



**Jabón de Papel Portable**

PLAN DE NEGOCIO

---

# JABÓN DE PAPEL PORTABLE

---

CONFETTI S.A.S.  
DICIEMBRE 2011

**CONFETTI S.A.S.**  
Plan de Negocios

Confetti S.A.S.  
Medellín, Diciembre, 2011



## JABON DE PAPEL PORTABLE

### Contenido - Plan de Negocio

<b>1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO.....</b>	<b>9</b>
<b>2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS .....</b>	<b>10</b>
<b>3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA .....</b>	<b>11</b>
3.1 Nombre de la Empresa.....	11
3.2 Descripción de la Empresa.....	11
3.3 Misión de la Empresa .....	11
3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo .....	11
3.5 Ventajas Competitivas .....	11
3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir.....	12
3.7 Relación de productos y/o servicios .....	12
3.8 Justificación del Negocio.....	12
3.9 Análisis del entorno y del sector .....	12
3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio.....	13
<b>4. ANALISIS DEL MERCADO.....</b>	<b>14</b>
4.1 Objetivos de Mercadeo .....	14
4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios .....	14
4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios.....	15
4.3.1 El Mercado Meta.....	15
4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor.....	16
4.4 El Mercado Proveedor .....	18
4.4.1 Proveedores.....	18
4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor .....	18
4.5 El Mercado Competidor.....	19
4.5.1 Competidores .....	19
4.5.2 Estudio del Mercado Competidor .....	20
4.6 El Mercado Distribuidor .....	21
4.6.1 Distribución .....	21
4.6.2 Distribución Directa (En caso de ser aplicable).....	22
4.6.3 Manejo de Inventarios .....	22
4.6.4 Comunicación .....	22
4.6.5 Actividades de promoción y divulgación .....	23
4.7 Precios de los Productos .....	24
4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos .....	24
4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos .....	24

4.7.3	Los Precios de los Productos propuestos .....	25
4.7.4	Política de Precios .....	25
4.8	Costos asociados a las Actividades de Comercialización .....	25
4.9	Riesgos y Oportunidades del mercado.....	25
4.10	Plan de ventas .....	25
<b>5</b>	<b>ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN) .....</b>	<b>26</b>
5.1	Objetivos de producción .....	26
5.2	Descripción del proceso de producción .....	26
5.3	Capacidad de producción.....	27
5.4	Plan de Producción .....	27
5.5	Recursos materiales y humanos para la producción .....	27
5.5.1	Locaciones .....	27
5.5.2	Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres .....	27
5.5.3	Requerimientos de materiales e insumos .....	27
5.5.4	Requerimientos de servicios .....	28
5.5.5	Requerimientos de personal.....	28
5.6	Programa de producción .....	29
<b>6</b>	<b>ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....</b>	<b>30</b>
6.1	Procesos Administrativos .....	30
6.1.1	Descripción de los procesos administrativos .....	30
6.1.2	Procesos administrativos externalizados .....	31
6.2	Estructura Organizacional del Negocio .....	31
6.2.1	Organigrama .....	31
6.2.2	Descripción funcional de la Organización.....	32
6.3	Recursos materiales y humanos para la administración .....	32
6.3.1	Locaciones .....	32
6.3.2	Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres .....	33
6.3.3	Requerimientos de materiales de oficina.....	33
6.3.4	Requerimientos de servicios .....	33
6.3.5	Requerimientos de personal.....	34
6.4	Programa de administración.....	34
<b>7</b>	<b>ASPECTOS LEGALES .....</b>	<b>35</b>
7.1	Tipo de Organización empresarial.....	35
7.2	Certificaciones y gestiones ante entidades publicas .....	35
<b>8</b>	<b>ASPECTOS FINANCIEROS .....</b>	<b>37</b>
8.1	Estructura Financiera del proyecto .....	37
8.1.1	Recursos Propios.....	37
8.1.2	Créditos y Préstamos Bancarios .....	37
8.2	Ingresos y Egresos.....	38
8.2.1	Ingresos.....	38

8.2.1.1	Ingresos Propios del Negocio.....	38
8.2.1.2	Otros Ingresos .....	38
8.2.2	Egresos .....	38
8.2.2.1	Inversiones .....	38
8.2.2.2	Costos .....	38
8.2.2.3	Gastos .....	38
8.2.2.4	Gastos Financieros.....	39
8.3	Estados Financieros Proyectados .....	39
8.3.1	Flujo de Caja.....	39
8.3.2	Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados).....	39
8.4	Evaluación financiera del proyecto .....	39
8.4.1	Valor Presente Neto .....	39
8.4.2	Tasa Interna de Retorno.....	39
<b>9</b>	<b>CONSIDERACIONES FINALES.....</b>	<b>55</b>
<b>10</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>56</b>

CONTENIDO

TABLAS E ILUSTRACIONES

Tabla 1 Habitantes de Antioquia .....	16
Tabla 2 Participación de nuestro producto en el mercado.....	19
Tabla 3 Estudio de la Competencia .....	20
Tabla 4 Comercialización del producto .....	22
Tabla 5 Como dar a conocer nuestro producto en el mercado .....	24
Tabla 6 Flujograma.....	26
Tabla 7 Actividades del personal.....	28
Tabla 8 Valor procesos administrativos externos .....	31
Tabla 9 Organización de la empresa .....	31
Tabla 10 Descripción funcional de la Organización.....	32
Tabla 11 Requerimientos tecnológicos .....	33
Tabla 12 Materiales e insumos .....	33
Tabla 13 Requerimientos de personal.....	34
Tabla 14 Impacto de constitucion del Negocio .....	35
Tabla 15 Nacional.....	35
Tabla 16 Regional.....	35
Tabla 17 Municipal.....	36
Tabla 18 Inversiones (exigibles y disponibles) .....	40
Tabla 19 Amortización Préstamo (Mensual).....	41
Tabla 20 Ventas totales por producto .....	42
Tabla 21 Capital de trabajo .....	43
Tabla 22 Costos totales .....	44
Tabla 23 Punto de equilibrio .....	45
Tabla 24 Flujo de caja (mensual) y evaluacion financiera.....	46
Tabla 25 Flujo de caja (anual - 2 años) .....	49
Tabla 26 Flujo de caja (anual - 3 años) .....	50
Tabla 27 Flujo de caja (anual - 4 años) .....	51
Tabla 28 Flujo de caja (anual - 5 años) .....	52
Tabla 29 Estado de resultados -Cifras mensuales.....	53

### RESUMEN EJECUTIVO

El uso de los jabones ha tomado un lugar importante desde hace varios años y con el tiempo la percepción de éste ha ido incrementado por las personas que lo utilizaban, exigiendo poco a poco un valor único con estilos y olores que fueran acorde a su personalidad. En la actualidad encontramos diversos tipos de jabones personales, desde pastillas hasta jabones líquidos. Este jabón personalizado tipo bolsillo viene presentado en diferentes figuras, colores y olores de acuerdo a la personalidad de cada cliente.

El objetivo principal del proyecto es poder darle la capacidad al cliente de obtenerlo por un bajo costo y que pueda llevarlo consigo a todo lugar, manteniendo buena higiene todo el tiempo. Por otra parte, el uso de este nuevo sistema generará un beneficio de gran relevancia debido a la posibilidad de disponer de un lavado rápido y eficaz, olvidando la posibilidad de tocar otros dispensadores, logrando un mejoramiento en la calidad de vida.

Nuestro producto será importado desde China y comercializado en Colombia. Es un bien de consumo final, ya que no requerirá de modificaciones para hacer uso del mismo. Nuestros clientes serían los minoristas, farmacias, misceláneas, mini mercados, entre otros.

Se estima una venta de aproximadamente 3.000 unidades por mes. Nombre de la empresa proveedora en China es Lao Junming. Es una empresa: fabricante, compañía comercial, distribuidor, mayorista producto, servicio. Totalmente confiable a la hora de comprarle el producto. Observando los precios de la competencia, buscando un punto de equilibrio y analizando los costos estimados desde la importación, la nacionalización de la mercancía y la disponibilidad en la bodega; el valor unitario de los jabones de papel podría estar en un costo \$ 6.000 pesos la unidad.

Se tiene diseñado un plazo en tiempo de 40 días para la compra y comercialización del producto, 15 días será el tiempo empleado para conseguir los clientes y que nos hagan el pedido. 10 días tardara en llegar la mercancía desde China, ya que será transportada aérea. Y otros 15 días será el tiempo máximo que tenemos para hacer la distribución del producto a nuestros clientes.

Principalmente se utilizara la internet (Facebook) como medio de comunicación para comenzar a dar a conocer el producto, ya que este medio es una de las mejores maneras de llegar a las personas interesadas en los jabones portables.

Para llevar a cabo el proyecto es necesario hacer una inversión de \$ 94.329.119, se cuenta con \$ 66.000.000. Se hará un préstamo equivalente a \$ 28.329.119, mediante una cooperativa, la cual tiene un interés efectivo mensual de 1%. Diferido a 36 meses.

Los flujos de caja son positivos y debido a que el disponible equivale a un monto mayor que el dinero que hay que conseguir de parte de terceros, consideramos que el proyecto puede ser viable desde el punto de vista financiero.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

<b>LAURA MARIA OCHOA CADAVID</b>			
Identificación:	1128401900	Teléfono: 2729464	Celular: 3207392164
Dirección:	Calle 54 N° 47-68		Barrio: Prado
Ciudad	Bello	Correo electrónico:	<u><a href="mailto:Laura8a15@hotmail.com">Laura8a15@hotmail.com</a></u>
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	x Universitarios
Otros Estudios:			

<b>DANIELA MARIN LOPEZ</b>			
Identificación:	1152440690	Teléfono: 2359417	Celular: 3006312041
Dirección:	Calle 32F N° 68-27		Barrio: Belén Malibú
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	<u><a href="mailto:Dannyml_92@hotmail.com">Dannyml_92@hotmail.com</a></u>
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	x Universitarios
Otros Estudios:			

<b>JUAN CAMILO ZAPATA GALVIS</b>			
Identificación:	1128440119	Teléfono: 5714799	Celular: 3128658233
Dirección:	Cra 44 N° 88-71 (301)		Barrio: Manrique
Ciudad	Medellín	Correo electrónico:	<u><a href="mailto:jczapatag@hotmail.com">jczapatag@hotmail.com</a></u>
Estudios:	Técnicos	Tecnológicos	x Universitarios
Otros Estudios:			

## 2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

La idea de este proyecto nace del deseo de dar solución a la problemática que representa el ingresar a un baño público y no encontrar un dispensador de jabón líquido, para lavar las manos y por consiguiente perjudicando la higiene personal. Hemos notado el crecimiento de enfermedades en la sociedad y eso crea en nosotros un sentimiento de ayuda hacia los demás, por eso pensamos en crear un material beneficioso para nuestros clientes como lo es el jabón personalizado tipo bolsillo, este jabón es muy económico y útil, ya que no cuesta mucho y crea un hábito de higiene y de buena salud para toda la sociedad.

