



---

**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DISPOSITIVO DESECHABLE  
FEMENINO PARA ORINAR DE PIE EN EL ÁREA METROPOLITANA DE MEDELLÍN.**

---

**IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA ORIFEM S.A.S. ÁREA  
METROPOLITANA DE MEDELLÍN – ANTIOQUIA 2010**



**IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DISPOSITIVO  
DESECHABLE FEMENINO PARA ORINAR DE PIE EN EL ÁREA  
METROPOLITANA DE MEDELLÍN.**

**Plan de Negocios**



**IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA ORIFEM S.A.S.**

**ANTIOQUIA**

**Medellín, noviembre de 2010**

## TABLA DE CONTENIDO

### RESUMEN EJECUTIVO

#### 1 INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES

#### 2 PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIO

#### 3 ANTECEDENTES DEL PROYECTO

#### 4 OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

#### 5 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

##### 5.1 Nombre de la empresa

##### 5.2 Descripción de la empresa

##### 5.3 Misión y visión de la empresa

##### 5.4 Objetivos General y Específicos de la empresa

##### 5.5 Ventajas competitivas

##### 5.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

##### 5.7 Justificación del negocio

##### 5.8 Análisis del entorno y del sector

##### 5.8.1 Análisis del entorno

##### 5.8.2 Análisis del sector

##### 5.9 Conocimientos para entrar al negocio

#### 6 ANÁLISIS DEL MERCADO

##### 6.1 Descripción del bien

##### 6.2 Mercado meta del bien

##### 6.2.1 Mercado meta

##### 6.2.2 Estudio del mercado consumidor

##### 6.3 Mercado proveedor

##### 6.3.1 Proveedores

##### 6.4 Mercado competidor

##### 6.5 Mercado distribuidor

##### 6.5.1 Distribución a través de terceros

##### 6.5.2 Comunicación

##### 6.5.3 Promoción y divulgación



## 6.6 Precios de los productos

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

### 6.6.2 Política de precios

## 6.7 Costos asociados a las actividades de comercialización

## 6.8 Riesgos y oportunidades del mercado

## 6.9 Plan de ventas

# 7 PRODUCCIÓN

## 7.1 Ficha Técnica

## 7.2 Proceso Importador

# 8 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

## 8.1 Procesos Administrativos

### 8.1.1 Descripción de los procesos administrativos

### 8.1.2 Procesos administrativos externalizados

## 8.2 Estructura organizacional del negocio

### 8.2.1 Organigrama

### 8.2.2 Descripción funcional de la organización

## 8.3 Equipos, muebles y enseres

## 8.4 Locaciones

## 8.5 Software y elementos de papelería y cafetería

## 8.6 Requerimiento mensual

## 8.7 Actividades pre-operativas

# 9 ASPECTOS LEGALES

## 9.1 Tipo de organización empresarial

## 9.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

# 10 ASPECTOS FINANCIEROS

## 10.1 Estructura Financiera del proyecto

### 10.1.1 Recursos propios

### 10.1.2 Créditos y préstamos bancarios

## 10.2 Ingresos y Egresos

### 10.2.1 Ingresos

#### 10.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio



10.3 Egresos

10.3.1 Inversiones

10.4 Costos

10.5 Gastos

10.6 Estado de Resultados

10.7 Flujo de caja

10.8 Análisis de sensibilidad

11 CONCLUSIÓN



## RESUMEN EJECUTIVO

Es un producto creado en Holanda en el año 1999 y que luego se hizo popular en Estados Unidos. Gracias al empresario norteamericano Wayne Brooks quien llevo también la idea a Chile. Cono mágico es el nombre que se le ha dado en este país y viene en una presentación de un estuche por tres unidades, en México es llamado Practifem.

Con este proyecto se pretende probar la viabilidad del facilitador desechable femenino para orinar de pie.

Es un dispositivo realizado con materiales biodegradables, es decir, que no provoca ningún impacto negativo en el medio ambiente. Como su nombre lo indica, este producto está enfocado al género femenino sin importa la edad, su uso evita enfermedades e infecciones provocando en la mujer confianza y la facilidad de orinar en cualquier sitio. Este proyecto se llevara a cabo en la ciudad de Medellín y sus municipios aledaños.

A pesar de que en Colombia ya se ha intentado introducir este producto al mercado y no ha sido un verdadero éxito, esto se debe a que no han cumplido con las normas necesarias para introducir este producto al mercado y su publicidad y distribución ha sido insuficiente.

Se intento además introducir otro dispositivo similar en porcelana llamado “ecological urinal” y se probó en el Hotel Intercontinental, La Central Mayorista de Antioquia, en el parque Comfama y en varias entidades de salud, donde alternan con los baños tradicionales, este dispositivo es un como un tipo de sanitario especial y es para instalarlo en un baño. Y tiene grandes beneficios uno de ellos es que tiene la capacidad de ahorra agua al momento de descargar el agua ya que posee un tapón que absorbe la orina. Es un sanitario que cuesta alrededor de \$696.000 y su renovación es cada año.



Debido a los intentos fallidos de introducir al mercado colombiano el dispositivo femenino para orinar de pie es que se ha querido retomar la idea y volverla popular en Colombia.

Para hacer uso del dispositivo femenino se deben seguir algunos simples pasos:

En primer lugar retire el producto de su envoltorio, apriételo con los dedos en el centro hasta que se forme el cono.

Suba su falda o baje sus pantalones hasta las caderas y retire hacia abajo su ropa interior.

Coloque el cono mágico entre sus piernas, presionando hacia su cuerpo para sellar los bordes de este.

Finalmente tire el dispositivo a la basura, nunca a la tasa del baño.

El dispositivo será importado de Holanda, ya que P-Mate nombre de la empresa que realiza el producto en ese país posee la patente 7000 la cual no permite que ninguna otra persona fabrique el producto.



## 1 INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES

Laura Tatiana García Vélez

**Identificación:** 1128.435.744      **Teléfono** 474 6896      **Celular:** 3202097238  
:

**Dirección:** Calle 74 # 91 B -36      **Barrio:** Robledo

**Ciudad** Medellín      **Correo electrónico:** Laura.garcia@esumer.edu.co

**Estudios:**      **Técnicos**      **Tecnológicos** x      **Universitarios** s

**Otros Estudios:** Curso de Informatica Basica: Duracion 30 Horas ; Sena, Centro Nacional Textil Regional Antioquia, Sede Pedregal; 25 de abril del 2007.

Curso de Ingles: Colombo Americano, Sede del Centro; Octavo Nivel, 2010.

Sandra Mireya Villegas Muñoz

**Identificación:** 43.824.970      **Teléfono** 321 0646      **Celular:** 312 704 3821  
:

**Dirección:** Cra. 41 A # 22 Sur 87 Acanto      **Barrio:** Zúñiga

**Ciudad** Envigado      **Correo electrónico:** sandra.villegas@esumer.edu.co

**Estudios:**      **Técnicos**      **Tecnológicos** x      **Universitarios** s

**Otros Estudios:** Idioma Holandés, Instituto AlbedaCollege, Rotterdam 1998-2005  
Técnica Contable, EATEC 1995  
Curso de Inglés: Winston Salem, sede Envigado



## 2 PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIO

En este trabajo se encuentra explícitamente el proceso necesario para la importación y comercialización de “Dispositivo desechable femenino para orinar de pie” en el Área Metropolitana de Medellín.

Además se realiza para determinar la viabilidad del proyecto observando el desenvolvimiento de cada una de las variables de este proceso, las proyecciones de la empresa y analizando cada uno de los factores que indican que el producto se puede introducir al mercado Colombiano.



