOS INDICADORES FINANCIEROS DURANTE LOS PERIODOS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO, se sugiere incluir, como mínimo, los siguientes indicadores:**

Razón Corriente

Prueba o razón ácida

Rentabilidad del Patrimonio

Rendimiento Bruto en Ventas

Rentabilidad de la Inversión

Endeudamiento total

Endeudamiento a largo plazo

Cobertura de Activo Fijo

En caso de utilizar hoja electrónica como EXCEL, inserte el cuadro correspondiente.

### 8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

UNIDADES PROYECTADAS (Unidades)	Enc.	Feb.	Mar.	Abr.	Mayo.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	264	264	264	264	264	264	264	264	264	264	264	264
Medias	176	176	176	176	176	176	176	176	176	176	176	176
Bajas	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Consolidado	176	176	176	176	176	176	176	176	176	176	176	176

CONCEPTOS	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por venta	\$ 275.550.006	\$ 275.550.006	\$ 275.550.006	\$ 275.550.006	\$ 275.550.006	\$ 275.550.006	\$ 275.550.006	\$ 275.550.006	\$ 275.550.006	\$ 275.550.006	\$ 275.550.006	\$ 275.550.006	\$ 275.550.006
- Cartera variable	\$ 82.597.828	\$ 82.597.828	\$ 82.597.828	\$ 82.597.828	\$ 82.597.828	\$ 82.597.828	\$ 82.597.828	\$ 82.597.828	\$ 82.597.828	\$ 82.597.828	\$ 82.597.828	\$ 82.597.828	\$ 82.597.828
- Cartera fijo	\$ 0	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591
- Cartera Fijo de Producción	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113
- Cartera Fijo de Administración	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384
- Cartera Fijo de comercialización y venta	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094
- No Deducible	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
- Ingresos Créditos	\$ 2.015.406	\$ 1.938.750	\$ 1.981.733	\$ 1.964.347	\$ 1.946.583	\$ 1.928.434	\$ 1.909.891	\$ 1.890.946	\$ 1.871.590	\$ 1.851.913	\$ 1.831.608	\$ 1.810.964	\$ 1.790.000
- Unidad Ancho de Impuesto	\$ 0	\$ 37.975.073	\$ 37.975.729	\$ 37.982.746	\$ 38.010.132	\$ 38.027.896	\$ 38.046.045	\$ 38.064.588	\$ 38.083.533	\$ 38.102.889	\$ 38.122.666	\$ 38.142.871	\$ 38.163.515
- Impuesto	\$ 0	\$ 12.526.494	\$ 12.531.990	\$ 12.537.606	\$ 12.543.344	\$ 12.549.206	\$ 12.555.195	\$ 12.561.314	\$ 12.567.566	\$ 12.573.953	\$ 12.580.480	\$ 12.587.148	\$ 12.593.960
- Unidad Ancho de Impuesto	\$ 0	\$ 25.432.579	\$ 25.443.738	\$ 25.455.140	\$ 25.466.788	\$ 25.478.690	\$ 25.490.850	\$ 25.503.274	\$ 25.515.967	\$ 25.528.936	\$ 25.542.186	\$ 25.555.724	\$ 25.569.555
- Aporte por No Deducible	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
- Otros Ingresos (Menos que a impuesto)	\$ 92.876.854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 121.029.937
- Prorrateo	\$ 92.876.854												
- Recuperación Capital de trabajo													\$ 81.882.923
- Valor de Salvamento													\$ 39.147.014
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 132.815.233	\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
- Activos Fijos	\$ 50.720.060												
- Paso Ocurrente (Capital)		\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
- Gastos PREOPERATIVOS	\$ 212.250												
- Capital de Trabajo	\$ 81.882.923												
FLUJO DE CAJA	\$ 39.939.379	\$ 25.847.146	\$ 25.841.650	\$ 25.636.034	\$ 25.630.237	\$ 25.624.435	\$ 25.618.448	\$ 25.612.327	\$ 25.606.075	\$ 25.599.687	\$ 25.593.161	\$ 25.586.493	\$ 146.608.617

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00%	<a href="#">Volver al Menú Inicial</a>
Tasa de Retorno	0,81%	
Valor Presente Neto	358.532.917	
Tasa Interna de Retorno	64,53%	

Con un aumento en las ventas en un 10% mensual, se reflejan 176 unidades mensuales más que las actuales, y sube en el capital de trabajo de \$81.882.923 en comparación con el real que es de \$76.876.994, la inversión aumentan en un 12,53% que va desde \$34.933.450 a \$39.939.379, los movimientos del flujo también aumentan debido al incremento de las ventas.

Según el análisis sectorial, el incremento porcentual de la industria cosméticos es de 11.5% anual, al incrementar las ventas en un 10% nos arroja un resultado en el valor del VPN de \$358.532.917 en comparación con el VPN real de nuestra empresa que es de \$226.028.674

# Od4ca679-c02f-4c37-9d20-06b8ca12251b-Plan de Negocios

ENTAS PROYECTADAS (Udidades)	Enc.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216	216
Medios	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144
Bajas	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
Conciliado	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144	144