Hasta el momento solo se ha visto en el mercado jabones líquidos anti-bacteriales, para uso en caso de no lavarse las manos por alguna circunstancia o por haber tocado algún contenido infeccioso. Es por esto que percibimos que los jabones portables son una buena oportunidad de mercado, por su facilidad de uso.

Un propósito adicional es realizar el trabajo de grados para optar al título de Tecnólogo en Comercio Internacional y de tener una opción de negocio a la hora de salir a lo laboral, ya que el proyecto es viable.

### 3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

#### 3.1 Nombre de la Empresa

Confetti S.A.S.

#### 3.2 Descripción de la Empresa

La empresa Confetti S.A.S. se dedicará a la importación y comercialización de los Jabones de Papel Portables, lo cual nos diferenciará frente a la competencia ya que estos productos son nuevos e innovadores en el mercado. La empresa será comercial dirigida al sector de salud.

Será una microempresa que estará ubicada en el municipio de Bello, en la Calle 54 N° 47-68 Barrio Prado.

#### 3.3 Misión de la Empresa

La misión de CONFETTI S.A.S. es la de proveer higiene a diferentes segmentos de personas que habitan en el Departamento de Antioquia, pero nuestro mercado meta serán misceláneas, farmacias, entre otros; a través del jabón de papel portable, elaborados con altos niveles de calidad, de acuerdo a las exigencias de nuestros clientes tomando en cuenta como principal factor la satisfacción de las necesidades de los consumidores de gel antibacterial. Aportamos en el crecimiento de la economía, ya que generamos una apertura de mercado con un producto innovador y nuevo en el mercado.

#### 3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Posicionar la empresa CONFETTI con nuestro innovador producto jabones de papel portables abarcando mercados en los Municipios aledaños al área metropolitana y aumentando las ventas en un 5% mensual; ya que queremos ser la marca reconocida como pionera en la comercialización de jabones de papel portables.

- A corto plazo:

Para Junio del 2012 poner en marcha el proyecto.

- A mediano plazo:

Para Diciembre del 2013 lograr la meta de vender las 3.000 unidades por un mes.

- A largo plazo:

Para finales del 2018 lograr el reconocimiento como marca pionera en el Departamento de Antioquia y llegar poder ampliarnos por todo el país de Colombia.

#### 3.5 Ventajas Competitivas

Es un producto innovador en el mercado ya que este es un producto nuevo, su apariencia le da un estilo único de parecer un papel confetti, brindando las mismas características de un gel antibacterial siendo estos los competidores de nuestro producto.

Además, su fácil uso, llamativos colores, olores y figuras y su reducido tamaño facilitando poder llevarlo a cualquier lugar. Estos jabones se podrán encontrar en las principales farmacias, mini mercados, misceláneas, entre otros de los principales municipios de Antioquia.

### 3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

Esta idea surgió de la necesidad que se ve a la hora de entrar un baño o cuando se termina de comer y se requiere asear las manos, en la mayoría de los lugares públicos no hay disponibilidad de jabón y no se tiene la oportunidad de quedar con las manos bien limpias, como a toda persona le gustaría, así que los jabones portables nacieron para suplir dicha necesidad, ya que estos se podrán cargar fácilmente en el bolso.

### 3.7 Relación de productos y/o servicios

Jabones de papel portables de uso anti-bacterial. La presentación de los jabones serán dos: preformas tubo y corazones caja pequeña de plástico. Ambas tienen la misma cantidad de jabón, la única diferencia es su empaque.

### 3.8 Justificación del Negocio

Estos jabones serán importados desde China para ser comercializados principalmente en la ciudad de Medellín, más adelante se estudiará la forma de llegar a las principales ciudades de Colombia, la idea es poder dar a conocer este producto y que se pueda quedar en las personas como algo indispensable para llevar a todo lugar, siempre mostrando los beneficios que trae para todas las personas, la facilidad de uso, su comodidad para cargar y lo innovador.

### 3.9 Análisis del entorno y del sector

Los jabones y geles anti-bacteriales son de fácil consecución en cualquier almacén de cadena, farmacia, entre otros. Están situados estratégicamente para atender a toda clase de personas.

Se observan infinidad de presentaciones, tamaños, olores y colores; brindando comodidad y poder de elección a los compradores.

## SEGMENTACION

- Geográficamente: Medellín y municipios aledaños al área metropolitana de Antioquia.
- Demográficamente:
- Edad: edad promedio entre los 15 a 70.
- Genero. Mujeres y hombres.
- Estructura familiar: núcleos familiares donde nazca la necesidad del uso de jabón para prevenir enfermedades.
- Clases sociales: media y alta.
- Psicográfica: Este mercado fue escogido ya que es muy fácil dar a conocer el producto por ser algo novedoso y muy útil para su uso diario.

- Comportamiento: personas que les gusta siempre lavarse las manos para combatir las bacterias y así las enfermedades que están provocan.

### 3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

Los conocimientos que se han adquirido durante el transcurso de nuestra vida. Las enseñanzas que nos dan en el hogar respecto a la higiene personal. El querer evitar las infecciones que se contagian por medio de los objetos que tocamos diariamente, aun así cuando entramos a los baños públicos y terminamos de comer.

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

##### **4.1 Objetivos de Mercadeo**

###### **OBJETIVO GENERAL**

- Verificar que en Colombia los jabones de papel tienen un nicho de mercado y poder tener un fácil acceso para la comercialización y aceptación por parte de los consumidores.

###### **OBJETIVO ESPECIFICO**

- Conocer la posible capacidad adquisitiva que tienen los consumidores para obtener el jabón de papel.
- Establecer los costos del proceso de importación, para definir un precio competitivo en el mercado.
- Identificar los canales de distribución más viables para la comercialización del producto.
- Identificar y establecer los requisitos y normas estipuladas en Colombia, para la comercialización de los jabones de papel.

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

###### **A. TIPO DE PRODUCTO**

Nuestro producto será importado desde China y comercializado en Colombia. Es un bien de consumo final, ya que no requerirá de modificaciones para hacer uso del mismo.

Partida Arancelaria: 34.01.11.00.00

###### **B. NECESIDAD O DESEO QUE ATIENDE**

Evitar la propagación de enfermedades por medio de las infecciones que se extienden por las manos.

###### **C. CARACTERISTICAS FISICAS**

- Jabones de papel con llamativas figuras (espesor: 1mL aprox.) y diferentes tipos de colores, con agradables aromas.
- Son de dos presentaciones: tubo (diámetro: 24mL) y cajas pequeñas de plástico.

###### **D. CARACTERISTICAS TECNICAS**

- El jabón generalmente es el resultado de la reacción química entre un álcali (generalmente dióxido de sodio o de potasio) y alguno ácido graso; esta reacción se denomina saponificación. El ácido graso puede ser por ejemplo la manteca de cerdo o el aceite de coco.

###### **E. CARACTERISTICAS INTANGIBLES**

- Por ser un producto antibacterial, es para el aseo de las manos de mantenerlas limpias y preservar de virus.

###### **F. USOS DEL PRODUCTO**

- Principalmente para lavarse las manos
- Decorativo en los baños

**G. NORMATIVA**

Los jabones de papel se pueden clasificar arancelariamente por la subpartida 34.01.11.00.00, tienen régimen de comercio para importaciones, Libre Importación. Como documentos soporte para el ingreso al país se requiere:

- Registro sanitario, expedido por Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA), según circular 75 del 29 de diciembre de 2006, Ministerio de comercio industria y turismo. Diario oficial N° 46504 Pág. 1. En esta circular se dan las medidas de control previo establecidas por el INVIMA para la importación de productos de aseo, higiene y limpieza, de uso doméstico.
  - Visto Bueno del Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos.
  - Realizar la descripción de las mercancías, con su nombre comercial y otras características propias del producto.
  - Tramite: Previo.
  - Requisito: Opcional (01 ENE 2001) o Obligatorio (09 MAY 2008)
- Electrónico: No.

**H. PRODUCTO COMPLEMENTARIO O SUSTITUTO**

- Por su composición antibacterial y sus características de uso se podría sustituir por los geles anti-bacteriales, ya que ambos de fácil acceso y son portables.

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

**4.3.1 El Mercado Meta**

**USUARIO**

Nuestros clientes serían los minoristas, farmacias, misceláneas, mini mercados, entre otros.

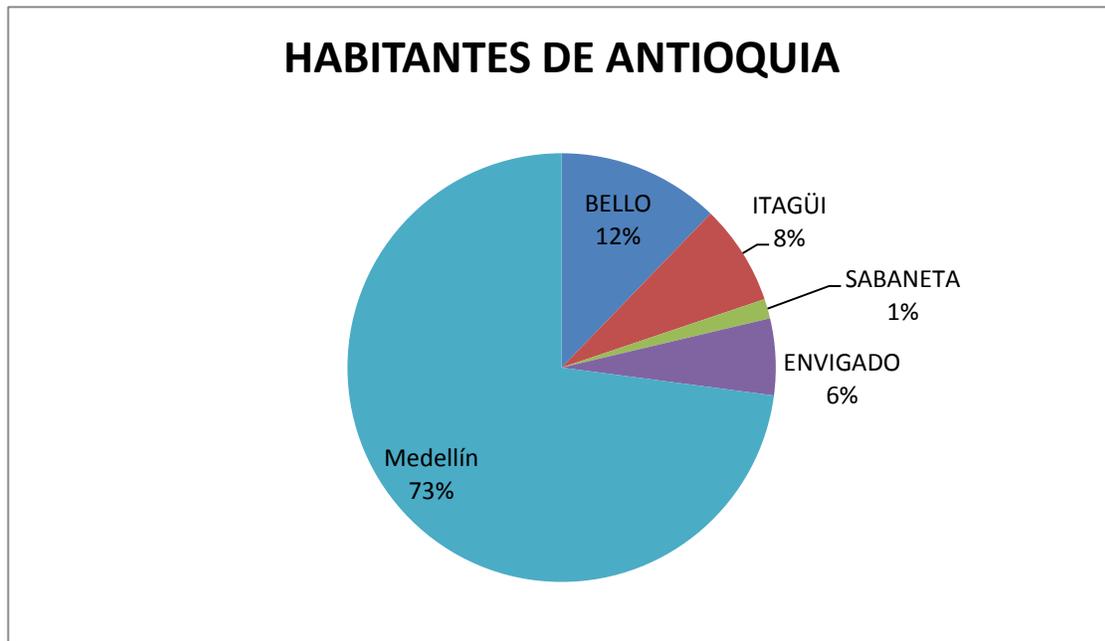
- Demográficamente:
- Edad: edad promedio entre los 15 a 70.
- Genero. Mujeres y hombres.
- Estructura familiar: núcleos familiares donde nazca la necesidad del uso de jabón para prevenir enfermedades.
- Clases sociales: media y alta.

**DEMANDA DEL PRODUCTO**

Nuestra demanda estará ubicada principalmente en Medellín y en algunos municipios aledaños del área metropolitana, como:

- Bello: tiene aproximadamente 371.973 hab.
- Itagüí: tiene aproximadamente 230.272 hab.
- Sabaneta: tiene aproximadamente 44.820 hab.
- Envigado: tiene aproximadamente 175.240 hab.
- Medellín: tiene aproximadamente 2'214.494 hab.