### 3 ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Durante un viaje a Indonesia en 1988, Moon Zijp, diseñadora de la P-Mate (nombre del facilitador en Holanda), ante el hecho de que siempre terminaba en situaciones difíciles cuando tenía que orinar.

En la Academia de Arte en Ámsterdam, se desarrolló el primer P-Mate (anteriormente Lago surtidor). Las buenas ideas persistieron en el uso práctico y el interés creció. En 1999 se produjo un gran avance después de ver a Moon en el programa de televisión de Paul de Leeuw: con su surtidor Lago orinó de pie delante de toda la teleaudiencia Holandesa.

Abrumado el presentador de televisión por la publicidad y el interés, decidió hacer la idea accesible a todas las mujeres en los Países Bajos.

Desde entonces, el P-Mate una verdadera revolución en las ideas de las mujeres para orinar. No sólo en los Países Bajos, sino también a nivel internacional, el P-Mate es ya imparable.

Moon Zijp gana el P-Mate en el Concurso Nacional del Milenio de 2000 con este producto innovador y revolucionario debido a la realización de un esfuerzo impresionante para mejorar la salud de la mujer.

La idea del negocio: Al iniciar el primer semestre estudiantil, Sandra Villegas integrante del proyecto venía con la idea de introducir este producto en el mercado Colombiano.

Luego de permanecer en Holanda durante varios años utilizando este dispositivo y obteniendo grandes beneficios para su higiene, observó estando en Colombia que este país carecía de dicho producto y quiso impulsarlo en el mercado nacional.



## 4 OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

### **Objetivo General**

Efectuar un estudio preliminar que determine la viabilidad de la importación y comercialización del dispositivo desechable femenino para orinar de pie en el Área Metropolitana de Medellín, Antioquia.

### **Objetivos Específicos**

Desarrollar una estructura metodológica que permita orientar el proyecto.

Buscar y organizar información que posibilite el desarrollo de las investigaciones.

Realizar una investigación de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero.

Analizar la información obtenida para definir las recomendaciones y conclusiones del proyecto.



## **5 INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

### **5.1 Nombre de la empresa**

"Importadora y Comercializadora ORIFEM S.A.S"

### **5.2 Descripción de la empresa**

La empresa "Importadora y Comercializadora ORIFEM S.A.S", corresponde al sector secundario y al subsector industrial de transformación con ubicación en el Municipio de Medellín. Encargada de la importación y comercialización de dispositivos desechables femeninos para orinar de pie, destinado a consumidores que buscan la comodidad y protección para evitar enfermedades adquiridas en baños públicos.

El producto básico de la compañía es el dispositivo elaborado en cartoncillo, que es un material biodegradable, ya que no produce impacto en el medio ambiente.

### **5.3 Misión y visión de la empresa**

#### **Misión**

La empresa está enfocada en la comercialización del dispositivo desechable femenino para orinar de pie, con el fin de ofrecer un producto innovador a la mujer colombiana que le brindará; comodidad, seguridad, higiene y confianza al usar el ORIFEM, lo que hará que la mujer se sienta como en casa al salir de ella.

#### **Visión**

Para el 2015 la empresa Importadora y Comercializadora ORIFEM S.A.S, espera que el dispositivo sea reconocido en el Área Metropolitana de Medellín y abrir mercados en las ciudades de Bogotá, Cali y Barranquilla.



## **5.4 Objetivos General y Específicos de la empresa**

### **Objetivo general**

Introducir el facilitador desechable femenino para orinar de pie al mercado colombiano en el Área Metropolitana de Medellín.

### **Objetivos específicos**

Contribuiremos al bienestar del medio ambiente, cumpliendo con los requerimientos legales para la elaboración del producto.

Diversificar su distribución en todas las clases sociales.

Utilizaremos la empresa P-MATE con recorrido industrial, apoyándonos en su sostenimiento en el mercado para la elaboración de nuestro producto.

Promocionaremos el dispositivo a través campañas publicitarias que ayuden al reconocimiento del producto y a generar la cultura de la utilización del dispositivo.

## **5.5 Ventajas competitivas**

Actualmente en Colombia no hay compañías dedicadas a la venta del dispositivo, es decir, que no se posee de un competidor directo, sin embargo existen otros productos que pueden cumplir funciones similares a las que supe el dispositivo, entre los cuales están; el cobertor adhesivo para sanitario, facilitador en porcelana (es un sanitario en porcelana que mas que confianza a la mujer ayuda al medio ambiente, permitiendo el ahorro de agua), paños húmedos con desinfectante para limpiar el área del sanitario y que realmente resulta engorroso.

Como ventajas competitivas se podría decir que se tienen muchas con respecto a



los productos anteriores, ya que el dispositivo es un producto que se puede llevar a cualquier sitio, no contamina el medio ambiente, es fácil de utilizar, no establece contacto con el sanitario, es económico, puede ser utilizado por cualquier mujer sin ninguna restricción y además es desechable.

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

La realidad cultural del género femenino muestra la insatisfacción por utilizar baños públicos a falta de la carencia educativa de sus usuarios, pues el hecho de utilizar estos servicios puede desencadenar infecciones y generar incomodidad al no poder acceder rápidamente a ellos, debido al exceso de aglomeración de personas en los eventos socioculturales.

Una de las enfermedades que se puede contraer o contagiar por la utilización de baños sucios o contaminados con hongos, es la candidiasis. La cistitis es una inflamación en la vejiga y puede ser producida cuando las personas se aguantan por no utilizar baños públicos.

La población femenina desea una pronta solución a este problema que parece simple, pero que genera una serie de infortunados eventos, nuestro producto encierra todas las características o requerimientos para la solución de los problemas existentes en los baños públicos, razón por la cual se ha decidido implementar este proyecto, para evaluar su viabilidad y dar fin a este inconveniente.

### **5.7 Justificación del negocio**

El facilitador femenino para orinar de pie como proyecto debe llevarse a cabo porque responde a las necesidades del género al cual va dirigido y se identifica con él plenamente, otorgándole a la mujer la facilidad de orinar en cualquier lugar y no contraer hongos e infecciones.



El ORIFEM le brinda protección a la mujer porque evita enfermedades futuras como la cistitis, el hongo cándida e incontinencia.

## **5.8 Análisis del entorno y del sector**

### **5.8.1 Análisis del entorno**

Teniendo en cuenta que en Holanda se encuentra la compañía pionera en la fabricación del dispositivo y que además posee una patente que protege la elaboración de dicho producto en cualquier otro lugar, se hace necesario importar el facilitador, para poder comercializarlo en el mercado nacional. Un valor agregado es la firma del TLC que Colombia con la Unión Europea y que sin duda puede traer grandes beneficios a la hora de hacer la negociación con Holanda, país que pertenece a dicha Unión.

#### **Entorno Político:**

En Colombia se llevó a cabo las elecciones presidenciales durante este año, en donde el ganador fue Juan Manuel Santos quien sigue un política muy similar a la del antes presidente Álvaro Uribe, en el momento el nuevo gobierno ha quedado muy bien ante el país y el mundo gracias al ataque en la Macarena en donde muere uno de los más grandes jefes guerrillero alias “El Monojoy” quien sin duda había sido el culpable de muchas muertes de colombianos inocentes.

Según la Universidad del valle Colombia presente un crecimiento de la población y la tasa de fecundidad lo que lo convierte en el país de mayor desarrollo relativo de América Latina. La población económicamente activa tiende a aumentar progresivamente, de modo que crece la población joven que demanda servicios de educación y empleo. Esto es algo positivo para el proyecto pues se podría decir que en este caso la posibilidad de que más mujeres puedan utilizar el producto económicamente hablando es mayor, aunque el precio que se piensa lanzar es intermedio.