CONCEPTOS	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
* Ingresos por venta		\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005
- Costos variables		\$ 67.580.041	\$ 67.580.041	\$ 67.580.041	\$ 67.580.041	\$ 67.580.041	\$ 67.580.041	\$ 67.580.041	\$ 67.580.041	\$ 67.580.041	\$ 67.580.041	\$ 67.580.041	\$ 67.580.041
- Costos Fijos	\$ 0	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591
Costos Fijos de Producción		\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113
Costos Fijos de Administración		\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384
Costos Fijos de comercialización y venta		\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094
- No Desembolsable	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 2.015.406	\$ 1.938.750	\$ 1.981.733	\$ 1.964.347	\$ 1.946.583	\$ 1.928.434	\$ 1.909.891	\$ 1.890.946	\$ 1.871.590	\$ 1.851.813	\$ 1.831.608	\$ 1.810.964
- Unidad Factor de Impuesto	\$ 0	\$ 2.876.859	\$ 2.893.514	\$ 2.910.531	\$ 2.927.918	\$ 2.945.681	\$ 2.963.830	\$ 2.982.372	\$ 3.001.318	\$ 3.020.675	\$ 3.040.451	\$ 3.060.657	\$ 3.081.301
- Impuesto	\$ 0	\$ 949.363	\$ 954.860	\$ 960.475	\$ 966.212	\$ 972.075	\$ 978.064	\$ 984.183	\$ 990.435	\$ 996.823	\$ 1.003.349	\$ 1.010.017	\$ 1.016.829
- Unidad de Impuesto	\$ 0	\$ 1.927.495	\$ 1.938.655	\$ 1.950.056	\$ 1.961.705	\$ 1.973.607	\$ 1.985.766	\$ 1.998.190	\$ 2.010.883	\$ 2.023.852	\$ 2.037.102	\$ 2.050.640	\$ 2.064.472
- Ajuste por No Desembolsable	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
* Otros Ingresos (Otros Ingresos e impuestos)	\$ 92.875.854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 110.018.079
Prorrateo	\$ 92.875.854												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 71.871.065
Valor de Subvenciones													\$ 39.147.014
- Otros Egresos no deducibles de impuestos	\$ 122.803.375	\$ 787.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Activos Fijos	\$ 50.720.060												
Paseo Crédito (Capital)		\$ 787.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 212.250												
Capital de Trabajo	\$ 71.871.065												
FLUJO DE CAJA	\$ -29.927.521	\$ 2.142.063	\$ 2.136.567	\$ 2.130.951	\$ 2.125.213	\$ 2.119.351	\$ 2.113.362	\$ 2.107.243	\$ 2.100.991	\$ 2.094.604	\$ 2.088.077	\$ 2.081.410	\$ 113.092.676

Cambio Porcentual en las Ventas	-10,00%	Volver al Menú Inicial
Tasa de Retorno	0,91%	
Valor Presente Neto	93.524.431	

Aun con una disminución de las ventas en un 10%, con ventas mensuales de 144 unidades mensuales, se refleja que hay un flujo positivo, es positivo por que el punto de equilibrio de la compañía en ventas es de 139.06 unidades mensuales. Se puede dar este efecto por diferentes factores, alta competencia, competidores con precios mas bajos, etc.

UNIDADES PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	211	211	211	211	211	211	211	211	211	211	211	211
Medias	141	141	141	141	141	141	141	141	141	141	141	141
Bajas	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
Consolidado	141	141	141	141	141	141	141	141	141	141	141	141

CONCEPTOS	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
* Ingresos por ventas		\$ 220.440.005	\$ 220.440.005	\$ 220.440.005	\$ 220.440.005	\$ 220.440.005	\$ 220.440.005	\$ 220.440.005	\$ 220.440.005	\$ 220.440.005	\$ 220.440.005	\$ 220.440.005	\$ 220.440.005
- Costos variables		\$ 66.078.262	\$ 66.078.262	\$ 66.078.262	\$ 66.078.262	\$ 66.078.262	\$ 66.078.262	\$ 66.078.262	\$ 66.078.262	\$ 66.078.262	\$ 66.078.262	\$ 66.078.262	\$ 66.078.262
- Costos Fijos	\$ 0	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591
Costos Fijos de Producción		\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113
Costos Fijos de Administración		\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384
Costos Fijos de comercialización y venta		\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094
- No Desembolsable	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
- Ingresos Crédito	\$ 0	\$ 2.015.406	\$ 1.938.750	\$ 1.981.733	\$ 1.964.347	\$ 1.946.583	\$ 1.928.434	\$ 1.909.891	\$ 1.890.946	\$ 1.871.590	\$ 1.851.813	\$ 1.831.608	\$ 1.810.964
- Unidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ -6.313.633	\$ -6.14.707	\$ -5.97.630	\$ -5.80.304	\$ -5.62.540	\$ -5.44.291	\$ -5.25.848	\$ -5.06.903	\$ -4.87.546	\$ -4.67.770	\$ -4.47.564	\$ -4.26.920
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- Unidad después de impuestos	\$ 0	\$ -6.313.633	\$ -6.14.707	\$ -5.97.630	\$ -5.80.304	\$ -5.62.540	\$ -5.44.291	\$ -5.25.848	\$ -5.06.903	\$ -4.87.546	\$ -4.67.770	\$ -4.47.564	\$ -4.26.920
- Ajustes por No Desembolsable	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
* Otros Ingresos (Ingresos por impuestos)	\$ 92.875.854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 110.016.893
Préstamos	\$ 92.875.854												
Reparación Capital de trabajo													\$ 70.869.879
Valor de Salvamento													\$ 9.147.014
- Otros Egresos no desembolsables de impuestos	\$ 121.802.189	\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.539	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Activos Fijos	\$ 50.720.060												
Pago Crédito (Capital)		\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.539	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 212.250												
Capital de Trabajo	\$ 70.869.879												
FLUJO DE CAJA	\$ -28.926.335	\$ -416.795	\$ -416.795	\$ -416.795	\$ -416.795	\$ -416.795	\$ -416.795	\$ -416.795	\$ -416.795	\$ -416.795	\$ -416.795	\$ -416.795	\$ 109.600.098

Cambio Porcentual en las Ventas	-12,00%
Tasa de Retorno	0,91%
Valor Presente Neto	65.026.050
Tasa Interna de Retorno	10,94%

[Volver al Menú Inicial](#)

Solamente con una disminución de 2% (comparando con el gráfico anterior) se detecta que empieza a afectar el flujo de caja de la compañía en forma negativa. Si las ventas llegan a disminuir en 12%, la empresa empieza a generar pérdidas, con flujos de caja negativos, el VPN disminuye de \$226.028.674 a \$65.026.335 ya aquí la empresa entra en quiebra.