Tabla 1



#### 4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor

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

###### OBJETIVO GENERAL

- Verificar que en Colombia los jabones de papel tienen un nicho de mercado y poder tener un fácil acceso para la comercialización y aceptación por parte de los consumidores.

###### OBJETIVO ESPECIFICO

- Conocer la posible capacidad adquisitiva que tienen los consumidores para obtener el jabón de papel.
- Establecer los costos del proceso de importación, para definir un precio competitivo en el mercado.
- Identificar los canales de distribución más viables para la comercialización del producto.
- Identificar y establecer los requisitos y normas estipuladas en Colombia, para la comercialización de los jabones de papel.

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

Debido a la falta de información, hicimos una estimación consideramos que el 25% de la población anteriormente señalada consume algún tipo de jabón o gel antibacterial para el aseo personal. (Estudios previos publicados por otras personas en el internet).

##### c) Aplicación de la Medios

Esta información fue sacada del censo del 2005 (DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística).

### d) Resultados del estudio de los consumidores

#### Población Consumidora

- Tipo de consumidor: Distribuidor (Mini mercados, Farmacias, Misceláneas, Minoristas, entre otros).
- Criterios de compra de los consumidores: Las condiciones comerciales se dan en el transcurso de la negociación con las cadenas de mercado. Allí se debaten cada uno de los puntos referentes a esto llegando a un mutuo acuerdo beneficioso.

Ya que es por primera vez que se llegaría a introducir al mercado como empresa y producto, para tener más confianza en el momento de vender el producto a los detallistas lo principal sería venderse a contado. Pero si es un detallista confiable, compra al por mayor, y lleva un largo recorrido en nuestra empresa se puede vender la mercancía a crédito.

- Perfil del consumidor:
  - Edad: edad promedio entre los 15 a 70.
  - Genero. Mujeres y hombres.
  - Estructura familiar: núcleos familiares donde nazca la necesidad del uso de jabón para prevenir enfermedades.
  - Clases sociales: media y alta.
- Ubicación de los consumidores

Nuestra demanda estará ubicada principalmente en Medellín y en algunos municipios aledaños del área metropolitana, como:

- Bello: tiene aproximadamente 371.973 hab.
- Itagüí: tiene aproximadamente 230.272 hab.
- Sabaneta: tiene aproximadamente 44.820 hab.
- Envigado: tiene aproximadamente 175.240 hab.
- Medellín: tiene aproximadamente 2'214.494 hab.

Del total de habitantes (información anterior) esperamos atender aproximadamente 30.000 habitantes.

#### Determinación de la Demanda

Por el momento como vía de fácil acceso de entrar al mercado es por medio de 4 almacenes, ya que será una pequeña importación y se entrará por primera vez al mercado con dicho producto. Estos 4 almacenes serán:

- Mini mercados
- Farmacias
- Misceláneas
- Minoristas

#### 4.4 El Mercado Proveedor

##### 4.4.1 Proveedores

Lao junio Ming se encuentra en el mayor centro internacional del Sur de mercancías de China al por mayor – Cantón de la ciudad de Onelink plaza. Lao junio Ming se dedica principalmente a vender sobres perfumados, inciensos aromáticos, aceites esenciales, difusores de caña, jabón de aromaterapia, productos de aromaterapia, repelente (mosquitos repelente inciensos) y refrescos de humo.

Los productos tienen una variedad de especificaciones y modelos completos. Lao junio Ming se adhiere a la “primera calidad, basada en integridad” de su funcionamiento, y presta atención a la calidad del producto. Su satisfacción de su objetivo final. La empresa siempre ha estado de busca de alta calidad, alta eficiencia y servicio de orientación.

##### 4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

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

Del proveedor deseamos saber la confiabilidad que nos brinda, el suministro mensual, forma de pago, precios unitarios, cantidad mínima de venta, entre otros.

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

La información del proveedor la obtuvimos de un tercero, quien observo la oferta del producto en la página web alibaba.com, por medio de esta accedimos a la información de contacto del vendedor directo en China.

###### c) Aplicación de la Medios

La investigación del proveedor se realizó por medio del internet, ya que no se tiene contacto directo con él. Solo por vía e-mail.

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

- Nombre de la empresa: Lao Junming
- Tipo de empresa: fabricante, compañía comercial, distribuidor, mayorista producto, servicio.
- Venden: Sachet perfumado, el incienso aromático, aceites esenciales, difusor carrizo, jabones de aromaterapia, repelente de mosquito incienso, humo de actualización.
- Ubicación: sala 6ª034, OneLink Plaza, B1/F-7/F No. 39, Sur Jiefang Road, Guangzhou, Guangdong, China (continental).
- Número de empleados: 11 – 50 personas.
- URL de la empresa Sitio Web: <http://www.yiyaxuan.net.cn>

**PROPIEDAD Y CAPITAL**

- Año de creación: 2007
- Representante Legal / Propietario de la empresa: Sr. Lao Junming

**COMERCIO Y MERCADO**

- Mercados principales: América del Norte, América del Sur, Europa Oriental, Sudeste de Asia, África, Oceanía, Asia Oriental, Europa Occidental.
- Volumen de ventas anuales: 10 millones de dólares EE.UU. – EE.UU. \$ 50 millones
- Porcentaje de exportación: 11% - 20%

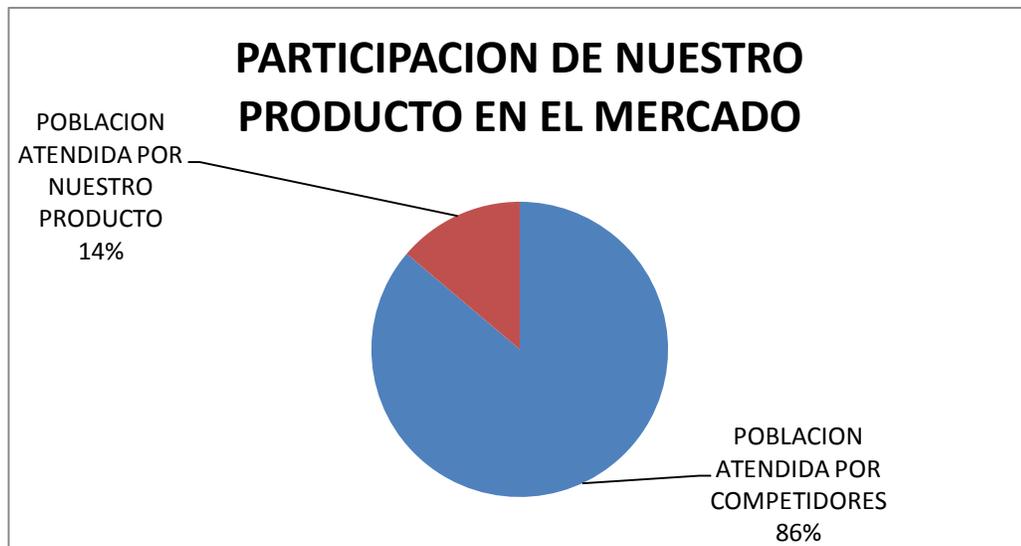
**4.5 El Mercado Competidor**

**4.5.1 Competidores**

Como principales competidores en el mercado, bien sea por reconocimiento o por precio, son:

- Gel antibacterial familia
- Cero antibacterial
- Antibacterial dettol
- JGB
- Vogue
- Maos, entre otros.

**Tabla 2**





#### 4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

##### a) Variables estudiadas del mercado Competidor

La principal variable estudiada de la competencia fue los precios que manejan una vez tienen sus productos antibacteriales en el punto de venta o los almacenes de cadena. También se organizó la tabla según las marcas, presentación del producto.

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

La información fue adquirida por medio de la página web de almacenes éxito.

##### c) Aplicación de la Medios

La información fue adquirida del internet, ingresando a la página web de almacenes éxito.

##### d) Resultados del Estudio de la Competencia: precios de venta en supermercados

**Tabla 3**

Estudio de la Competencia

No .	EMPRESA	NOMRBRE DEL PRODUCTO	PRESENTACION	REFERENCIA	MERCADO	PRECIO
1	Familia	Gel Antibacterial	40mL	PLU: 980182	Exito	\$ 2.900
2	Sanity	Gel Antibacterial Instantáneo Neutro	85mL	PLU: 615733	Exito	\$ 4.890
3	Fiammé	Gel Antibacterial Touch 4Men	120mL	PLU: 658866	Exito	\$ 6.250 PND
4	Sanity	Gel antibacterial suavizante. Disney princesas	85mL	PLU: 636970	Exito	\$ 3.560 PND
5	Éxito	Gel Antibacterial Surtido	85mL	PLU: 118811	Exito	\$ 3.720 PND
6	Bacteri Soft	BACTERISO GEL ANTIBACTERIA L X BacteriSoft gel. Neutro	120mL	PLU: 176437	Exito	\$ 5.480 PND
7	Pequeñín	Gel antibacteriál Fres-Kids, aroma sandía.	60mL	PLU: 121205	Exito	\$ 3.770

8	Aromasess e	Gel antibacterial instantáneo. Avena	88mL	PLU: 954106	Exito	\$ 5.300
9	Aromasess e	Gel antibacterial instantáneo. Frutas exóticas	88mL	PLU: 955849	Exito	\$ 5.300
10	Fiammé	Gel antibacterial Night Blossom	120mL	PLU: 654594	Exito	\$ 6.250 PND
11	Aromasess e	Gel antibacterial instantáneo. Juicy Pear	88mL	PLU: 955084	Exito	\$ 5.300
12	Aromasess e	Gel antibacterial instantáneo. Berry pasión	88mL	PLU: 955083	Exito	\$ 5.300
13	Fiammé	Gel antibacterial instantáneo	120mL	PLU: 656539	Exito	\$ 6.250 PND
14	Reckitt Benckiser	Gel antibacterial Dettol	50mL		Naturcity	\$ 8,600

#### 4.6 El Mercado Distribuidor

##### 4.6.1 Distribución

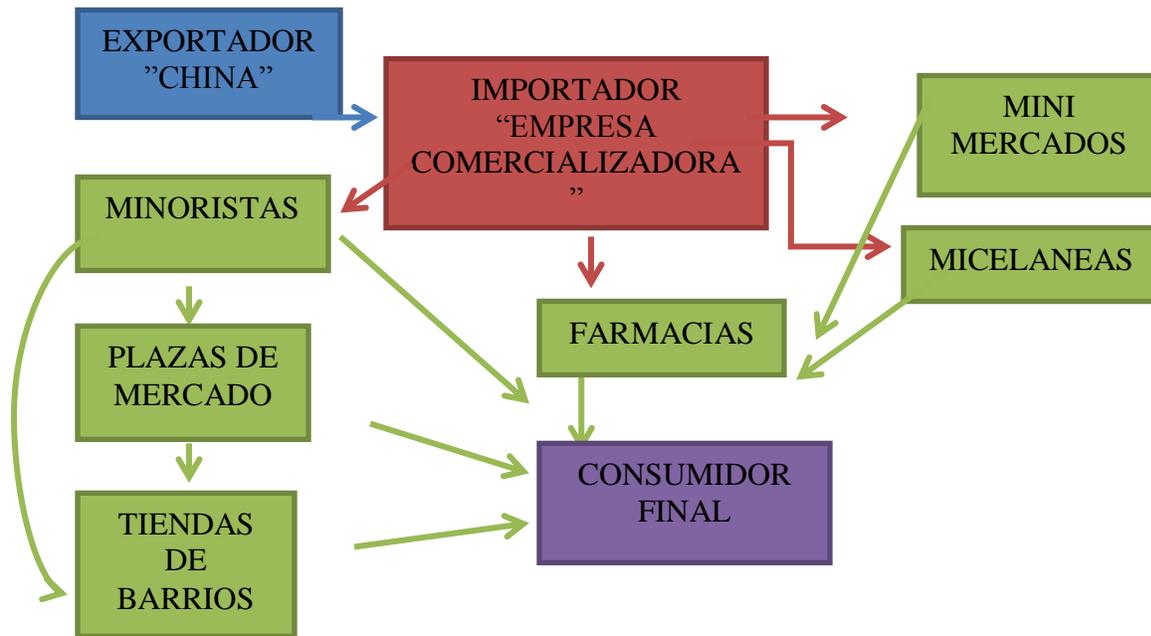
La comercialización de los jabones de papel portables se pueden realizar indirectamente por diferentes tipos de canales de distribución.