### **Entorno Económico:**

La economía colombiana es la cuarta más grande América Latina.

Según el Banco de la República Colombia durante el primer trimestre del 2010 fue superior a lo esperado por los analistas.

-Porcentajes de las exportaciones en el 2010 según Proexport: Se incrementaron las exportaciones hacia Estados Unidos (46,1%), Ecuador (39,9%), Perú (44,5%), Brasil (110,3%), México (22,2%), Chile (19,1%), Canadá (40,8%), Costa Rica (42,5%) y China (251,5%). Se registraron tasas negativas con Venezuela (-71,9%) y con la Unión Europea (-5,6%).

Las importaciones al igual que las exportaciones también tuvieron un crecimiento del 8.2% según Proexport.

Porcentajes según Proexport Por países de origen aumentaron las importaciones de: Trinidad y Tobago (9351%), Reino Unido (93.2%), México (66.8%), Tailandia (44.4%), Bolivia (34.7%), China (34.7%), India (26.4%), Canadá (26.3%), Corea (26.3%), Argentina (23.5%) y Japón (22.8%). Adicionalmente, se recuperaron las importaciones originarias de Estados Unidos (7.4%) en comparación con lo sucedido un año antes (-17.6%).

### **Entorno Ambiental:**

Según el Sistema de Información Ambiental de Colombia (SIAC): Colombia es uno de los primeros países en Latinoamérica que propuso una normativa acerca del manejo y protección de los recursos naturales y el ambiente. Incluso los Decretos expedidos por el Libertador Simón Bolívar contenían normas para el manejo de los recursos naturales.

La normativa ambiental se define como el conjunto de objetivos, principios, criterios y orientaciones generales para la protección del medio ambiente de una



Sociedad particular (Red de Desarrollo Sostenible, Colombia).

A continuación, se expone un resumen de la normativa ambiental en Colombia, en los puntos considerados importantes relacionados con la información ambiental y específicamente con el SIAC.



<b>Norma, Decreto o Ley</b>	<b>Descripción</b>
Decreto 2811 de 1974	Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.
Ley 29 de 1992	Aprueba el Protocolo de Montreal relativo a las sustancias agotadoras de la Capa de Ozono suscrito el 16 de septiembre de 1987.
Ley 99 de 1993	Por el cual el Ministerio del medio ambiente, se reordena el sector público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza Sistema Nacional Ambiental - SINA, y se dictan otras disposiciones.
Ley 152 de 1994	Por la cual se establece la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo
Ley 165 de 1994	Por la cual se aprueba el "Convenio sobre Diversidad Biológica" elaborado en Río de Janeiro el 5 de junio de 1992.
Decreto 1276 del 21 de junio de 1994	Por el cual se organiza y reestructura el Instituto de Investigaciones Marinas y Costeras "José Benito Vives de Andrés" (INVEMAR)
Decreto 1277 del 21 de junio de 1994	Por el cual se organiza y establece el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (IDEAM)
Decreto 1600 del 27 de Julio de 1994	Por el cual se reglamenta parcialmente el Sistema Nacional Ambiental (SINA), en relación con los Sistemas Nacionales de Investigación Ambiental y de Información Ambiental.
Decreto 1603 del 27 de julio de 1994	Por el cual se organizan y establecen los Institutos de Investigación de Recursos Biológicos "Alexander Von Humboldt", el Instituto Amazónico de Investigaciones (SINCHI) y el Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico "John Von Neumann"(IIAP).
Decreto 2915 de 1994	Por el cual se organiza la Unidad Administrativa Especial del Sistema de Parques Nacionales Naturales, se asignan funciones y se dictan otras disposiciones.
Ley 373 de 1997	Por la cual se establece el Programa para el uso eficiente y ahorro de agua
Ley 388 de 1997	Ley de Desarrollo territorial
Ley 430 de 1998	Ley de Residuos Peligrosos

Fuente: SIAC



### **Entorno Tecnológico:**

En Colombia se han logrado generar y adaptar tecnologías que han colaborado en el desarrollo económico e industrial del país, un buen ejemplo de ello es la ingeniería nacional. Sin embargo, es palpable la carencia de un sistema articulado de ciencia y tecnología donde la planeación, los recursos humanos y la infraestructura se complementen sinérgicamente hacia la innovación, condición indispensable a la hora de alcanzar un desarrollo económico y social y este se debe principalmente a que el gobierno no invierte dinero en a estos sectores, comparación con Estados Unidos y Alemania invierten entre el 2% y 3% del PIB, Colombia invierte un muy bajo porcentaje en capacitaciones, programas de investigación e innovación.

Según datos de Colciencias, de aproximadamente tres millones de personas en el mundo dedicadas hoy por hoy a la investigación científica, el 94% están localizadas en países desarrollados. América Latina únicamente contribuye con el 1% de los científicos del mundo y de estos sólo cerca del 1% son colombianos.

Según Gestiopolis el desempeño en materia de registro de patentes de invención es deficiente. Hasta 1994, los inventores colombianos solo registraron, en el sistema de Patent and Trademark Office de los Estados Unidos, 130 patentes de las 5.350.000 existentes hasta esa fecha.

### **Entorno Social:**

Colombia posee muchos puntos a favor entre la cual se encuentra su posición geoestratégica y que gracias a ello cuenta con dos océanos: Pacífico y Atlántico; biodiversidad y tamaño de la población. Ha venido mostrando cambios y mejoramientos a nivel económico a pesar de la corrupción que se vive en el país. Aunque el país muestra un crecimiento económico al gobierno aún le falta invertir más por el bienestar de la sociedad y en educación.



## 5.8.2 Análisis del sector

### Sector Secundario

El dispositivo pertenece al sector secundario o industrial ya que esta relacionado con la transformación de un bien. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) el informe de producción industrial al mes de mayo de 2010, muestra un incremento de 7,5 por ciento, cuando un año atrás se había ubicado en 7 por ciento. Lo que demuestra un crecimiento en este sector.

Si se enfoca al subsector en los seis primeros meses de 2010 se muestra una disminución ya que el sector papel y cartón decreció 13,8% entre enero y junio de 2010 en comparación con el mismo período de 2009 y éste tiene una participación en otros servicios de 99,9%. El subsector que mayor decreció fue papeles para imprenta, cuyo valor exportado fue US\$ 49,9 millones con un decrecimiento de 30,6%. Los destinos con mayor participación en las exportaciones de este sector fueron Ecuador (38,8%); Perú (16,6%) y Venezuela (13,9%).

En cuanto a las importaciones entre enero y junio del año, aumentaron 17,5 por ciento, al pasar de US\$15 574,0 millones CIF, en el 2009 a US\$18 296,9 millones CIF, en el 2010; En junio de 2010, las importaciones crecieron 25,5 por ciento al pasar de US\$2 486,0 millones a US\$3 120,4 millones; en ese mes, se registró superávit en la balanza comercial colombiana de US\$133,0 millones.

El sector secundario se divide en dos sub-sectores (ofreciendo los siguientes productos): industrial extractivo e industrial de transformación:

Industrial extractivo: extracción minera y de petróleo.

Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, Confecciones, Textiles, Papel y sus productos, Equipos de transporte etc.



La industria colombiana se concentra básicamente en tres ciudades (Bogotá, Medellín y Cali), siendo la capital la que se ha convertido en el mayor centro productivo y económico del país. Conviene destacar que otras ciudades que van teniendo una notable presencia industrial en sus áreas de influencia son Barranquilla y Cartagena. Colombia, como la mayoría de los países iberoamericanos, ha conocido un gran desarrollo industrial, especialmente manufacturero, que comienza en el decenio de los setenta y que durante años ha venido diversificando su producción apoyado en una política de sustitución de las importaciones y en el crecimiento de la demanda interna, así como por los nuevos regímenes restrictivos a las compras en el exterior. Como complemento, el Gobierno alentó y puso en marcha aquellos sectores productivos de menor interés para el sector privado, aunque representaban campos industriales y estructurales de indudable importancia para el desarrollo del resto de la economía nacional.