### 8.4.5 Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por venta		\$ 263.025.006	\$ 263.025.006	\$ 263.025.006	\$ 263.025.006	\$ 263.025.006	\$ 263.025.006	\$ 263.025.006	\$ 263.025.006	\$ 263.025.006	\$ 263.025.006	\$ 263.025.006	\$ 263.025.006
- Costos variables		\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934
- Costos fijos	\$ 0	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591
Costos fijos de Producción		\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113
Costos fijos de Administración		\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 2.015.406	\$ 1.998.750	\$ 1.981.732	\$ 1.964.347	\$ 1.946.582	\$ 1.928.434	\$ 1.909.891	\$ 1.890.946	\$ 1.871.590	\$ 1.851.813	\$ 1.831.608	\$ 1.810.964
+ Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 32.942.968	\$ 32.959.622	\$ 32.976.639	\$ 32.994.025	\$ 33.011.789	\$ 33.029.938	\$ 33.048.481	\$ 33.067.426	\$ 33.086.782	\$ 33.106.559	\$ 33.126.784	\$ 33.147.408
- Impuestos	\$ 0	\$ 10.871.179	\$ 10.876.675	\$ 10.882.291	\$ 10.888.028	\$ 10.893.890	\$ 10.899.879	\$ 10.905.999	\$ 10.912.251	\$ 10.918.638	\$ 10.925.164	\$ 10.931.832	\$ 10.938.645
+ Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 22.071.787	\$ 22.082.947	\$ 22.094.348	\$ 22.105.997	\$ 22.117.898	\$ 22.130.058	\$ 22.142.482	\$ 22.155.175	\$ 22.168.144	\$ 22.181.394	\$ 22.194.932	\$ 22.208.764
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 32.875.854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 116.024.008
Prestamos	\$ 92.875.654												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 76.876.994
Valor de Salvamento													\$ 33.147.014
- Otros Egresos no deducibles de impuest	\$ 127.808.304	\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Activos Fijos	\$ 50.720.060												
Pago Credito (Capital)		\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 212.250												
Capital de Trabajo	\$ 76.876.994												
FLUJO DE CAJÁ	-\$ 34.933.450	\$ 22.286.355	\$ 22.280.853	\$ 22.275.243	\$ 22.269.505	\$ 22.263.643	\$ 22.257.654	\$ 22.251.535	\$ 22.245.283	\$ 22.238.895	\$ 22.232.363	\$ 22.225.701	\$ 138.242.897

Cambio Porcentual en el Precio	5,00%
Tasa de Retorno	0,91%
Valor Presente Neto	321.010.275
Tasa Interna de Retorno	64,16%

[Volver al Menú Inicial](#)

Con el aumento del precio en un 5% se puede observar una variación positiva en el flujo de caja, en el VPN aumenta en un 29.58%, a comparación del VPN real que es de \$226.028.674 y en la TIR también se ve un aumento del 35.66% a comparación de la real que es del 41.28%, lo cual demuestra que un aumento en el precio, da más valor a la empresa.

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por venta		\$ 230.460.005	\$ 230.460.005	\$ 230.460.005	\$ 230.460.005	\$ 230.460.005	\$ 230.460.005	\$ 230.460.005	\$ 230.460.005	\$ 230.460.005	\$ 230.460.005	\$ 230.460.005	\$ 230.460.005
- Costos variables		\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934
- Costos fijos	\$ 0	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591
Costos fijos de Producción		\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113
Costos fijos de Administración		\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 2.015.406	\$ 1.998.750	\$ 1.981.733	\$ 1.964.347	\$ 1.946.583	\$ 1.928.434	\$ 1.909.891	\$ 1.890.946	\$ 1.871.590	\$ 1.851.813	\$ 1.831.608	\$ 1.810.964
- Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 377.965	\$ 394.621	\$ 411.638	\$ 429.024	\$ 446.788	\$ 464.937	\$ 483.480	\$ 502.425	\$ 521.782	\$ 541.558	\$ 561.764	\$ 582.408
- Impuestos	\$ 0	\$ 124.729	\$ 130.225	\$ 135.841	\$ 141.578	\$ 147.440	\$ 153.429	\$ 159.548	\$ 165.800	\$ 172.188	\$ 178.714	\$ 185.382	\$ 192.195
- Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 253.237	\$ 264.396	\$ 275.798	\$ 287.446	\$ 299.348	\$ 311.508	\$ 323.932	\$ 336.625	\$ 349.594	\$ 362.844	\$ 376.382	\$ 390.213
- Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
- Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 92.875.854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 116.024.008
Prestamos	\$ 92.875.854												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 76.876.994
Valor de Salvamento													\$ 39.147.014
- Otros Egresos no deducibles de impuestos	\$ 127.809.304	\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Activos Fijos	\$ 50.720.060												
Pago Credito (Capital)		\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 212.250												
Capital de Trabajo	\$ 76.876.994												
FLUJO DE CAJA	-\$ 34.933.450	\$ 467.804	\$ 462.308	\$ 456.692	\$ 450.955	\$ 445.093	\$ 439.104	\$ 432.385	\$ 426.733	\$ 420.345	\$ 413.819	\$ 407.151	\$ 116.424.346

Cambio Porcentual en el Precio	-8,00%
Tasa de Retorno	0,91%
Valor Presente Neto	74.058.114
Tasa Interna de Retorno	11,30%

[Volver al Menú Inicial](#)

Aun con la disminución del precio en un 8%, nuestra compañía no se ve afectada negativamente, esta disminución del precio puede ser por un aumento de la oferta en el nicho de mercado en el que esta la compañía.