Por el momento como vía de fácil acceso de entrar al mercado es por medio de 4 almacenes, ya que será una pequeña importación y se entrará por primera vez al mercado con dicho producto. Estos 4 almacenes serán:

- Mini mercados
- Farmacias
- Misceláneas
- Minoristas

Estos tipos de almacenes tienen contacto directo con los consumidores finales, lo cual les permitirá vender el producto satisfactoriamente haciendo presentaciones del mismo. De igual forma, los minoristas serán intermediarios para vender en plazas de mercados y tiendas de barrio. A continuación se muestra el canal de distribución que utilizaremos para la comercialización del producto:

Tabla 4



#### 4.6.2 Distribución Directa (En caso de ser aplicable)

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

La distribución del producto se realizara directamente, ya que personal de nuestra empresa se encargara de llevar el producto hasta los almacenes, misceláneas, farmacias, entre otros.

b) Fuerza de ventas

Una sola persona estará encargada de la entrega de la mercancía, que será la misma persona encargada del almacenamiento del producto.

#### 4.6.3 Manejo de Inventarios

La importación de los jabones, se tiene pensado realizar el proceso bimestralmente, comprando aproximadamente 6000 unidades, con un estimado de venta mensual de 3000 unidades, se tendrá siempre disponible producto en caso de tener una sobre-demanda.

#### 4.6.4 Comunicación

El producto será conocido en el mercado como jabón de papel portable, ya que su envase permite guardarlo y transportarlo con facilidad, este estará identificado con el logo distintivo de nuestra empresa Confetti S.A.S.



#### 4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

##### A. MEDIOS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD DEL PRODUCTO

###### ELEMENTOS PROMOCIONALES:

- Medios de comunicación (internet).
- Fuerza de venta (vendedores capacitados).
- Relaciones públicas (amigos, familiares, personas conocidas, entre otros).

###### PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD UTILIZADAS EN LA CATEGORIA DE PRODUCTOS EN EL MERCADO OBJETIVO

El consumidor colombiano exige ciertas características en el momento de promocionar un producto, les gusta que les brinden información específica sobre incidencia de un producto, de cómo sería su uso y específicamente cuáles son sus características, una publicidad clara.

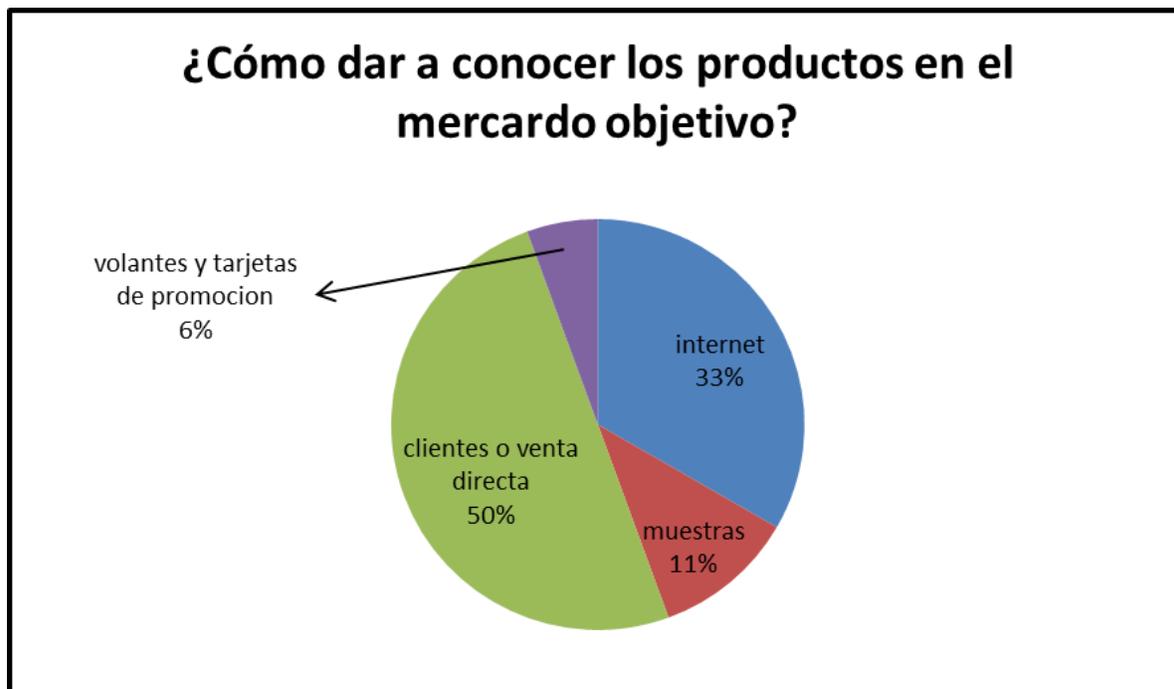
Las formas de promoción son variadas: publicidad en revistas especializadas o en otra publicaciones (incluyendo diarios), folletos (para el público). En los últimos tiempos, la comunicación virtual también está siendo utilizada para promocionar productos.

También una manera de promocionar los jabones en el mercado objetivo son por medio de personas capacitadas, ofreciéndoles información sobre el nuevo producto. Es importante que el producto que apenas se va a dar a conocer, ofrecer muestras gratis del producto a los detallistas interesados para que estos le hagan llegar de esta manera a los clientes los jabones portables.

###### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Principalmente se utilizara la internet (Facebook) como medio de comunicación para comenzar a dar a conocer el producto, ya que este medio es una de las mejores maneras de llegar a las personas interesadas en los jabones portables.

Tabla 5



#### 4.7 Precios de los Productos

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

Detallar los precios del producto a nivel nacional resulta un tanto difícil, por las variaciones que se reportan según las diversas fuentes consultadas.

Así mismo, según los datos proporcionados por las páginas de internet consultadas, los precios en el mercado nacional de los jabones antibacteriales también muestran mucha variación.

El precio promedio de venta de los jabones portables, según lo consultado es de \$6.000 pesos la unidad. Cabe mencionar que, en gran medida, la diferencia en los precios se relaciona con el canal de venta utilizado: si es mayorista o consumidor final. Los productores que logran vender el producto directamente al consumidor final obtienen un mejor precio por unidad que aquellos que lo venden a un intermediario al por mayor. Esto se debe a que los productores pueden obtener un mayor margen de ganancia si llegan al consumidor final y así omiten varios canales de intermediarios.

##### 4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

- Producto:	\$2.500 unidad (jabón sin envase)
- Envases:	\$200.000
- Cajas de cartón:	\$150.000
- Agente de carga internacional	\$130 USD TON/mt <sup>3</sup>
- Intermediación aduanera	\$300.000

### 4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Analizando todos los costos que conlleva el importar los Jabones de Papel, se acordó comercializar cada unidad de producto o envase de producto en \$6.000.

### 4.7.4 Política de Precios

Los precios son definidos para un plazo de pago de 30 días, este será el tiempo que tienen nuestros clientes para pagarnos el producto.

### 4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

El área de mercadeo y venta, está considerado como una persona fija en la empresa. Pero no consideramos estos egresos de dinero como costos que se le deben cargar al producto, lo tenemos considerados en los gastos de la empresa.

### 4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Debido a la gran acogida que se ha tenido los jabones antibacteriales, las personas están cada vez más preocupadas por su higiene ya que se ha propagado últimamente virus de toda clase afectando a la población desde los niños hasta los adultos.

Con los jabones de papel daríamos una solución al problema en cuestión de la higiene y más que los jabones son portables, podrían llevarse por toda parte.

### 4.10 Plan de ventas

Se tiene diseñado un plazo en tiempo de 40 días para la compra del producto, 15 días será el tiempo empleado para conseguir los clientes y que nos hagan el pedido. 10 días tardara en llegar la mercancía desde China, ya que será transportada aérea. Y otros 15 días será el tiempo máximo que tenemos para hacer la distribución del producto a nuestros clientes. De esta manera, se tendrá producto necesario para cumplir los pedidos ya realizados.

La cantidad de unidades de producto que se esperan vender por mes serán 3.000 unidades.

## 5 ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

### 5.1 Objetivos de producción

#### OBJETIVO GENERAL

- Determinar si nuestro proyecto tiene la capacidad para llevarse a cabo considerando la localización y equipos necesarios.