En los últimos años, las agroindustrias, e industrias manufactureras colombianas se han estancado, está ocurriendo un fenómeno que Colombia está exportando grandes cantidades de materia prima proveniente de su sector primario, que beneficia a la economía, pero le ha dejado la iniciativa a las empresas e inversión extranjera explotar los mismos.

El sector industrial colombiano, está en la espera de lo que ocurra con los TLC con Estados Unidos.

En Colombia las zonas más representativas del sector industrial están ubicadas en: Zona industrial de Cundinamarca, Zona del Valle del Cauca, Zona del Atlántico, Zona de Boyacá y la Zona industrial de Antioquia.

La zona industrial de Antioquia, área en donde se va a llevar a cabo el proyecto está conformado por Medellín, Bello, Envigado, La Estrella y Copacabana.

Sobresale en esta zona la producción de textiles, pinturas, plástico, cartón, papel y



confecciones. Es la región que cuenta con más centrales hidroeléctricas, debido a los numerosos saltos de agua de sus ríos. Centro de una gran zona agrícola y de pastoreo, la comarca circundante es famosa por el café, la gran riqueza colombiana.

Según el índice arrojado por las páginas amarillas de Publicar S.A. existen 424 registros de empresas dedicadas a la fabricación y transformación del cartón.

### **5.9 Conocimientos para entrar al negocio**

Colombia tiene un Acuerdo comercial con la Unión Europea llamado SGP plus.

Acuerdo SGP PLUS: Aplica un sistema de preferencias arancelarias generalizadas para el período del 1 de enero de 2009 al 31 de diciembre de 2011, Colombia fue incluido para los próximos tres años, a partir del 1º de enero de 2009 y hasta el 31 de diciembre de 2011, como beneficiario de las preferencias arancelarias otorgadas por la Unión Europea, como estímulo especial al desarrollo sostenible, más conocido como Régimen "SGP Plus".

Por su parte, Colombia eliminará gradualmente los aranceles para los bienes importados de la UE: un 65% de las importaciones a la entrada en vigencia del Acuerdo, un 20% a 5 años y el resto entre 7 y 10 años.

El acuerdo ofrece nuevas perspectivas de acceso a mercados para operadores económicos de ambas partes, según la Comisión Europea, para promover la competitividad y la innovación, así como a facilitar la transferencia de tecnología.

Acoge también el compromiso de todas las partes con los derechos humanos y el desarrollo económico sostenible "basado en la protección y promoción de los derechos laborales y medioambientales".



La Unión Europea es el segundo socio comercial de Colombia con 4 mil 700 millones de dólares en exportaciones y 5 mil 100 millones de dólares en importaciones.

Con la implementación del Acuerdo, en el ámbito industrial, incluida la pesca, el 99,9 por ciento de las exportaciones de Colombia a la Unión Europea tendrán libre acceso sin aranceles a ese bloque, desde la entrada en vigencia del mismo. En bienes agrícolas, se tendrá acceso libre de aranceles para flores, tabaco, café y procesados, biocombustibles, aceite de palma, y la mayoría de frutas y hortalizas, entre otros.

**Clasificación Arancelaria:** 48.23.90.90



## **6 ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **6.1 Descripción del bien**

Es un dispositivo desechable hecho en cartoncillo, que le brinda a la mujer la posibilidad de orinar de pie garantizando su higiene, tranquilidad, facilidad, comodidad y protección, destinado al género femenino.

Beneficios para el cliente:

El cartoncillo es un material muy económico que posee excelentes cualidades y es el apropiado para la realización del dispositivo.

Beneficios del dispositivo:

Económico

Visualmente atractivo

Liviano

Resistente

Desechable

Flexible

Fácil de utilizar

### **6.2 Mercado meta del bien**

#### **6.2.1 Mercado meta**

El mercado objetivo serán las mujeres del Área Metropolitana de Medellín.

Segmentación por ingreso: Según la Universidad Nacional y UNICEF, la distribución de la pobreza es un 51%, corresponde a las mujeres un 49% a los hombres, lo que dice que la población femenina quizás posee menos recursos propios que los hombres. En el año 2002, en la zonas urbanas, el 45.3% de las



mujeres ni el 60.1% de las áreas rurales, lo cual lleva a que las mujeres tenga poca decisión y control sobre los recursos monetarios del hogar y la satisfacción de las necesidades personales.

El nivel de pobreza del Área Metropolitana es del 39,5 % para el 2006. Bajó con relación al año 2002 que fue del 52 %.

Además un estudio del DANE y PNUD afirma que en las empresas contratan menos mujeres que hombres y cuando las contratan les pagan menos para cubrir los permisos que estas piden para cubrir sus obligaciones personales.

<b>Ingresos en el ámbito Formal e Informal</b>			
<b>Informal</b>	Hombres	523.366	59.43%
	Mujeres	357.231	40.57%
<b>Formal</b>	Hombres	1.101.538	54.24%
	Mujeres	929.287	45.75%

DANE

Segmentación Demográfica: Según el censo del DANE en el año 2005 del total de la población colombiana el 51.2% son mujeres y el 48.8% son hombres, El 3,4% de la población se reconoció como indígena. De ella, el 49,6% son mujeres y el 50,4% son hombres. El 0,001% de la población se reconoció como Romo gitanos. De ella, el 48,0% son mujeres y el 52,0% son hombres. El 10,6%, de la población se reconoció como afro colombiana, de ellos, el 50,5% son mujeres y el 49,5% son hombres.

Segmentación Geográfica: En Colombia, el 75 por ciento de la población es urbana y el 25 por ciento es rural. En la actualidad hay menos mujeres en las zonas rurales y más en las zonas urbanas, como consecuencia de los desplazamientos rural-urbanos.



Distribución por edad: 0-14 años: 29,4% (hombres 6.688.530/mujeres 6.531.768)  
15-64 años: 65,1% (hombres 14.292.647/mujeres 15.017.204).65 años y más:  
5,5% (hombres 1.072.644/mujeres 1.410.881) (2008 est.).

Población Femenina para Antioquia 2.864.611

Población Femenina para Medellín (Área Metropolitana) 1.301.694

Población Femenina para Medellín (Área Metropolitana) de 5 a 60 años 1.042.749

Este estudio arrojó que el Mercado Meta es 630.864 Población Femenina en el Área Metropolitana, ya que se descontaron las niñas menores de 5 años y las mujeres mayores de 60 años y el 39.5 % (411.886), nivel de pobreza de la población femenina en el Área Metropolitana. Este resultado no incluyen las posibles mujeres turistas en Medellín.

Niñas menores de 5 años: 72.187

Mujeres mayores de 60 años: 186.758

El Mercado Meta son 630.864, ya que cumplen con las características necesarias para utilizar el dispositivo, sin embargo se estima que el 50% de ésta población comprará nuestro producto.

$630.864 * 50 \% = 315.432$

### **6.2.2 Estudio del mercado consumidor**

Objetivos del mercado consumidor:

Establecer la demanda del producto en el área metropolitana de Medellín.

Conocer las necesidades definidas del mercado.

Instaurar el precio apropiado para la comercialización del producto.



Tipo de consumidor: Para la venta del ORIFEM el mercado objetivo son las mujeres del Área metropolitana de Medellín.