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
• Ingresos por venta		\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005	\$ 225.450.005
- Costos variables		\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934
- Costos fijos	\$ 0	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591	\$ 151.995.591
Costos fijos de Producción		\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113
Costos fijos de Administración		\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 2.015.406	\$ 1.998.750	\$ 1.981.733	\$ 1.964.347	\$ 1.946.593	\$ 1.928.434	\$ 1.909.691	\$ 1.890.946	\$ 1.871.590	\$ 1.851.813	\$ 1.831.608	\$ 1.810.964
• Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 4.632.035	-\$ 4.615.379	-\$ 4.598.362	-\$ 4.580.976	-\$ 4.563.212	-\$ 4.545.063	-\$ 4.526.520	-\$ 4.507.575	-\$ 4.488.218	-\$ 4.468.442	-\$ 4.448.236	-\$ 4.427.592
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
• Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 4.632.035	-\$ 4.615.379	-\$ 4.598.362	-\$ 4.580.976	-\$ 4.563.212	-\$ 4.545.063	-\$ 4.526.520	-\$ 4.507.575	-\$ 4.488.218	-\$ 4.468.442	-\$ 4.448.236	-\$ 4.427.592
• Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
• Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 92.875.854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 116.024.008
Prestamos	\$ 92.875.854												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 76.876.994
Valor de Salvamento													\$ 33.147.014
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 127.803.304	\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Activos Fijos	\$ 50.720.060												
Pago Credito (Capital)		\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 212.250												
Capital de Trabajo	\$ 76.876.994												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 34.933.450</b>	<b>-\$ 4.417.467</b>	<b>-\$ 4.417.467</b>	<b>-\$ 4.417.467</b>	<b>-\$ 4.417.467</b>	<b>-\$ 4.417.467</b>	<b>-\$ 4.417.467</b>	<b>-\$ 4.417.467</b>	<b>-\$ 4.417.467</b>	<b>-\$ 4.417.467</b>	<b>-\$ 4.417.467</b>	<b>-\$ 4.417.467</b>	<b>\$ 111.606.541</b>

Cambio Porcentual en el Precio	-10,00%
Tasa de Retorno	0,91%
Valor Presente Neto	19.125.078
Tasa Interna de Retorno	3,37%

[Volver al Menú Inicial](#)

Solamente con una disminución de 2% (comparando con el grafico anterior) se detecta que empieza a afectar el flujo de caja de la compañía en forma negativa. Esto quiere decir que ya la empresa no está generando suficientes ingresos para cubrir sus gastos mensuales.

## Análisis de sensibilidad (Variación de los costos variables)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005
- Costos variables		\$ 81.036.049	\$ 81.036.049	\$ 81.036.049	\$ 81.036.049	\$ 81.036.049	\$ 81.036.049	\$ 81.036.049	\$ 81.036.049	\$ 81.036.049	\$ 81.036.049	\$ 81.036.049	\$ 81.036.049
- Costos Fijos	\$ 0	\$ 151.995.531	\$ 151.995.531	\$ 151.995.531	\$ 151.995.531	\$ 151.995.531	\$ 151.995.531	\$ 151.995.531	\$ 151.995.531	\$ 151.995.531	\$ 151.995.531	\$ 151.995.531	\$ 151.995.531
Costos Fijos de Producción		\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113
Costos Fijos de Administración		\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384	\$ 54.970.384
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094	\$ 16.572.094
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 2.015.406	\$ 1.938.750	\$ 1.981.733	\$ 1.964.347	\$ 1.946.583	\$ 1.928.434	\$ 1.909.891	\$ 1.890.346	\$ 1.871.590	\$ 1.851.813	\$ 1.831.608	\$ 1.810.964
- Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 14.410.851	\$ 14.427.507	\$ 14.444.524	\$ 14.461.910	\$ 14.479.674	\$ 14.497.823	\$ 14.516.366	\$ 14.535.311	\$ 14.554.667	\$ 14.574.444	\$ 14.594.649	\$ 14.615.233
- Impuestos	\$ 0	\$ 4.755.581	\$ 4.761.077	\$ 4.766.693	\$ 4.772.430	\$ 4.778.292	\$ 4.784.282	\$ 4.790.401	\$ 4.796.653	\$ 4.803.040	\$ 4.809.566	\$ 4.816.234	\$ 4.823.047
- Utilidad después de impuestos	\$ 0	\$ 9.655.270	\$ 9.666.429	\$ 9.677.831	\$ 9.689.480	\$ 9.701.381	\$ 9.713.541	\$ 9.725.965	\$ 9.738.658	\$ 9.751.627	\$ 9.764.877	\$ 9.778.415	\$ 9.792.247
- Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
- Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 92.875.854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 120.028.751
Préstamos	\$ 92.875.854												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 80.881.737
Valor de Salramiento													\$ 39.147.014
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 131.814.047	\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Activos Fijos	\$ 50.720.060												
Pago Crédito (Capital)		\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 212.250												
Capital de Trabajo	\$ 80.881.737												
FLUJO DE CAJA	-\$ 38.938.193	\$ 9.869.638	\$ 9.864.341	\$ 9.858.726	\$ 9.852.988	\$ 9.847.126	\$ 9.841.137	\$ 9.835.018	\$ 9.828.766	\$ 9.822.378	\$ 9.815.852	\$ 9.809.184	\$ 129.831.123

Cambio Porcentual Costos Variables	8,00%
Tasa de Retorno	0,91%
Valor Presente Neto	180.061.508
Tasa Interna de Retorno	28,40%

[Volver al Menú Inicial](#)

Con un aumento en los costos variables en un 8%, se puede analizar que hubo una disminución del VPN en \$180.061.508 a comparación con el real que es de \$226.028.674, debido a que la empresa perdió un poco de valor por el aumento en la materia prima, por esta misma razón la inversión aumenta en un 10.28% que va de \$34.933.450 a \$38.938.193, los flujos de caja disminuyen un poco, porque ya hay menor utilidad.