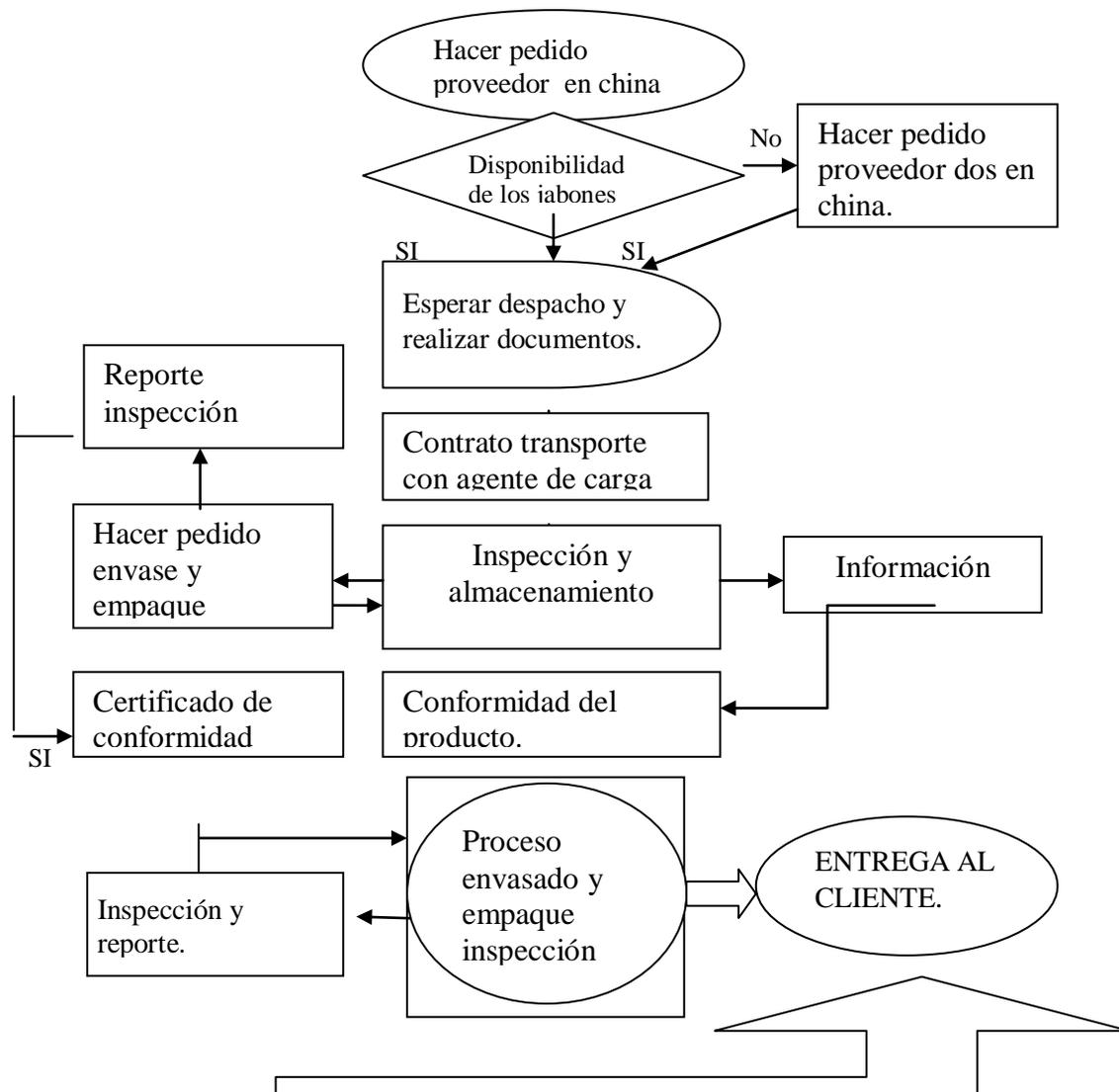
#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los equipos necesarios la importación.
- Determinar el personal requerido para cumplir exitosamente el proceso.
- Definir el proceso de importación y comercialización del producto.
- Determinar la capacidad de almacenamiento y localización de la empresa.

### 5.2 Descripción del proceso de producción

Tabla 6

FLUJOGRAMA Proceso: importación de jabones de papel portable



### 5.3 Capacidad de producción

Según lo investigado en el estudio de mercado llegamos a la conclusión que nuestro producto lo comercializaremos en el área metropolitana.

Como lo son también los municipios de bello, Itagüí, sabaneta, envigado y según la cantidad de habitantes y el porcentaje de cada municipio se repartirá el producto, por el que más habitantes tiene se comercializará más cantidad y así sucesivamente. Para comenzar se estima una venta de aproximadamente 3.000 unidades por mes.

### 5.4 Plan de Producción

Se importara producto cada dos meses, aproximadamente 6000, siendo nuestra meta de venta 3000 unidades por mes. Así se tendrá producto disponible en caso de presentarse una venta extra.

### 5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

#### 5.5.1 Locaciones

Haremos uso de un local de 6 x 10 metros, en el cual estará ubicado la parte administrativa y de almacenamiento.

Valor: \$ 30.000.000 (Recursos propios)

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

- MAQUINARIA  
No se necesita porque no tenemos proceso de producción.
- EQUIPOS

Necesitaremos 3 computadores para almacenar la información, un carro y una moto particulares que nos servirá en el proceso de distribución del producto.

Valor: \$ 24.000.000 (Recursos propios)

#### 5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos

- MATERIA PRIMA  
Es un producto terminado o sea no requiere transformación.
- INSUMOS

Lo que se necesitará para la comercialización del producto una vez llegue a nuestra bodega, son cajas de cartón para empacar los jabones por docenas o según lo pedido. Son 3.000 unidades de jabones de papel portables, los cuales serán empacadas en 250 cajas de a 12 unidades cada una.

Valor: \$ 600 \* 250 = \$ 150.000

Necesitaremos papelería para la facturación. Separadores, lapiceros, carpetas, borradores, cosedoras, marcadores, entre otros.

Valor: \$ 50.000

#### 5.5.4 Requerimientos de servicios

Para el funcionamiento de la empresa se hará uso de los servicios públicos básicos: energía, agua y comunicación telefónica. Mensualmente se tiene un estimado de \$250.000.

#### 5.5.5 Requerimientos de personal

**Tabla 7**

#### Actividades del personal

ACTIVIDADES	FUNCIONES	PERFIL	CARGO	REQUERIMIENTOS TECNOLOGICOS	SALARIO
VENDER-FACTURAR-ORDEN DE DESPACHO-COBRO-PASAR SOPORTES A CONTABILIDAD	Ofrecer el producto facturar mercancía y contactar al cliente para el cobro.	tecnólogo en comercio internacional	jefe de mercadeo y ventas	computador (1`000.000) papelería para facturación (50.000) escritorio y silla (150.000) plan celular (40.000)	800.000
CONTACTO PROVEEDOR EN EL EXTERIOR-GENERAR ORDEN DE COMPRA-REALIZAR IMPORTACION	Negociación con proveedor en el exterior y nacionalizar mercancía.	tecnólogo de comercio internacional	Jefe de comercio exterior.	computador (1`000.000) papelería para facturación (50.000) escritorio y silla (150.000) plan celular (40.000) teléfono(15.000)	800.000
RESIVIR MERCANCIA-ALMACENAR-RECIBIR ORDEN DE COMPRA-ADECUAR MERCANCIA SEGÚN ORDEN DE COMPRA-DISTRIBUIR	Organizar la mercancía en los estantes, verificar inventarios y entrega al cliente.	Tecnólogo en comercio internacional	Jefe de logística y almacenamiento.	computador (1`000.000) papelería para facturación (50.000) plan celular (40.000) escritorio y silla (150.000) estantes (300.000) carro(18`000.000) moto(3`000.000)	800.000

## 5.6 Programa de producción

Nuestro proceso es el de importación y comercialización; para el cual necesitaremos personas encargadas de las ordenes de pedidos y de almacenar la información, de igual manera se hará uso de programas encargados para facilitar los inventarios y tener mayor organización, para este necesitamos equipo de cómputos con software especiales para la sistematización de inventarios.

El primer paso es el contacto con los clientes para ofrecer el producto y que ellos nos hagan el pedido, luego se procede a generar la orden de compra a nuestro proveedor en el exterior y se contrata el transporte internacional.

Una vez está la mercancía en el país, se empaca en cajas de cartón con la cantidad requerida por cada cliente, para su posterior despacho y distribución.

## 6 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

### 6.1 Procesos Administrativos

#### 6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

##### ADMINISTRACION

- Velar porque el negocio funcione correctamente.
- Seleccionar al personal idóneo.
- Registrar la constitución de la sociedad.
- Capacitar al personal de acuerdo a nuestras necesidades.
- Realizar actividades que motiven al personal (integración, salidas culturales, celebración de cumpleaños cada mes y fechas especiales).

##### DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR

- Conseguir proveedores en el exterior.
- Generar orden de compra en el exterior.
- Realizar la importación.
- Diligenciar y presentar documentos para la nacionalización de la mercancía y pago al proveedor.
- Transporte internacional.

##### MERCADEO Y VENTAS

- Diseño de logotipo.
- Localización de clientes.
- Diseño publicidad por medio de páginas de redes sociales y las muestras para nuestros posibles clientes.
- Recibir orden de compra y generar la orden de despacho a producción para coordinar su distribución.

##### CONTABILIDAD

- Facturación.
- Registro de capital.
- Registro de costos y gastos generados por constitución de sociedad.
- Control de pagos prevenientes de nuestros clientes.

##### PRODUCCION

- Controlar el inventario de producto, empaque, envase y embalaje.
- Recibir y organizar el producto final.
- Empacar en el envase final.
- Empacar según la cantidad requerida.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Tabla 8

Valor procesos administrativos externos

ACTIVIDAD	ALCANCE	VALOR
INTERMEDIACION ADUANERA	Mensuales	300.000
AGENTE DE CARGA	Mensuales	130usd ton/mt <sup>3</sup>
DISEÑADOR GRAFICO	Una sola vez	300.000
CONTADOR PUBLICO	Mensual	1 SMLMV 535.600

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

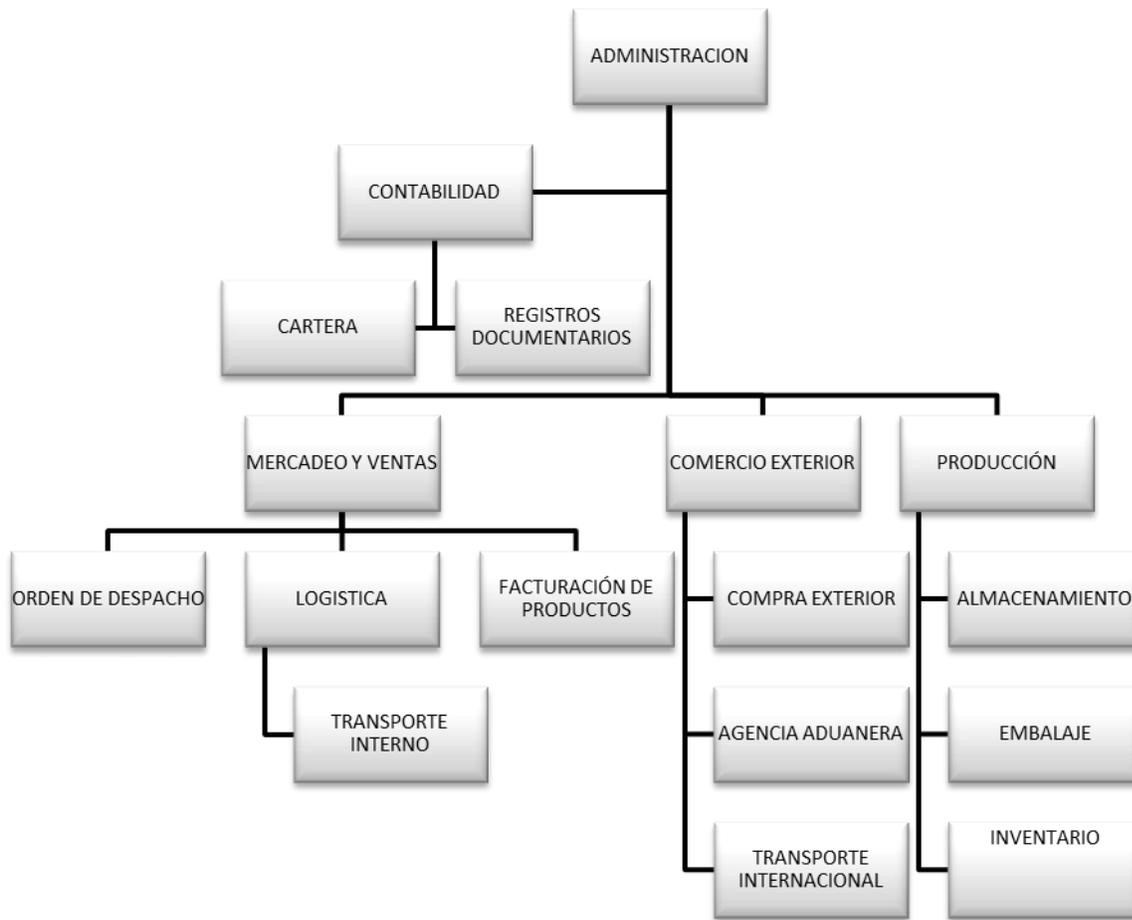
6.2.1 Organigrama

Tabla 9



### 6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Tabla 10



### 6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

#### 6.3.1 Locaciones

La empresa estará ubicada en un local propio, por lo cual no se pagará arriendo. El monto de la inversión será \$94'329.119, dentro de este mismo está el valor de la propiedad discriminándose en \$30'000.000.