Criterio de compra de los consumidores: Se basan en la confiabilidad que proporciona el producto y sobre el fabricante Holandés que como bien se sabe es P-MATE, además tienen en cuenta la disponibilidad de este en el mercado, el precio y la innovación, pues a pesar de ser un producto nuevo en Colombia es económico y sin duda muy práctico.

Perfil del consumidor: El medio o canal para que las mujeres del Área metropolitana puedan adquirir el producto será a través de farmacias, universidades, centros comerciales, Colegios, Restaurantes, entre otros. El producto está diseñado para todo tipo de mujer de edades desde los 5 años en adelante que buscan confianza y seguridad a la hora de ir al baño y así prevenir infecciones transmitidas por baños sucios contaminados.

### **6.3 Mercado proveedor**

#### **6.3.1 Proveedores**

P-MATE BV: Empresa holandesa, existente desde el año 2006, con la sede principal en Holanda y cuenta con distribuidores en países como Holanda, Luxemburgo, Bélgica, Canadá, Estados Unidos, México, Israel, y Singapur, hace llegar los pedidos en Europa en 7 días hábiles, cuya garantía consiste en la reparación por imperfecciones o cambio del mismo, la comunicación para pedidos se hace vía correo electrónico, la empresa tiene registrada una cuenta bancaria para efectuar los pagos de los pedidos(10.84.34.885, ten name van P-Mate BV, Rijksweg 155, 3316 EG, Dordrecht ) y posee la patente 7000.

Teléfonos: 31 (0)78 617 44 66 - fax 31 (0)78 617 53 29

E: info@p-mate.nl



Precios:

1 estuche con 5 dispositivos: EU 2,99

1 paquete con 5 estuches con 25 dispositivos: EU 13,45

1 paquete con 10 estuches con 50 dispositivos: EU 25,50

1 paquete con 25 estuches con 125 dispositivos: EU 56,25

#### **6.4 Mercado competidor**

En Colombia no existen empresas que se dediquen a la producción o comercialización del dispositivo, es por esto que se tomaran como referencia algunas empresas que distribuyen el producto en, Holanda, México, Estados Unidos y Chile y que pueden representar una gran competencia para el "ORIFEM" que es el nombre que recibe nuestro dispositivo.

PRACTIFEM: Este es el nombre que recibe el producto en México, se vende principalmente en ciudades como Mérida y República Mexicana, esta empresa tiene un servicio de envío por correo desde 49 sobres hasta una caja con 300 sobres del dispositivo, la publicidad de su producto la han hecho a través de una revista mexicana llamada "Laura" en donde incluso han puesto las opiniones positivas de algunos Ginecólogos, incluso han regalado algunas muestras a través de la revista "Laura" para dar a conocer su producto. El Practi-fem en México es vendido a farmacias como "farmacias del bazar y estética Winniepuh". Además la idea fue llevada a México gracias a Eloísa Canto Herrera.

Precios:

1 estuche con 50 dispositivos: \$450.00 mx. En este caso el precio por sobre es de \$9.00 c/sobre.

1 estuche con 300 dispositivos: \$2,400.00 mx. En este caso el precio por sobre es de \$8.00 c/sobre.



Teléfonos: Teléfono y fax (999) 28 28 25 y (999) 24 17 77

Logo:



MagicCone: Es distribuido por una empresa americana llamada Biolife Dynamics, quien está afiliada a Medgo LLC compañía que se encarga de brindar soluciones para una vida saludable, y promueve una mayor salud y bienestar. BioLife Dynamics fabrica y comercializa innovadores productos para el cuidado de las mujeres, realizan ventas a través de internet adicional cobran un cargo por el envío. Además de vender el magicCone esta compañía también distribuye el p-mate de Holanda. Sus pagos se hacen con tarjeta

Precios:

1 estuche con 3 dispositivos: US\$3.95 (MagicCone).

1 Estuche con 5 dispositivos: US\$ 5.95 (P-Mate).

Teléfono: 1-888 918 9489

Logo:



## 6.5 Mercado distribuidor

### 6.5.1 Distribución a través de terceros

Para la comercialización de este producto la Importadora y comercializadora ORIFEM S.A.S actuara como mayorista, La empresa P-Mate se encargara de la



elaboración del dispositivo ya que ellos tienen la patente de dicho producto, por tal razón, se actuara como mayorista y nuestra principal función será venderle a minoristas quienes posteriormente lo llevaran directamente al consumidor, el dispositivo se llevara a Farmacias, colegios, universidades, eventos públicos, centros comerciales, tiendas y droguerías de la ciudad de Medellín, con el fin de que nuestras consumidoras tengan la posibilidad de adquirir el producto fácilmente y cuando esta lo desee. La idea es llevar el facilitador a todos los lugares en que la comunidad femenina se vea obligada a la utilización de un baño público.

### **Posibles distribuidores:**

Hoteles, hostales, hosterías:	497
Bares y discotecas:	204
Restaurantes:	730
Hospitales:	151
Clínicas:	230
Moteles:	48
Centros Comerciales:	200
Universidades:	35
Colegios:	300
Droguerías:	563
Farmacias:	126
Aeropuertos:	2
Estadios:	2
<b>Total:</b>	<b>3.088</b>



## 6.5.2 Comunicación

Significado del logo de la empresa



Lo que se pretende transmitir con este logo de acuerdo a sus colores es:

Fucsia: El rosa es un color emocionalmente relajado e influye en los sentimientos convirtiéndolos en amables, suaves y profundos. Nos hace sentir protección.

Azul: significa descanso. Relaja, además, se relaciona con sentimientos positivos como la armonía, la simpatía y la amistad. También representa un deseo de integración social siempre que se desarrolle en un ambiente sereno y alejado de conflictos.

Blanco: Da la sensación de pureza

Amarillo: Es el color más intelectual. Es el color de la luz, el sol, la acción, el poder y simboliza arrogancia, oro, fuerza, voluntad y estímulo.

En cuanto al empaque será de un tipo de cartoncillo con un menor grosor y más sencillo, que proteja la forma del dispositivo femenino, en cuanto al color será rosado con el logo del producto y además tendrá plasmado los pasos para utilizar adecuadamente el facilitador.

Costos por diseño del logo: 100.000

## 6.5.3 Promoción y divulgación

El producto se dará a conocer a través de una página web, en donde se podrá encontrar información como un contáctenos, acerca de nosotros, fotos del



producto y sus presentaciones, modo uso entre otros.

Además se ingresara el nombre de la empresa en la base datos de las páginas amarillas, clasificados exactamente en proveedores.

Medios impresos como volantes en universidades y otros lugares donde se encuentran aglomeración de personas, serán los lugares en donde se rodaran estos papeles.

Medios radiales, ya que es económico y el mensaje llega hasta los lugares más alejados.

Valores:

Diseño y desarrollo de la página web, hosting y domino: \$390.000

Medios impresos: \$43.000

Medios radiales: aprox. \$ 250.000/2 minutos. (mensual)

## **6.6 Precios de los productos**

### **6.6.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos**

- El precio que nos da el proveedor
- Relación costo beneficio
- Las características propias del producto
- Lo que los clientes están dispuestos a pagar
- El Incoterm utilizado
- Costo de la comercialización del producto



### 6.6.2 Política de precios

El Dispositivo será vendido a través de terceros y la utilidad para éste será del 27,78% sobre el precio que ofrece el proveedor, más el costo de bodegaje, transporte terrestre (Rionegro-bodega) y seguros, este con el fin del que él pueda dar un precio asequible a sus compradores.