Conceptos	Inversión	Mez 1	Mez 2	Mez 3	Mez 4	Mez 5	Mez 6	Mez 7	Mez 8	Mez 9	Mez 10	Mez 11	Mez 12
+ Ingresos por ventas		\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005
- Costos variables		\$ 63.825.534	\$ 63.825.534	\$ 63.825.534	\$ 63.825.534	\$ 63.825.534	\$ 63.825.534	\$ 63.825.534	\$ 63.825.534	\$ 63.825.534	\$ 63.825.534	\$ 63.825.534	\$ 63.825.534
- Costos fijos	\$ 0	\$ 151.935.531	\$ 151.935.531	\$ 151.935.531	\$ 151.935.531	\$ 151.935.531	\$ 151.935.531	\$ 151.935.531	\$ 151.935.531	\$ 151.935.531	\$ 151.935.531	\$ 151.935.531	\$ 151.935.531
- Costos fijos de Producción		\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113	\$ 80.453.113
- Costos fijos de Administración		\$ 54.370.384	\$ 54.370.384	\$ 54.370.384	\$ 54.370.384	\$ 54.370.384	\$ 54.370.384	\$ 54.370.384	\$ 54.370.384	\$ 54.370.384	\$ 54.370.384	\$ 54.370.384	\$ 54.370.384
- Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 16.572.034	\$ 16.572.034	\$ 16.572.034	\$ 16.572.034	\$ 16.572.034	\$ 16.572.034	\$ 16.572.034	\$ 16.572.034	\$ 16.572.034	\$ 16.572.034	\$ 16.572.034	\$ 16.572.034
- No Descontables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 2.015.406	\$ 1.998.750	\$ 1.981.733	\$ 1.964.347	\$ 1.946.583	\$ 1.928.434	\$ 1.909.891	\$ 1.890.946	\$ 1.871.590	\$ 1.851.813	\$ 1.831.608	\$ 1.810.964
+ Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 31.681.306	\$ 31.697.962	\$ 31.714.979	\$ 31.732.365	\$ 31.750.129	\$ 31.768.278	\$ 31.786.821	\$ 31.805.766	\$ 31.825.122	\$ 31.844.899	\$ 31.865.104	\$ 31.885.748
- Impuestos	\$ 0	\$ 10.454.831	\$ 10.460.327	\$ 10.465.943	\$ 10.471.680	\$ 10.477.542	\$ 10.483.532	\$ 10.489.651	\$ 10.495.903	\$ 10.502.290	\$ 10.508.817	\$ 10.515.484	\$ 10.522.297
+ Utilidad después de impuestos	\$ 0	\$ 21.226.475	\$ 21.237.634	\$ 21.249.036	\$ 21.260.685	\$ 21.272.586	\$ 21.284.746	\$ 21.297.170	\$ 21.309.863	\$ 21.322.832	\$ 21.336.082	\$ 21.349.620	\$ 21.363.451
+ Ajuste por No Descontables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 32.875.854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 108.515.114
Préstamos	\$ 32.875.854												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 63.368.100
Valor de Substano													\$ 33.147.014
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 120.300.410	\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Activos Fijos	\$ 50.720.060												
Pago Crédito (Capital)		\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 212.250												
Capital de Trabajo	\$ 63.368.100												
FLUJO DE CAJA	\$ -27.424.557	\$ 21.441.043	\$ 21.435.546	\$ 21.429.931	\$ 21.424.193	\$ 21.418.331	\$ 21.412.342	\$ 21.406.223	\$ 21.399.971	\$ 21.393.583	\$ 21.387.057	\$ 21.380.389	\$ 21.373.631

Cambio Porcentual Costos Variables	-15,00%
Tasa de Retorno	0,91%
Valor Presente Neto	312.217.110
Tasa Interna de Retorno	78,38%

[Volver al Menú Inicial](#)

Con una disminución de los costos variables en un 15%, se puede analizar que hubo un aumento en el VPN en \$312.217.110 a comparación del real que es de \$226.028.674, quiere decir que la empresa gana más valor por la disminución en el capital de trabajo, por esta misma razón la inversión disminuye en un 21.49% que va desde \$34.933.450 a \$27.424.557, los flujos de caja aumentan porque ya la utilidad es mayor.

### Análisis de sensibilidad (Variación de los costos fijos)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por ventas		\$ 250.000.005	\$ 250.000.005	\$ 250.000.005	\$ 250.000.005	\$ 250.000.005	\$ 250.000.005	\$ 250.000.005	\$ 250.000.005	\$ 250.000.005	\$ 250.000.005	\$ 250.000.005	\$ 250.000.005
- Costos variables		\$ 75.088.834	\$ 75.088.834	\$ 75.088.834	\$ 75.088.834	\$ 75.088.834	\$ 75.088.834	\$ 75.088.834	\$ 75.088.834	\$ 75.088.834	\$ 75.088.834	\$ 75.088.834	\$ 75.088.834
- Costos fijos	\$ 0	\$ 174.794.930	\$ 174.794.930	\$ 174.794.930	\$ 174.794.930	\$ 174.794.930	\$ 174.794.930	\$ 174.794.930	\$ 174.794.930	\$ 174.794.930	\$ 174.794.930	\$ 174.794.930	\$ 174.794.930
Costos fijos de Producción		\$ 92.521.080	\$ 92.521.080	\$ 92.521.080	\$ 92.521.080	\$ 92.521.080	\$ 92.521.080	\$ 92.521.080	\$ 92.521.080	\$ 92.521.080	\$ 92.521.080	\$ 92.521.080	\$ 92.521.080
Costos fijos de Administración		\$ 63.215.942	\$ 63.215.942	\$ 63.215.942	\$ 63.215.942	\$ 63.215.942	\$ 63.215.942	\$ 63.215.942	\$ 63.215.942	\$ 63.215.942	\$ 63.215.942	\$ 63.215.942	\$ 63.215.942
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 19.057.908	\$ 19.057.908	\$ 19.057.908	\$ 19.057.908	\$ 19.057.908	\$ 19.057.908	\$ 19.057.908	\$ 19.057.908	\$ 19.057.908	\$ 19.057.908	\$ 19.057.908	\$ 19.057.908
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
+ Intereses Crédito		\$ 2.015.406	\$ 1.988.750	\$ 1.981.733	\$ 1.964.347	\$ 1.946.583	\$ 1.928.434	\$ 1.909.891	\$ 1.890.946	\$ 1.871.590	\$ 1.851.813	\$ 1.831.608	\$ 1.810.964
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ -2.381.373	\$ -2.364.717	\$ -2.347.700	\$ -2.330.314	\$ -2.312.550	\$ -2.294.401	\$ -2.275.858	\$ -2.256.913	\$ -2.237.557	\$ -2.217.780	\$ -2.197.574	\$ -2.176.930
- Impuestos	\$ 0	\$ -785.853	\$ -780.357	\$ -774.741	\$ -769.004	\$ -763.142	\$ -757.152	\$ -751.033	\$ -744.781	\$ -738.394	\$ -731.867	\$ -725.200	\$ -718.397
= Utilidad después de impuestos	\$ 0	\$ -1.595.520	\$ -1.584.361	\$ -1.572.959	\$ -1.561.310	\$ -1.549.409	\$ -1.537.249	\$ -1.524.825	\$ -1.512.132	\$ -1.499.163	\$ -1.485.913	\$ -1.472.375	\$ -1.458.543
+ Ajustes por No Desembolsables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuestos)	\$ 132.875.854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 120.046.664
Préstamos	\$ 92.875.854												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 80.893.650
Valor de Salvamento													\$ 39.147.014
- Otros Egresos no deducibles de impuestos	\$ 131.831.960	\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Activos Fijos	\$ 50.720.060												
Pago Crédito (Capital)		\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 212.250												
Capital de Trabajo	\$ 80.893.650												
FLUJO DE CAJA	\$ -38.956.106	\$ -1.380.952	\$ -1.386.449	\$ -1.392.064	\$ -1.397.802	\$ -1.403.864	\$ -1.409.853	\$ -1.415.772	\$ -1.422.024	\$ -1.428.412	\$ -1.434.938	\$ -1.441.608	\$ 118.598.245