El plano de la distribución de cada área de la administración estarán todos unidos junto con el área de almacenamiento, por el momento esta será la ubicación de la misma, a medida que va creciendo las ventas y las negociaciones, va creciendo el local en su estructura ampliándolo o se podrá requerir un arrendamiento de local para el este mismo. El valor del arrendamiento del local, depende de la capacidad adquisitiva que se requiera en el momento.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres

Tabla 11

Requerimientos tecnológicos

REQUERIMIENTOS TECNOLOGICOS	CANTIDAD	VALOR
Equipos de computo	3	\$ 3'000.000
Escritorio y enseres	9	\$ 450.000
Teléfono	3	\$ 45.000

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina

Tabla 12

Materiales e insumos

MATERIALES E INSUMOS	CANTIDAD	VALOR
Papelería para facturación	---	\$ 50.000

La empresa por ser una pyme y por el poco personal que se manejara en ella (3 personas) solamente se requerirá de papelería para la oficina.

6.3.4 Requerimientos de servicios

- Los servicios que se solicitarán para la empresa, serán los servicios públicos los cuales vienen discriminados de la siguiente:
  - Agua
  - Energía
  - Saneamiento
  - Internet
  - Telefonía
  - Entre otros.

Valor: \$ 250.000 Mensual

- Mantenimiento de equipos:

Valor: \$ 30.000 Mensual

### 6.3.5 Requerimientos de personal

**Tabla 13**

#### Requerimientos de personal

ACTIVIDADES	FUNCIONES	PERFIL	SALARIO
VENDER- FACTURAR- ORDEN DE DESPACHO- COBRO-PASAR SOPORTES A CONTABILIDAD	Ofrecer el producto facturar mercancía y contactar al cliente para el cobro.	tecnólogo en comercio internacional	800.000
CONTACTO PROVEEDOR EN EL EXTERIOR- GENERAR ORDEN DE COMPRA- REALIZAR IMPORTACION	Negociación con proveedor en el exterior y nacionalizar mercancía.	tecnólogo de comercio internacional	800.000
RECIBIR MERCANCIA- ALMACENAR- RECIBIR ORDEN DE COMPRA- ADECUAR MERCANCIA SEGÚN ORDEN DE COMPRA- DISTRIBUIR	Organizar la mercancía en los estantes, verificar inventarios y entrega al cliente.	Tecnólogo en comercio internacional.	800.000

### 6.4 Programa de administración

La empresa solo tendrá por el momento 3 personas encargadas de todas las actividades y áreas administrativas de la empresa, lo cual no se requerirá la contratación de más personal a parte del contador público que hará la visita a la empresa mensualmente para llevar a cabo el control financiero y la contabilidad de la misma. El resto de las áreas de la empresa será dirigido directamente por nosotros 3 (fundadores de la empresa), serán las siguientes:

- vender- facturación- realizar orden de despacho - cobro-pasar soportes a contabilidad.
- contacto proveedor en el exterior-generar orden de compra- realizar importación
- recibir mercancía-almacenar-recibir orden de compra-adequar mercancía según orden de compra-distribuir.

7 ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

La empresa será una Sociedades por Acciones Simplificada (SAS)

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

Tabla 14

IMPACTO DE CONSTITUCION DEL NEGOCIO

Trámite	Entidad	Medio	Valor
Registro Mercantil	Cámara de Comercio	Taquilla de Cámara de Comercio	\$ 292.000
Certificado de Bomberos	Municipio	Secretaria de medio ambiente, Cuerpo de Bomberos	\$ 36000
Registro INVIMA	Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos	-----	\$ 2'517.320
Licencia de Funcionamiento	Superintendencia de Vigilancia	-----	\$ 7.266
TOTAL			\$ 2'852.586

Tabla 15

IMPACTO DE IMPOSITIVOS

NACIONAL

Trámite	Entidad	Medio	Valor
IVA	DIAN		16%
Impuesto de Renta	DIAN		33%
Impuesto Patrimonio	DIAN		-----
TOTAL			-----

Tabla 16

REGIONAL

Trámite	Entidad	Medio	Valor
Impuesto de rodamiento	Gobernación de Antioquia	Bancos	\$ 198.500
TOTAL			\$ 198.500

Tabla 17

MUNICIPAL

Trámite	Entidad	Medio	Valor
Impuesto de Industria y Comercio.	Ministerio de industria y comercio	Bancos	\$ 10.000
Impuesto de Avisos y Tableros.	Consejo Municipal	Bancos	\$ 25.255
Impuesto predial urbano	Secretaria Distrital de Hacienda	Bancos	\$ 37.319
Impuesto de semaforización	secretaria de transito y transporte	-----	\$ 80.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 152.574</b>

## 8 ASPECTOS FINANCIEROS

### 8.1 Estructura Financiera del proyecto

#### 8.1.1 Recursos Propios

Los aportes se realizaran a la hora de poner a funcionar el negocio, los cuales serán los siguientes:

Laura María Ochoa Cadavid.

- Edificio (local)
- Computador

Daniela Marín López.

- Carro
- Computador

Juan Camilo Zapata Galvis.

- Moto
- Computador

(Ver tabla 18 y 21)

#### 8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

- Entidad financiera: COPICREDITO (cooperativa de ahorro y crédito)

COPICREDITO

Nit: 900.163.087-4

Liquidación de crédito Nro. (1223765)

Nombre: Ochoa Acevedo Sigifredo

Cedula: 8390234

Código: 63508

Droguería: Drog. El Carmen # 1

Código droguería 18042

Entidad: copidrogas

Regional: Medellín

Dirección: cl. 62A #59-02 (B. Playa rica)

cuidad: Antioquia, bello

Monto: 28329119

Tasa efectiva mensual: 1.00%

Plazos (meses): 36

Modalidad prestamos: cuotas iguales de capital

(Ver tabla 19)

## 8.2 Ingresos y Egresos

### 8.2.1 Ingresos

#### 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio

(Ver tabla 20)

#### 8.2.1.2 Otros Ingresos

Este campo no lo consideramos ya que no tenemos ingresos por otros conceptos.

### 8.2.2 Egresos

#### 8.2.2.1 Inversiones

(Ver tabla 18)

#### 8.2.2.2 Costos

- Costos fijos de producción mensuales

Empaque de cartón 150.000

- Costos fijos de comercialización y venta

- Salarios 1.600.000

- Prestaciones sociales 896.000

- Telefonía celular 80.000

- Mantenimiento vehículos y gasolina 200.000

Total costos fijos de comercialización y venta \$ 2.776.00

(Ver tabla 22)

#### 8.2.2.3 Gastos

##### Gastos Administrativos y legales

- Salario 800.000

- Prestaciones sociales 448.000

- Papelería 50.000

- Mantenimiento (equipo de oficina ) 30.000

- Imprevistos 132.800

- Telefonía celular 40.000

- Servicios públicos 250.000

Total costos fijos de administración \$ 1.750.800

Gastos Distribución y Ventas

- Salarios 1.600.000
  - Prestaciones sociales 896.000
  - Telefonía celular 80.000
  - Mantenimiento vehículos y gasolina 200.000
- Total gastos distribución y ventas \$ 2.776.00

Gastos Amortización de diferidos

8.2.2.4 Gastos Financieros

(Ver tabla 19 y 29)

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

(Ver tabla 24, 25, 26, 27 y 28)

8.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

(Ver tabla 29)

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

(Ver tabla 24)

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

(Ver tabla 24)

Tabla 18

<b>INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)</b>			
<b>Inversiones</b>	<b>Exigibles (Valor)</b>	<b>Disponible</b>	<b>Requerimiento Financiero</b>
<b>Activos Fijos</b>	\$ 54.450.000,0	\$ 54.450.000,0	\$ 0,0
<b>Gastos Preoperativos</b>	\$ 2.816.586,0	\$ 2.816.586,0	\$ 0,0
<b>Capital de Trabajo</b>	\$ 37.062.533,3	\$ 8.733.414,0	\$ 28.329.119,3
<b>Total Requerimientos Financieros</b>			<b>\$ 28.329.119,3</b>

Tabla 19

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)				
Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 28.329.119
1	\$ 1.070.211	\$ 283.291	\$ 786.920	\$ 27.542.199
2	\$ 1.062.342	\$ 275.422	\$ 786.920	\$ 26.755.279
3	\$ 1.054.473	\$ 267.553	\$ 786.920	\$ 25.968.359
4	\$ 1.046.604	\$ 259.684	\$ 786.920	\$ 25.181.439
5	\$ 1.038.734	\$ 251.814	\$ 786.920	\$ 24.394.519
6	\$ 1.030.865	\$ 243.945	\$ 786.920	\$ 23.607.599
7	\$ 1.022.996	\$ 236.076	\$ 786.920	\$ 22.820.679
8	\$ 1.015.127	\$ 228.207	\$ 786.920	\$ 22.033.759
9	\$ 1.007.258	\$ 220.338	\$ 786.920	\$ 21.246.840
10	\$ 999.388	\$ 212.468	\$ 786.920	\$ 20.459.920
11	\$ 991.519	\$ 204.599	\$ 786.920	\$ 19.673.000
12	\$ 983.650	\$ 196.730	\$ 786.920	\$ 18.886.080
13	\$ 975.781	\$ 188.861	\$ 786.920	\$ 18.099.160
14	\$ 967.912	\$ 180.992	\$ 786.920	\$ 17.312.240
15	\$ 960.042	\$ 173.122	\$ 786.920	\$ 16.525.320
16	\$ 952.173	\$ 165.253	\$ 786.920	\$ 15.738.400
17	\$ 944.304	\$ 157.384	\$ 786.920	\$ 14.951.480
18	\$ 936.435	\$ 149.515	\$ 786.920	\$ 14.164.560
19	\$ 928.566	\$ 141.646	\$ 786.920	\$ 13.377.640
20	\$ 920.696	\$ 133.776	\$ 786.920	\$ 12.590.720
21	\$ 912.827	\$ 125.907	\$ 786.920	\$ 11.803.800
22	\$ 904.958	\$ 118.038	\$ 786.920	\$ 11.016.880
23	\$ 897.089	\$ 110.169	\$ 786.920	\$ 10.229.960
24	\$ 889.220	\$ 102.300	\$ 786.920	\$ 9.443.040
25	\$ 881.350	\$ 94.430	\$ 786.920	\$ 8.656.120
26	\$ 873.481	\$ 86.561	\$ 786.920	\$ 7.869.200
27	\$ 865.612	\$ 78.692	\$ 786.920	\$ 7.082.280
28	\$ 857.743	\$ 70.823	\$ 786.920	\$ 6.295.360
29	\$ 849.874	\$ 62.954	\$ 786.920	\$ 5.508.440
30	\$ 842.004	\$ 55.084	\$ 786.920	\$ 4.721.520
31	\$ 834.135	\$ 47.215	\$ 786.920	\$ 3.934.600
32	\$ 826.266	\$ 39.346	\$ 786.920	\$ 3.147.680
33	\$ 818.397	\$ 31.477	\$ 786.920	\$ 2.360.760
34	\$ 810.528	\$ 23.608	\$ 786.920	\$ 1.573.840
35	\$ 802.658	\$ 15.738	\$ 786.920	\$ 786.920
36	\$ 794.789	\$ 7.869	\$ 786.920	\$ 0