### 6.7 Costos asociados a las actividades de comercialización

Asesor comercial:	\$1'.500.000
Vendedor:	\$750.000
Gastos de transporte mensual:	\$500.000
Publicidad y mercadeo:	\$783.000
Tarjetas de presentación:	\$43.000
Medios radiales:	\$250.000
Pagina Web:	\$390.000
Logo	\$100.000

### 6.8 Riesgos y oportunidades del mercado

#### Matriz D.O.F.A. para el mercado de "ORIFEM"

##### Fortalezas:

Conocimiento del mercado

Es un producto innovador

Tiene un precio asequible

##### Debilidades:

Más tiempo del estimado para que el dispositivo sea aceptado en el Área

Metropolitana de Medellín

Altos costos en publicidad



Oportunidades:

No existe el dispositivo, por lo cual no se tiene competencia en Colombia

Existen excelentes canales de distribución

Amenazas:

La revaluación del dólar

Desestabilidad económica de Colombia

## 6.9 Plan de ventas

Mercado objetivo: 315.432 mujeres

$315.432 * 10 \% = 31.543$

1 mujer compra / mes 2 dispositivos

$31.543 * 2 = 63.086$  dispositivos / mes

Costo de 1 dispositivo puesto en el Aeropuerto José María Córdoba: \$600

Otros costos: aeropuerto, bodega, descargue, seguro terrestre / 1 dispositivo: \$50

Utilidad esperada / 1 dispositivo: \$250

Precio venta:  $\$600 + \$50 + \$250 = \$900$

Utilidad por mes:  $63.086$  (dispositivos) \*  $\$250 = \$15.771.500$

Número de posibles distribuidores (10 %):  $3.088 * 10 \% = 308$

1 vendedor llevará los dispositivos por zonas:  $308 / 20$  días del mes = 15

El vendedor llevará los dispositivos a 308 distribuidores / mes

El vendedor llevará los dispositivos a 15 distribuidores / día


El mercado objetivo es de 315.432 mujeres ubicadas en el Área Metropolitana de Medellín, de las cuales el 10% es el número de mujeres a las cuales se quiere llegar inicialmente, lo que corresponde a 31.543 mujeres. Lo que arrojó un estudio realizado sobre el posible número de dispositivos mensual que utilizarían las



mujeres en el Área Metropolitana de Medellín es de 8, pero se tomó un mínimo de 2 dispositivos / mes, lo que corresponde a  $31.543 * 2 = 63.086$  dispositivos / mes. El número aproximado de posibles distribuidores ubicados en el Área Metropolitana de Medellín equivale a 3.088, de los cuales se eligió el 10%, que corresponde a 308 distribuidores. En este 10% se encuentran las empresas más importantes y reconocidas del sector.

## 7 PRODUCCIÓN

### 7.1 Ficha Técnica

Nombre: Dispositivo femenino desechable para orinar de pie	
Fabricante: P-Mate Drv	
Descripción: Es producto fabricado para el género femenino y utilizado para orinar de pie evitando contagiarse de enfermedades e infecciones.	
Color: Rosado en la parte externa del producto.	
Componentes: Cartoncillo plastificado y pegante.	

### 7.2 Proceso Importador

La empresa Importadora y Comercializadora ORIFEM S.A.S. es de naturaleza comercial, por lo tanto los requerimientos son para el área administrativa.

Actividad	Descripción
Establecer unidades a Importar	Hacer un estudio de la cantidad de unidades del dispositivo a Importar
Negociación con el proveedor	Establecer contacto con el proveedor para fijar la forma de pago, precios, Incoterm, capacidad, descuentos, documentos necesarios para negociar e importar, garantías, fecha de entrega de la mercancía.
Cotizaciones	Pedir cotizaciones a los agentes de transportes, seguro y agente de Aduanas.
Contrataciones	Se elegirá la mejor opción, analizando las diferentes cotizaciones, además, se negociara o se dejara claro las condiciones pago, clausulas y garantías.
Elaboración de documentos	Se elaborara los documentos exigidos por el transportador, SIA y seguro además se tendrán a la mano el RUT; Cámara de Comercio y facturas emitidas por el proveedor.

Entrega de documentos	Luego de la elaboración de los documentos exigidos por las empresas contratadas, se procederá a la entrega de estos a las respectivas compañías.
Envío de Información	Se enviara al proveedor toda la información necesaria para que haga posible el envío de la mercancía, se le especificara los detalles de las empresas contratadas para el transporte de la mercancía, tipo de seguro, horarios e Incoterm finalmente elegido.
Iniciación de proceso de transporte	Comenzara el proceso de transporte de la mercancía desde Holanda a Colombia a través de las entidades anteriormente contratadas
Recibimiento de la mercancía	Se procederá con el recibimiento de la mercancía en el Aeropuerto de Rionegro por parte de la entidad de transporte previamente contratada
Contratación de personal para el descargue	Se contratara el personal para el descargue de la mercancía al momento de que esta sea descargada a las bodegas. Además se le especificara los horarios en que se procederá con el descargue para que estén allí el día correspondiente.
Transporte de la mercancía	Se transportara la mercancía desde en el Aeropuerto de Rionegro hasta las bodegas de la compañía en Medellín
Recibimiento y descargue	Se recibirá e inspeccionara la carga para observar cualquier anomalía y posterior a ello iniciar el proceso de descargue desde el camión hasta las bodegas de la empresa.

## **8 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

### **8.1 Procesos Administrativos**

El objetivo principal de la empresa "Importadora y Comercializadora ORIFEM S.A." es la importación del dispositivo desechable femenino para orinar de pie y la comercialización de éste en el mercado colombiano, especialmente en el Valle de Aburrá, brindando a la mujer colombiana la posibilidad de utilizar un producto novedoso que sin duda le evitará el riesgo de contraer infecciones en baños públicos.

#### **8.1.1 Descripción de los procesos administrativos**

##### **Área Administrativa**

Con esta área se pretende alcanzar las metas y objetivos planteados para darle direccionamiento a la empresa.

##### **Departamento Financiero:**

Este departamento está diseñado para darle un manejo adecuado a los recursos económicos de la empresa.

##### **Funciones**

- . Registrar todas las compras del dispositivo
- . Registrar todas las ventas que realiza la compañía
- . Manejo de cartera
- . Manejo de los gastos de la empresa
- . Cuentas por pagar

##### **Departamento Comercial:**

Este departamento está asociado con las actividades de compra y venta del dispositivo.



## **Funciones**

- . Relación con los clientes y los proveedores
- . Consecución de clientes
- . Aplicar técnicas de mercadeo (4 P's)

## **Departamento de Gerencia:**

Este departamento se encargará de velar por el bienestar de las personas que laboran en la empresa y por el suministro de muebles y enseres que la empresa necesita.

## **Funciones**

- . Contrata el personal
- . Desarrolla las políticas de la empresa
- . Vigila el cumplimiento de las políticas de la empresa
- . Integración del personal, asignado los empleados a los puestos en que mejor utilicen sus habilidades
- . Motivar al personal de la empresa
- . Velar por las relaciones internas de la empresa
- . Contratación de una empresa aseguradora

## **Departamento de Importaciones:**

Este departamento se enfocará en realizar todas las actividades relacionadas con el proceso importador.

## **Funciones**

- . Elaboración de documentos para la importación
- . Relaciones con el proveedor P-MATE en Holanda, el agente de aduana y el agente transportador
- . Trámites e inscripciones
- . Contratación del transporte internacional y nacional
- . Contratación de los seguros para la carga



### **Departamento de Distribución:**

Este departamento se encargará de realizar todas las actividades de recepción y distribución del dispositivo a nivel nacional.