Cambio Porcentual Costos Fijos	15,00%
Tasa de Retorno	0,31%
Valor Presente Neto	52.718.163
Tasa Interna de Retorno	7,61%

[Volver al Menú Inicial](#)

Con un aumento en los costos fijos en un 15%, se puede analizar que hubo una disminución del VPN en \$52.718.163 a comparación con el real que es de \$226.028.674, debido a que la empresa perdió un poco de valor por el aumento en los costos fijos de producción, comercialización y administración, por esta misma razón la inversión aumenta en un 10.32% que va de \$34.933.450 a \$38.956.106, los flujos de caja disminuyen, hay una utilidad negativa, por debajo de los costos.

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005	\$ 250.500.005
- Costos variables		\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934	\$ 75.088.934
- Costos fijos	\$ 0	\$ 133.756.120	\$ 133.756.120	\$ 133.756.120	\$ 133.756.120	\$ 133.756.120	\$ 133.756.120	\$ 133.756.120	\$ 133.756.120	\$ 133.756.120	\$ 133.756.120	\$ 133.756.120	\$ 133.756.120
Costos fijos de Producción		\$ 70.798.739	\$ 70.798.739	\$ 70.798.739	\$ 70.798.739	\$ 70.798.739	\$ 70.798.739	\$ 70.798.739	\$ 70.798.739	\$ 70.798.739	\$ 70.798.739	\$ 70.798.739	\$ 70.798.739
Costos fijos de Administración		\$ 48.373.938	\$ 48.373.938	\$ 48.373.938	\$ 48.373.938	\$ 48.373.938	\$ 48.373.938	\$ 48.373.938	\$ 48.373.938	\$ 48.373.938	\$ 48.373.938	\$ 48.373.938	\$ 48.373.938
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 14.583.443	\$ 14.583.443	\$ 14.583.443	\$ 14.583.443	\$ 14.583.443	\$ 14.583.443	\$ 14.583.443	\$ 14.583.443	\$ 14.583.443	\$ 14.583.443	\$ 14.583.443	\$ 14.583.443
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
- Intereses Crédito		\$ 2.015.406	\$ 1.998.750	\$ 1.981.733	\$ 1.964.347	\$ 1.946.583	\$ 1.928.434	\$ 1.909.891	\$ 1.890.946	\$ 1.871.590	\$ 1.851.813	\$ 1.831.608	\$ 1.810.964
+ Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 38.857.437	\$ 38.674.092	\$ 38.631.109	\$ 38.708.496	\$ 38.726.259	\$ 38.744.408	\$ 38.762.951	\$ 38.781.697	\$ 38.801.253	\$ 38.821.029	\$ 38.841.235	\$ 38.861.679
- Impuestos	\$ 0	\$ 12.756.964	\$ 12.762.450	\$ 12.768.066	\$ 12.773.804	\$ 12.779.666	\$ 12.785.655	\$ 12.791.774	\$ 12.798.026	\$ 12.804.414	\$ 12.810.940	\$ 12.817.608	\$ 12.824.420
+ Utilidad después de impuestos	\$ 0	\$ 25.900.483	\$ 25.911.642	\$ 25.923.043	\$ 25.934.692	\$ 25.946.594	\$ 25.958.754	\$ 25.971.177	\$ 25.983.871	\$ 25.996.840	\$ 26.010.090	\$ 26.023.627	\$ 26.037.459
+ Ajustes por No Desembolsables	\$ 0	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108	\$ 982.108
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 32.875.854	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 112.805.883
Préstamos	\$ 32.875.854												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 73.658.869
Valor de Salvamento													\$ 39.147.014
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 124.531.179	\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Activos Fijos	\$ 50.720.060												
Pago Crédito (Capital)		\$ 767.540	\$ 784.196	\$ 801.213	\$ 818.599	\$ 836.363	\$ 854.512	\$ 873.055	\$ 892.000	\$ 911.357	\$ 931.133	\$ 951.339	\$ 971.983
Gastos PROOPERATIVOS	\$ 212.250												
Capital de Trabajo	\$ 73.658.869												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-1.917.925</b>	<b>\$ 26.116.050</b>	<b>\$ 26.109.554</b>	<b>\$ 26.103.938</b>	<b>\$ 26.098.201</b>	<b>\$ 26.092.339</b>	<b>\$ 26.086.350</b>	<b>\$ 26.080.230</b>	<b>\$ 26.073.976</b>	<b>\$ 26.067.591</b>	<b>\$ 26.061.065</b>	<b>\$ 26.054.397</b>	<b>\$ 26.046.869</b>