Tabla 20

<b>VENTAS TOTALES POR PRODUCTO</b>			
		<b>Ventas</b>	<b>Participación del total Ventas</b>
<b>PRODUCTOS</b>	Jabón de papel portable	\$ 12.000.000,0	100,00%
	Producto 2	\$ 0,0	0,00%
	Producto 3	\$ 0,0	0,00%
	Producto 4	\$ 0,0	0,00%
	Producto 5	\$ 0,0	0,00%
	Producto 6	\$ 0,0	0,00%
	Producto 7	\$ 0,0	0,00%
	Producto 8	\$ 0,0	0,00%
	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>\$ 12.000.000,0</b>

Tabla 21

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
Requerimientos de Efectivo	<b>CUENTA</b>	<b>VALOR</b>
	Costos Variables	\$ 8.000.000
	Costos Fijos de Producción	\$ 200.000
	Costos Fijos de Administración	\$ 2.334.400
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 3.701.333
Activo Corriente	<b>CUENTA</b>	<b>VALOR</b>
	Cuentas por Cobrar	\$ 10.676.800
	Inventarios productos	\$ 6.150.000
	Inventario de Materia Prima	\$ 6.000.000
Pasivo Corriente	<b>CUENTA</b>	<b>VALOR</b>
	Materia Prima	\$ 0
	Fijos de Producción	\$ 0
	Administrativos	\$ 0
	Comercialización y Ventas	\$ 0
<b>INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$ 37.062.533</b>

Tabla 22

<b>COSTOS TOTALES</b>						
<b>Total Costos Variables por Producto</b>		<b>Ventas Unidades</b>	<b>Costo Variable total</b>	<b>Participación Ventas</b>	<b>Costos Unitario Total Ponderado por Producto</b>	
<b>PRODUCTOS</b>	Jabón de papel portable	\$ 3.000,0	2.000	\$ 6.000.000,0	100,00%	\$ 5.338,40
	Producto 2	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 3	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 4	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 5	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 6	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 7	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 8	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 9	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	Producto 10	\$ 0,0	0	\$ 0,0	0,00%	\$ -
	<b>COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)</b>			\$ 6.000.000,0		

<b>COSTOS TOTALES</b>		
<b>COSTOS FIJOS</b>		
TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 150.000,0	
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 1.750.800,0	
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 2.776.000,0	
<b>COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)</b>	<b>\$ 4.676.800,0</b>	
<b>RESUMEN COSTOS</b>		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 6.000.000,0	56,20%
Total Costos fijos de producción	\$ 150.000,0	1,40%
Total Costos fijos de administración	\$ 1.750.800,0	16,40%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 2.776.000,0	26,00%
Costos Totales	\$ 10.676.800,0	100,00%

Tabla 23

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL</b>					
<b>Producto o Servicio</b>	<b>Cantidad a Vender por Mes</b>	<b>Costo Variable Unitario/CMV</b>	<b>Precio de Venta Unitario</b>	<b>Costo Variable Total</b>	<b>Venta Total</b>
Jabón de papel portable	2.000	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 12.000.000,01
Producto 2	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 3	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 4	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 5	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 6	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 7	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 8	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 9	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Producto 10	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>VALORES TOTALES</b>				<b>\$ 6.000.000,00</b>	<b>\$ 12.000.000,01</b>

Costo Variable promedio =	50,00%	Punto de Equilibrio (%) =	77,95%
Margen de contribución (\$) =	\$ 6.000.000,003	Punto de Equilibrio (\$) =	\$ 9.353.600,00
Margen de contribución (%) =	50,00%		

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO</b>			
<b>Margen Contribución Unitario</b>	<b>Participación Ventas</b>	<b>Punto Equilibrio (Unidades)</b>	<b>Punto Equilibrio (Pesos)</b>
\$ 3.000,00	100,00%	1558,93	\$ 9.353.600,00
\$ 0,00	0,00%	0	0
\$ 0,00	0,00%	0	0
\$ 0,00	0,00%	0	0
\$ 0,00	0,00%	0	0
\$ 0,00	0,00%	0	0
\$ 0,00	0,00%	0	0
\$ 0,00	0,00%	0	0
\$ 0,00	0,00%	0	0
\$ 0,00	0,00%	0	0

Tabla 24

FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

<b>VENTAS PROYECTADAS (Unidades)</b>		<b>Ene.</b>	<b>Feb.</b>	<b>Mar.</b>
Altas		3.000	3.000	3.000
Medias		2.000	2.000	2.000
Bajas		1.000	1.000	1.000
Consolidado		2.000	2.000	2.000

<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>Inversión</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>
<b>+ Ingresos por venta</b>		\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
<b>- Costos variables</b>		\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
<b>- Costos fijos</b>	\$ 0	\$ 4.676.800	\$ 4.676.800	\$ 4.676.800
Costos fijos de Producción		\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Costos fijos de Administración		\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 2.776.000	\$ 2.776.000	\$ 2.776.000
<b>- No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 609.026	\$ 609.026	\$ 609.026
<b>- Intereses Crédito</b>	\$ 0	\$ 283.291	\$ 275.422	\$ 267.553
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 430.882	\$ 438.752	\$ 446.621
<b>- Impuestos</b>	\$ 0	\$ 142.191	\$ 144.788	\$ 147.385
<b>= Utilidad después de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 288.691	\$ 293.964	\$ 299.236
<b>+ Ajuste por No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 609.026	\$ 609.026	\$ 609.026
<b>+ Otros Ingresos (No sujetos a impto.)</b>	\$ 28.329.119	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Prestamos	\$ 28.329.119			
Recuperación Capital de trabajo				
Valor de Salvamento				
<b>- Otros Egresos no deducibles de impto.</b>	\$ 94.329.119	\$ 786.920	\$ 786.920	\$ 786.920
Activos Fijos	\$ 54.450.000			
Pago Crédito (Capital)		\$ 786.920	\$ 786.920	\$ 786.920
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 2.816.586			
Capital de Trabajo	\$ 37.062.533			
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 66.000.000</b>	<b>\$ 110.798</b>	<b>\$ 116.070</b>	<b>\$ 121.342</b>

Tasa Interna de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	- 3.592.281
Tasa Interna de Retorno	2,52%

Plan de Negocios – Importación de Jabón de Papel Portable

Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.
3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
2.000	2.000	2.000	2.000	2.000

Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
\$ 4.676.800	\$ 4.676.800	\$ 4.676.800	\$ 4.676.800	\$ 4.676.800
\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800
\$ 2.776.000	\$ 2.776.000	\$ 2.776.000	\$ 2.776.000	\$ 2.776.000
\$ 609.026	\$ 609.026	\$ 609.026	\$ 609.026	\$ 609.026
\$ 259.684	\$ 251.814	\$ 243.945	\$ 236.076	\$ 228.207
\$ 454.490	\$ 462.359	\$ 470.228	\$ 478.098	\$ 485.967
\$ 149.982	\$ 152.579	\$ 155.175	\$ 157.772	\$ 160.369
\$ 304.508	\$ 309.781	\$ 315.053	\$ 320.325	\$ 325.598
\$ 609.026	\$ 609.026	\$ 609.026	\$ 609.026	\$ 609.026
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 786.920	\$ 786.920	\$ 786.920	\$ 786.920	\$ 786.920
\$ 786.920	\$ 786.920	\$ 786.920	\$ 786.920	\$ 786.920
\$ 126.615	\$ 131.887	\$ 137.159	\$ 142.432	\$ 147.704

Plan de Negocios – Importación de Jabón de Papel Portable

Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
3.000	3.000	3.000	3.000
2.000	2.000	2.000	2.000
1.000	1.000	1.000	1.000
2.000	2.000	2.000	2.000

Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	144.000.000
\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	72.000.000
\$ 4.676.800	\$ 4.676.800	\$ 4.676.800	\$ 4.676.800	56.121.600
\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	1.800.000
\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	\$ 1.750.800	21.009.600
\$ 2.776.000	\$ 2.776.000	\$ 2.776.000	\$ 2.776.000	33.312.000
\$ 609.026	\$ 609.026	\$ 609.026	\$ 609.026	7.308.317
\$ 220.338	\$ 212.468	\$ 204.599	\$ 196.730	2.880.127
\$ 493.836	\$ 501.705	\$ 509.574	\$ 517.444	5.689.956
\$ 162.966	\$ 165.563	\$ 168.160	\$ 170.756	1.877.685
\$ 330.870	\$ 336.142	\$ 341.415	\$ 346.687	3.812.270
\$ 609.026	\$ 609.026	\$ 609.026	\$ 609.026	7.308.317
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 87.020.802	87.020.802
				-
			\$ 37.062.533	37.062.533
			\$ 49.958.269	49.958.269
\$ 786.920	\$ 786.920	\$ 786.920	\$ 786.920	9.443.040
				-
\$ 786.920	\$ 786.920	\$ 786.920	\$ 786.920	9.443.040
				-
				-
\$ 152.977	\$ 158.249	\$ 163.521	\$ 87.189.596	88.698.350

Tabla 25

**FLUJO DE CAJA (ANUAL - 2 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA**

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2
+ Ingresos por venta		\$ 144.000.000	\$ 144.000.000
- Costos variables		\$ 72.000.000	\$ 72.000.000
- Costos fijos		\$ 56.121.600	\$ 56.121.600
Costos fijos de Producción		\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Costos fijos de Administración		\$ 21.009.600	\$ 21.009.600
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 33.312.000	\$ 33.312.000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 2.880.127	\$ 1.746.962
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 5.689.956	\$ 6.823.120
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.877.685	\$ 2.251.630
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 3.812.270	\$ 4.571.491
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 28.329.119	\$ 0	\$ 79.712.485
Prestamos	\$ 28.329.119		
Recuperación Capital de trabajo			\$ 37.062.533
Valor de Salvamento			\$ 42.649.952
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 94.329.119	\$ 9.443.040	\$ 9.443.040
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 66.000.000</b>	<b>\$ 1.677.548</b>	<b>\$ 82.149.253</b>