### **Funciones**

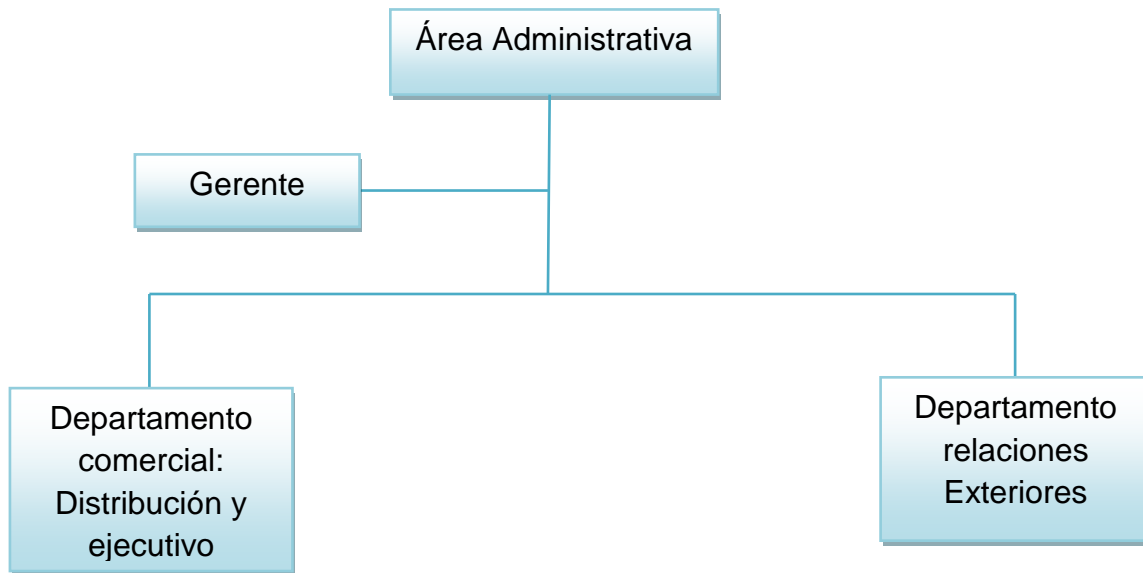
- . Planear los horarios de entrega del dispositivo
- . Inspeccionar la carga al momento de recibirla y entregarla
- . Facilitar los lineamientos que requiera la empresa al momento de trasladar el producto de un lugar a otro
- . Cumplir con las normativas del mercado del justo a tiempo

#### **8.1.2 Procesos administrativos externalizados**

<b>PROCESO</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>
Contador	Pool De Contadores Ltda	800.000
Mensajería	Servientrega	\$2.600 por sobre enviado
Vigilante	<u>Coonalvicol</u>	\$750.000
Servicios varios	Interaseo	\$500.000

## 8.2 Estructura organizacional del negocio

### 8.2.1 Organigrama



## 8.2.2 Descripción funcional de la organización

Cargo	Funciones Responsabilidades	Salario
<p><b>Asesor Comercial</b></p>	<p>Antes de la venta. Realizar prospecciones, organizar el tiempo, intentar descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente, preparar las rutas, preparar las visitas.</p> <p>Durante la venta, la visita. Presentación, oferta, tratamiento de objeciones, cierre de la venta.</p> <p>Después de la venta, el seguimiento. Análisis de cumplimiento de objetivos, informe de gestión diario, atender reclamaciones e incidencias.</p>	<p><b>Salario:</b> \$ 1.500.000</p> <p><b>Seguridad Social:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- E.P.S: \$127.500</li> <li>- Pensiones: \$180.000</li> <li>- A.R.P: \$15.000</li> </ul> <p><b>Total: \$322.500</b></p> <p><b>Prestaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prima: \$124.950</li> <li>- Cesantías: \$124.950</li> <li>- Intereses sobre las cesantías: \$124.950 * 1% = \$1.249,50</li> <li>- Vacaciones: \$62.550</li> </ul> <p><b>Total: \$313.699,50</b></p> <p><b>Aportes para fiscales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- C.C.F: \$20.600</li> <li>- I.C.B.F: \$15.450</li> <li>- SENA: \$10.300</li> </ul> <p><b>Total: \$46.350</b></p> <p><b>TOTAL:</b> \$1.500.000 + \$322.500 + \$313.699,50 + \$46.350 = <b>\$2.182.549,50</b></p>

<p><b>Comerciante</b></p> <p><b>Internacional</b></p>	<p>Capta clientes y/o proveedores en el exterior, está encargado de las relaciones internacionales y procesos de Importación y Exportación de la empresa.</p>	<p><b>Salario:</b> \$ 1.500.000</p> <p><b>Seguridad Social:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- E.P.S: \$127.500</li> <li>- Pensiones: \$180.000</li> <li>- A.R.P: \$15.000</li> </ul> <p><b>Total: \$322.500</b></p> <p><b>Prestaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prima: \$124.950</li> <li>- Cesantías: \$124.950</li> <li>- Intereses sobre las cesantías: \$124.950 * 1% = \$1.249,50</li> <li>- Vacaciones: \$62.550</li> </ul> <p><b>Total: \$313.699,50</b></p> <p><b>Aportes para fiscales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- C.C.F: \$20.600</li> <li>- I.C.B.F: \$15.450</li> <li>- SENA: \$10.300</li> </ul> <p><b>Total: \$46.350</b></p> <p><b>TOTAL:</b> \$1.500.000 + \$322.500 + \$313.699,50 + \$46.350 = <b>\$2.182.549,50</b></p>
---	---	--

<p><b>Vendedor</b></p>	<p>Se encargara de distribuir el producto a las empresas</p>	<p><b>Salario:</b>\$750.000</p> <p><b>Subsidio de Transporte:</b>\$61.500</p> <p><b>Seguridad Social:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- E.P.S: \$63.750</li> <li>- Pensiones: \$90.000</li> <li>- A.R.P: \$7.500</li> </ul> <p><b>Total: \$161.250</b></p> <p><b>Prestaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prima: \$62.475</li> <li>- Cesantías: \$62.475</li> <li>- Intereses sobre las cesantías: \$124.950</li> <li>* 1% = \$624,75</li> <li>- Vacaciones: \$31.275</li> </ul> <p><b>Total: \$156.849,75</b></p> <p><b>Aportes para fiscales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- C.C.F: \$20.600</li> <li>- I.C.B.F: \$15.450</li> <li>- SENA: \$10.300</li> </ul> <p><b>Total: \$46.350</b></p> <p><b>TOTAL:</b> \$750.000 + \$61.500 + \$161.250 +156.849,75 + \$46.350 = <b>\$1.175.949,75</b></p>
------------------------	--	--

<p><b>Gerente General</b></p>	<p>Formulación de estrategias, Controla y planea actividades, direcciona los departamentos de la empresa y ayuda a la creación de sistemas de publicidad.</p> <p>Estrategias para mejorar las relaciones interpersonales, contratación. Planifica, coordina y lidera el desarrollo de los empleados.</p>	<p><b>Salario del Gerente:</b> \$2.000.000</p> <p><b>Seguridad Social:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- E.P.S: \$170.000</li> <li>- Pensiones: \$240.000</li> <li>- A.R.P: \$20.000</li> </ul> <p><b>Total: \$430.000</b></p> <p><b>Prestaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prima: \$166.600</li> <li>- Cesantías: \$166.600</li> <li>- Intereses sobre las cesantías: \$166.600</li> <li>* 1% = \$1.666</li> <li>- Vacaciones: \$83.400</li> </ul> <p><b>Total: \$418.266</b></p> <p><b>Aportes para fiscales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- C.C.F: \$20.600</li> <li>- I.C.B.F: \$15.450</li> <li>- SENA: \$10.300</li> </ul> <p><b>Total: \$46.350</b></p> <p><b>TOTAL:</b> \$2.000.000 + \$430.000 + \$418.266+ \$46.350 = <b>\$2.894.616</b></p>
-------------------------------	--	---