Cambio Porcentual Costos Fijos	-19,00%	<a href="#">Volver al Menú Inicial</a>
Tasa de Retorno	0,31%	
Valor Presente Neto	364.677.083	
Tasa Interna de Retorno	82,40%	

Con una disminución de los costos fijos en un 12%, se puede analizar que hubo un aumento en el VPN en \$364.677.083 a comparación del real que es de \$226.028.674, quiere decir que la empresa gana más valor por la disminución en sus costos fijos totales mensuales, por esta razón la inversión disminuye en un 9.21% que va desde \$34.933.450 a \$31.715.325, los flujos de caja aumentan porque ya la utilidad es mayor. A su vez los movimientos del flujo de caja son positivos.

## CONSIDERACIONES FINALES

Se da como conclusión, que el campo cosmético y de accesorios, da oportunidades impresionantes de crecimiento empresarial, pues cada día son más las personas, principalmente mujeres, quienes buscan más de esta industria, creando necesidades y con estas, hace que los grandes empresarios piensen como satisfacerlas; por ello se espera que el proyecto EL ARTE DE DALILA sea una idea de negocio aplicable por nosotros sus creadores o cualquier persona que le pueda interesar.

Teniendo en cuenta que puede ser viable desde el punto de vista comercial pues su promoción y campaña está enfocado principalmente a la ferias de belleza y las ventas en línea quienes tienen una gran acogida en el mercado Norteamericano, además de ofrecer nuestros productos en salones de belleza y spa lugares muy recurrido por las damas de toda clase social y cultural donde se ofrecerán. Desde el punto técnico la recolección de la materia prima principal (cabello) es un poco compleja pues se necesitan alrededor de 2 meses para hacer la recolección de este, para realizar la producción de un mes, lo que significa que para iniciar un proceso productivo se debe tener una recolección de 4 meses para realizar la producción de 2 meses y de esa manera dar espacio de tiempo para las nuevas recolecciones, este es una dificultad que posee el producto la cual analizamos y se tiene el plan B y es cuando la producción de materia prima nacional sea escasa se procederá a la importación. Desde el punto de vista financiero la inversión inicial es mínima a comparación de las ganancias futuras, y estas pagan el préstamo obtenido y son suficientes para cubrir todos los costos y gastos producidos por la compañía dándonos resultados de que la compañía es viable en todos sus aspectos teniendo como enfoque principal la recolección de la materia prima tratando de implementar nuevas técnicas como la del cultivo, que es básicamente la compra de cabello a futuro; también tener muy presente el acercamiento y acaparamiento del nicho de mercado escogido y la mayor promoción del producto .

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Almacenes Éxito (2014). Éxito. *Proveedores*. Recuperado de <[http://www.exito.com/Tecnologia-Computadores\\_e\\_impresoras/\\_/N-2b2m](http://www.exito.com/Tecnologia-Computadores_e_impresoras/_/N-2b2m)>

Anónimo (s. f.). Departamento de producción. *Funcion general del departamento de producción*. Recuperado de <<http://html.rincondelvago.com/departamento-de-produccion.html>>

Banco AV VILLAS, (s. f.). Credito de libre inversión. *Tasas, tarifas o topes*. Recuperado de <<https://www.avillas.com.co/wps/portal/avillas/banca-personal/conoce-nuestros-productos/prestamo-tarjeta/credito-libre-inversion>>

Bligoo (s. f.). Gerente administrativo. *Manual de funciones*. Recuperado de <[http://cuarto.bligoo.com.ar/gerente-administrativo#.UzRT\\_qh5OSo](http://cuarto.bligoo.com.ar/gerente-administrativo#.UzRT_qh5OSo)>

Caramelito (2012). Gisela Mayer. *Foro Recuperar El Pelo*. Recuperado de <<http://foro.recuperarelpelo.com/viewtopic.php?t=43648>>

Cartera y Cobranzas (abril 2008). Estructura del departamento de cartera. *c&c cartera y cobranzas - grupo 7101*. Recuperado de <<http://carteraycobranzas.blogspot.com/2008/04/estructura-del-departamento-de-cartera.html>>

Colombia extensiones (s. f.). Extensión real. *Proveedores*. Recuperado de <<http://www.colombiaextensiones.com/index.html>>

Despegar (s. f.). 50 Vuelos de Medellín a Las Vegas. *Despegar*. Recuperado de <<http://www.despegar.com.co/shop/flights/results/roundtrip/MDE/LAS/2014-04-04/2014-04-06/1/0/0>>

Ediva Productos (s. f.). Ficha técnica. *Ediva*. Recuperado de <<http://54.84.219.185/~ediv5869/productos/>>

Electro Viento (s. f.). Extractor De Aire Semi - Industrial 16 Pulgadas Balineras. *Mercado Libre*. Recuperado de <[http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-409401049-extractor-de-aire-semi-industrial-16-pulgadas-balineras-\\_JM](http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-409401049-extractor-de-aire-semi-industrial-16-pulgadas-balineras-_JM)>

Espacio Urbano (s. f.). Revista inmobiliaria. *Bodega*. Recuperado de <[http://www.espaciourbano.com/BR\\_fichaDetalle\\_1.asp?xId=134662&Idchat](http://www.espaciourbano.com/BR_fichaDetalle_1.asp?xId=134662&Idchat)>

Gisela Mayer (s. f.). Hair Collection. *Gisela Mayer*. Recuperado de <<http://www.gisela-mayer.com/produkte/index.htm>>

Guangzhou (s. f.). GUANGZHOU CITY PANYU DISTRICT DASHI YUANYING ARTS & CRAFTS FACTORY. *Gzyuanying* Recuperado de <[http://gzyuanying.en.alibaba.com/company\\_profile/trade\\_capacity.html](http://gzyuanying.en.alibaba.com/company_profile/trade_capacity.html)>