Tasa Interna de Retorno	42,58%
Valor Presente Neto	- 24.411.413
Tasa Interna de Retorno	12,84%

Tabla 26

**FLUJO DE CAJA (ANUAL - 3 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA**

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3
+ Ingresos por venta		\$ 144.000.000	\$ 144.000.000	\$ 144.000.000
- Costos variables		\$ 72.000.000	\$ 72.000.000	\$ 72.000.000
- Costos fijos		\$ 56.121.600	\$ 56.121.600	\$ 56.121.600
Costos fijos de Producción		\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Costos fijos de Administración		\$ 21.009.600	\$ 21.009.600	\$ 21.009.600
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 33.312.000	\$ 33.312.000	\$ 33.312.000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 2.880.127	\$ 1.746.962	\$ 613.798
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 5.689.956	\$ 6.823.120	\$ 7.956.285
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.877.685	\$ 2.251.630	\$ 2.625.574
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 3.812.270	\$ 4.571.491	\$ 5.330.711
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 28.329.119	\$ 0	\$ 0	\$ 72.404.168
Préstamos	\$ 28.329.119			
Recuperación Capital de trabajo				\$ 37.062.533
Valor de Salvamento				\$ 35.341.634
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 94.329.119	\$ 9.443.040	\$ 9.443.040	\$ 9.443.040
Activos Fijos	\$ 54.450.000			
Pago Crédito (Capital)	\$ 0	\$ 9.443.040	\$ 9.443.040	\$ 9.443.040
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 2.816.586			
Capital de Trabajo	\$ 37.062.533	\$ 0	\$ 0	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 66.000.000</b>	<b>-\$ 5.630.769</b>	<b>-\$ 4.871.549</b>	<b>\$ 68.291.839</b>

Tasa Interna de Retorno	42,58%
Valor Presente Neto	- 48.782.889
Tasa Interna de Retorno	-3,98%

Tabla 27

**FLUJO DE CAJA (ANUAL - 4 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA**

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
+ Ingresos por venta		\$ 144.000.000	\$ 144.000.000	\$ 144.000.000	\$ 144.000.000
- Costos variables		\$ 72.000.000	\$ 72.000.000	\$ 72.000.000	\$ 72.000.000
- Costos fijos	\$ 0	\$ 56.121.600	\$ 56.121.600	\$ 56.121.600	\$ 56.121.600
Costos fijos de Producción		\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Costos fijos de Administración		\$ 21.009.600	\$ 21.009.600	\$ 21.009.600	\$ 21.009.600
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 33.312.000	\$ 33.312.000	\$ 33.312.000	\$ 33.312.000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 2.880.127	\$ 1.746.962	\$ 613.798	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 5.689.956	\$ 6.823.120	\$ 7.956.285	\$ 8.570.083
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.877.685	\$ 2.251.630	\$ 2.625.574	\$ 2.828.127
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 3.812.270	\$ 4.571.491	\$ 5.330.711	\$ 5.741.956
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 28.329.119	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 65.095.851
Prestamos	\$ 28.329.119				
Recuperación Capital de trabajo					\$ 37.062.533
Valor de Salvamento					\$ 28.033.317
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 94.329.119	\$ 9.443.040	\$ 9.443.040	\$ 9.443.040	\$ 0
Activos Fijos	\$ 54.450.000				
Pago Crédito (Capital)	\$ 0	\$ 9.443.040	\$ 9.443.040	\$ 9.443.040	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 2.816.586				
Capital de Trabajo	\$ 37.062.533	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 66.000.000</b>	<b>-\$ 5.630.769</b>	<b>-\$ 4.871.549</b>	<b>-\$ 4.112.329</b>	<b>\$ 70.837.806</b>

Tasa Interna de Retorno	42,58%
Valor Presente Neto	- 56.622.010
Tasa Interna de Retorno	-3,49%

Tabla 28

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 144.000.000	\$ 144.000.000	\$ 144.000.000	\$ 144.000.000	\$ 144.000.000
- Costos variables		\$ 72.000.000	\$ 72.000.000	\$ 72.000.000	\$ 72.000.000	\$ 72.000.000
- Costos fijos		\$ 56.121.600	\$ 56.121.600	\$ 56.121.600	\$ 56.121.600	\$ 56.121.600
Costos fijos de Producción		\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Costos fijos de Administración		\$ 21.009.600	\$ 21.009.600	\$ 21.009.600	\$ 21.009.600	\$ 21.009.600
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 33.312.000	\$ 33.312.000	\$ 33.312.000	\$ 33.312.000	\$ 33.312.000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317
- Intereses Crédito		\$ 2.880.127	\$ 1.746.962	\$ 613.798	\$ 0	\$ 0
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 5.689.956	\$ 6.823.120	\$ 7.956.285	\$ 8.570.083	\$ 8.570.083
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.877.685	\$ 2.251.630	\$ 2.625.574	\$ 2.828.127	\$ 2.828.127
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 3.812.270	\$ 4.571.491	\$ 5.330.711	\$ 5.741.956	\$ 5.741.956
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317	\$ 7.308.317
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 28.329.119	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 57.787.533
Prestamos	\$ 28.329.119					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 37.062.533
Valor de Salvamento						\$ 20.725.000
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 94.329.119	\$ 9.443.040	\$ 9.443.040	\$ 9.443.040	\$ 0	\$ 0
Activos Fijos	\$ 54.450.000					
Pago Crédito (Capital)		\$ 9.443.040	\$ 9.443.040	\$ 9.443.040	\$ 0	\$ 0
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 2.816.586					
Capital de Trabajo	\$ 37.062.533	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 66.000.000</b>	<b>\$ 1.677.548</b>	<b>\$ 2.436.768</b>	<b>\$ 3.195.989</b>	<b>\$ 13.050.273</b>	<b>\$ 70.837.806</b>

Tasa Interna de Retorno	42,58%
Valor Presente Neto	- 47.340.284
Tasa Interna de Retorno	7,27%

Tabla 29

**ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES**

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
+ Ingresos por concepto de Ventas	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
- Costo Variables	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
- Costos Fijos Producción	150.000	150.000	150.000	150.000
- Gastos Depreciación	562.083	562.083	562.083	562.083
= Utilidad Bruta en Ventas	5.287.917	5.287.917	5.287.917	5.287.917
- Costos fijos de Administración	1.750.800	1.750.800	1.750.800	1.750.800
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	2.776.000	2.776.000	2.776.000	2.776.000
- Amortización de diferidos	46.943	46.943	46.943	46.943
= Utilidad Operativa	714.174	714.174	714.174	714.174
+ Otros Ingresos	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	714.174	714.174	714.174	714.174
- Impuestos	235.677	235.677	235.677	235.677
= UTILIDAD NETA	478.496	478.496	478.496	478.496
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0
= Utilidades no Repartidas	478.496	478.496	478.496	478.496
Utilidades no Repartidas Acumuladas	478.496	956.993	1.435.489	1.913.985

**ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES**

<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>
12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
150.000	150.000	150.000	150.000
562.083	562.083	562.083	562.083
5.287.917	5.287.917	5.287.917	5.287.917
1.750.800	1.750.800	1.750.800	1.750.800
2.776.000	2.776.000	2.776.000	2.776.000
46.943	46.943	46.943	46.943
714.174	714.174	714.174	714.174
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
714.174	714.174	714.174	714.174
235.677	235.677	235.677	235.677
478.496	478.496	478.496	478.496
0	0	0	0
478.496	478.496	478.496	478.496
2.392.481	2.870.978	3.349.474	3.827.970

**ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES**

<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>
12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
150.000	150.000	150.000	150.000
562.083	562.083	562.083	562.083
5.287.917	5.287.917	5.287.917	5.287.917
1.750.800	1.750.800	1.750.800	1.750.800
2.776.000	2.776.000	2.776.000	2.776.000
46.943	46.943	46.943	46.943
714.174	714.174	714.174	714.174
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
714.174	714.174	714.174	714.174
235.677	235.677	235.677	235.677
478.496	478.496	478.496	478.496
0	0	0	0
478.496	478.496	478.496	478.496
4.306.467	4.784.963	5.263.459	5.741.956

## 9 CONSIDERACIONES FINALES

Con base a todo lo investigado en el estudio de mercado y tomando en cuenta que el jabón de papel portable es un producto que presta múltiples servicios y de uso necesario con buen potencial en el mercado nacional, nos dimos cuenta que puede tener una muy buena acogida ya que es un producto innovador.

Por ser un producto poco conocido en el mercado, podemos crear un monopolio y obtener un buen margen de ganancias.

Según los resultados arrojados en la investigación y realización del estudio técnico del proyecto, llegamos a una conclusión de que podremos hacer todo el proceso importación y comercializar de las 3.000 unidades. Además, este es un requisito que el proveedor de China nos exige importar (mínimo 3.000 unidades), mientras este toma un posicionamiento y nos hacemos en el mercado objetivo.

Se encontró como es el orden secuencial de cada uno de los procesos del producto a comercializar.

Con todo lo elaborado tanto en el estudio organizacional como en el estudio legal; podemos tener más claro todo lo que necesitamos para la creación de nuestra empresa, basándonos legalmente; bien sea los tramites a realizar, los documentos a presentar y los costos que estos conllevan.

Igualmente pudimos definir las tareas a realizar por cada cargo y se hizo el diseño o la estructura del negocio con su respectiva jerarquía.

También llegamos a la conclusión con el estudio financiero, que el proyecto es viable aunque necesitamos hacer un préstamo con una cooperativa, pudimos darnos cuenta que si se puede cubrir esta deuda mensual con las proyecciones de ventas.

## 10 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALIBABA.COM, Global trade starts here – Surtidores de China.  
[http://www.alibaba.com/product-gs/222668630/Paper\\_Soap.html](http://www.alibaba.com/product-gs/222668630/Paper_Soap.html)

ÉXITO.COM, Tienda virtual.  
[http://www.exito.com/product/plpgrocery.jsp?cid=35\\_400000000000&pageNum=0&pageSize=20&facetTrail=8002%3A35\\_400040000000&sort=helpful&\\_requestid=95633](http://www.exito.com/product/plpgrocery.jsp?cid=35_400000000000&pageNum=0&pageSize=20&facetTrail=8002%3A35_400040000000&sort=helpful&_requestid=95633)

DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas – Censo General 2005. Resultados Área Metropolitana de Medellín.  
[http://www.dane.gov.co/files/censo2005/resultados\\_am\\_municipios.pdf](http://www.dane.gov.co/files/censo2005/resultados_am_municipios.pdf)

COPIDROGAS, Departamento Cooperativa de Pequeños Droguistas.  
<http://www.copidrogas.co/web/index.php>