Hena Hengmei Hair (s. f.) Hena Hengmei Hair. *Hmhair*. Recuperado de <[http://hmhair.en.alibaba.com/company\\_profile/trade\\_capacity.html](http://hmhair.en.alibaba.com/company_profile/trade_capacity.html)>

Integrarte (s. f.). Integrarte. *Proveedores*. Recuperado de <<http://www.integrartesl.es/ecobolsas/bolsas-de-algodon-non-woven-poliester-yute/bolsas-asas-cortas-villamanrique-10971>>

La Peruca (s. f.). Perücken, Haarteile und Toupets. *La Peruca*. Recuperado de <[http://www.laperuca.de/epages/62651742.sf/de\\_DE/?ObjectPath=/Shops/62651742/Categorien/Echthaarper%C3%BCcken](http://www.laperuca.de/epages/62651742.sf/de_DE/?ObjectPath=/Shops/62651742/Categorien/Echthaarper%C3%BCcken)>

Line colours (s. f.). Bobina telar. *Proveedores*. Recuperado de <<http://www.linecolours.com/index.php/tienda/posticeria/bobina-telar-detail>>

Mafgrow (s. f.). Instalación Drywall, Muros, Techo, Iluminación, Cielos. *Mercado Libre*. Recuperado de <[http://reparacion-instalacion.mercadolibre.com.co/MCO-408062949-instalacion-drywall-muros-techo-iluminacion-cielos-\\_JM](http://reparacion-instalacion.mercadolibre.com.co/MCO-408062949-instalacion-drywall-muros-techo-iluminacion-cielos-_JM)>

Mercado Libre (s. f.). Baño de crema de Keratina. *Mercado Libre*. Recuperado de <[http://articulo.mercadolibre.com.ve/MLV-418327770-bano-de-crema-de-keratina-tratamiento-restaurador-\\_JM](http://articulo.mercadolibre.com.ve/MLV-418327770-bano-de-crema-de-keratina-tratamiento-restaurador-_JM)>

McGraw hill (s. f.). El área de recursos humanos. *Unidad 1 (pag. 11)*. Recuperado de <<http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448169352.pdf>>

Moreno, J (2014). La Patria. *¿Cuánto es suficiente?*. Recuperado de <[www.lapatria.com/columnas/cuanto-es-suficiente](http://www.lapatria.com/columnas/cuanto-es-suficiente)>

Motiva Group (s. f.). Diseño Web Medellín. *Motiva Group*. Recuperado de <<http://www.motivagroup.co/disenio-paginas-web-medellin/?gclid=CLDxgfDzgb0CFY1xOgodNVwAtw>>

Oficina del Censo de EE.UU (Enero 2014). Geografía: *mapas y datos*. *Census*. Recuperado de <<https://www.census.gov/geo/maps-data/>>

Overseas Agency (s. f.). Overseas Agency. *Chitunarayan*. Recuperado de <[http://chitunarayan.trustpass.alibaba.com/company\\_profile/trade\\_capacity.html](http://chitunarayan.trustpass.alibaba.com/company_profile/trade_capacity.html)>

Panjiva (2013). United States Import Trends of HTS Code 6704.20.00.00. *Panjiva*. Recuperado de <<http://es.panjiva.com/trendspotting/imports/United-States/6704.20.00.00/Prepared-feathers-and-down-and-articles-made-of-fe/11135>>

Pentti Routio (2007). Análisis en desarrollo de productos. *Desarrolla Un Producto Industrial*. Recuperado de <<http://www2.uiah.fi/projects/metodi/23a.htm>>

Preciolandia (s. f.). Laca para el cabello. *Proveedores*. Recuperado de <<http://www.preciolandia.com/pe/aqua-net-laca-para-el-cabello-6pqkk-a.htm>>

Proexport (2014). Descripción del sector. *Inversión en el sector Cosméticos y Productos de Aseo en Colombia*. Recuperado de <<http://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/cosmeticos-y-productos-de-aseo.html>>

Rastogi, S., Johnson, T. D., Hoeffel, E. M., & Drewery, M. P. (Septiembre, 2011). The Black Population: 2010. *Census*. Recuperado de <<http://www.census.gov/prod/cen2010/briefs/c2010br-06.pdf>>

Romero, F. (Septiembre 2012). Colombia. *Villavo está en Colombia*. Recuperado de <[http://villavoestaencolombia.blogspot.com/2012/09/colombia\\_25.html](http://villavoestaencolombia.blogspot.com/2012/09/colombia_25.html)>

Santiago, I. (Noviembre 2012). Lista de las mejores páginas web para poner Anuncios Gratis. *Ignacio Santiago*. Recuperado de <<http://ignaciosantiago.com/blog/lista-de-las-mejores-paginas-web-para-poner-anuncios-gratis/http://ignaciosantiago.com/blog/lista-de-las-mejores-paginas-web-para-poner-anuncios-gratis/>>

Santa Cruz de Tenerife (Junio 2009). Tintes Hervalia. *Proveedores*. Recuperado de <<http://santacruzdetenerife.olx.es/vendo-tintes-hervalia-con-esencias-naturales-iiid-34883129>>

Tolle Und Locke (s. f.). Herzlich willkommen in unserer kleinen, feinen Welt der Perücken aus Echthaar. *Tolle Und Locke*. Recuperado de <<http://www.tolle-und-locke.de/Peruecken-aus-Echthaar:::1.html>>

Un Estudio PROPAIS (s. f.). Sector Cosméticos en Colombia. *PROPAIS*. Recuperado de <<http://propais.org.co/biblioteca/inteligencia/sector-cosmeticos-en-colombia.pdf>>

Une (2014). Internet Plus Empresarial. *Une*. Recuperado de <<http://www.une.com.co/empresas>>

**Your Hair World (s. f.). YHW collection. *Your Hair World*. Recuperado de <<http://www.your-hair-world.de/>>**