### 8.3 Equipos, muebles y enseres

Descripción	Proveedor	Cantidad	Precio
Cafetera	Office Depot	1	\$119.490
Dispensador de agua	Office Depot	1	\$249.990
Vehículo Chana, Vans (Cargo 6360H)	Concesionario: Trocar, Grupo Caribe Ltda. Medellín	1	\$24.400.000
Horno microonda	Office Depot	1	\$139.890
Escritorio para oficina	Office Depot	2	\$248.990 * 2 = \$497.980
Archivero	Office Depot	1	\$199.990
Sillas cómodas para los escritorios	Office Depot	2	\$229.990 * 2 = \$459.980
Sillas para el público	Office Depot	4	\$79.990 * 4 = \$319.960
Computadores para la oficina	Biotech Ltda.	2	\$1.098.000 * 2 = \$2.196.000
Computador portátil	Biotech Ltda.	1	\$848.990
Lámparas	Office Depot	2	\$29.890 * 2 = \$59780
Impresora multifuncional (fotocopiadora, fax, scaner)	Office Depot	1	\$549.990
Teléfonos	Office Depot	2	\$94.890 * 2 = \$189.780

Caja de seguridad para documentos importantes	Office Depot	1	\$149.990
Caja metálica para dinero	Office Depot	1	\$39.990

#### 8.4 Locaciones

El lugar donde se establecerá la empresa será rentado y el solo será un lugar para las oficinas y las bodegas.

Descripción del lugar: Bodega y oficina en un tercer nivel, de buena apariencia y en un sitio estratégico de la ciudad, con buen servicio de transporte y buenas ventas de acceso. No necesita pagar administración.

80m<sup>2</sup> en el sector San Juan, Medellín

\$730.000 mensual

Parqueadero en el primer nivel

\$55000 mensual

#### 8.5 Software y elementos de papelería y cafetería

Descripción	Proveedor	Cantidad	Precio
Resmas de papel	Office Depot	1	\$9.090
Lapiceros, lápices, sacapuntas, borradores, correctores, ordenadores, pegante, cosedoras, clics, reglas, tijeras,	Office Depot	12	\$25000

Tarjetas de presentación	Litomadrid	1000	\$43.000
Revista	Office Depot	1	\$7.500
Home Basic	Biotech Ltda.	1	\$205.000
Planta con matera decorativa	Office Depot	1	\$55.000
Talonnario de factura	Office Depot	1x100	\$2.600
Office Bussines	Biotech Ltda.	1	\$460.000
Aromática (20 u)	Éxito	2	$\$1760 * 2 = \$3.520$
Café (50 g)	Éxito	2	$\$3.650 * 2 = \$7.300$
Azúcar (2.5 k)	Éxito	1	\$5.850
Botellón de agua	Éxito	1	\$7.500

## 8.6 Requerimiento mensual

Descripción	Proveedor	Meses y/o cantidad	Precio
Servicios públicos	EPM	1	\$210.000
Arrendamiento del local	Bodegas y Locales	1	\$730.000
Parqueadero	Bodegas y Locales	1	\$55000
Lapiceros, lápices, sacapuntas, borradores, correctores, ordenadores, pegante, cosedoras, clics, reglas, tijeras,	Office Depot	12	\$25000
Resmas de papel	Office Depot	1	\$9.090
Talonnario de factura	Office Depot	1x100	\$2.600
Aromática (20 u)	Éxito	2	\$1760 * 2 = \$3.520
Café (50 g)	Éxito	2	\$3.650 * 2 = \$7.300
Azúcar (2.5 k)	Éxito	1	\$5.850
Botellón de agua	Éxito	1	\$7.500
Revista	Office Depot	1	\$7.500

## 8.7 Actividades pre-operativas

Actividad	Semanas									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Consecución del local.	X									
Apertura legal de la empresa.		X								
Adquisición de muebles y enseres.			X	X						
Adquisición de equipos.			X	X						
Adquisición de elementos de papelería, aseo y cafetería.			X	X						
Adquisición vehículo.					X	X	X			
Adecuación del local.					X	X				
Contratación del personal de trabajo.						X	X	X		
Capacitaciones.									X	X

## 9 ASPECTOS LEGALES

### 9.1 Tipo de organización empresarial

**Nombre la empresa: “importadora y comercializadora ORIFEM S.A.S”**

La empresa será Sociedad por Acciones Simplificada, gracias a las ventajas que ofrece, tales como:

Los accionistas solo serán responsables hasta el monto de sus aportes.

No serán responsables por las obligaciones tributarias o laborales, salvo cuando se demuestren casos de fraude.

Procede para grandes, medianas y pequeñas empresas.

Rompe la rigidez de sus actuales sociedades para su control y administración.  
Sin límite en el número de accionistas.

La representación legal puede ser ejercida por una persona natural o jurídica.  
No está obligado a tener revisor fiscal al menos el primer año.

### 9.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Factor de renta Departamental de Antioquia: 0,75% de los activos de la empresa  
 $\$30.421.800 * 0,75\% = \$228.163$

Cámara de Comercio de Medellín: \$27.000

Costo del nombramiento de representación legal: \$68.700

Matrícula de sociedad: Rango entre \$26.780.000 a \$36.056.000 (Activos de la empresa, \$30.421.800) es de \$281.000



Establecimiento mercantil: \$86.000, este es el monto requerido cuando los activos de la empresa son mayores de \$8.755.000

Formulario de la matrícula mercantil: \$3.600

No es necesario ir a la notaria para sacar la escritura pública. Un abogado de la cámara de comercio entrega la guía de los datos que debo llenar, por medio de un correo electrónico, este procedimiento aplica para las S.A.S.

El Pre-Rut no tiene costo, se encuentra en la página web de la DIAN

El nombre de la empresa para la aprobación del mismo, se debe consultar en la página web [www.crearempresa.com.co](http://www.crearempresa.com.co) para que no se repitan nombres y es gratuito.



## 10ASPECTOS FINANCIEROS

### 10.1 Estructura Financiera del proyecto

#### 10.1.1 Recursos propios

<b>Activos Fijos Disponibles</b>	<b>Valor</b>
Equipos de Informática y Comunicaciones	\$ 3.784.760,0
Muebles y Enseres	\$ 2.237.040,0
Vehículos	\$24.400.000,0
<b>Total Activos Fijos Disponibles</b>	<b>\$30.421.800,0</b>

#### 10.1.2 Créditos y préstamos bancarios

Monto del Préstamo:	\$ 83.173.913,25
Intereses (efectivo Mensual):	1,62%
Plazo (meses):	60
Modalidad del Préstamo:	Cuota fija
Nombre de la entidad	Bancolombia

Como se observa en este cuadro se necesitan \$ 83.228.913 descontando los activos fijos, ya que se tienen como disponibles.

## 10.2 Ingresos y Egresos

### 10.2.1 Ingresos

#### 10.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio

Ventas	
ORIFEM	\$ 56.777.400,0
<b>VENTAS TOTALES (VT)</b>	<b>\$ 56.777.400,0</b>

## 10.3 Egresos

### 10.3.1 Inversiones

Total Activos Fijos Exigibles	\$30.421.800,0
Requerimientos Financieros	\$ 83.173.913,25
Valor total de la inversión	\$ 113'595.713.3

## 10.4 Costos

### Costos Variables

Costos Unitarios de los Componentes del Producto				
Componente	Costo Unitario	Cantidad	Unidades	Valor Total Por Componente
Publicidad	\$ 10,00	1,00	Unidades	\$ 10,00
Transporte	\$ 10,00	1,00	Unidades	\$ 10,00
seguro	\$ 10,00	1,00	Unidades	\$ 10,00
Bodegaje	\$ 10,00	1,00	Unidades	\$ 10,00



Cargue y descargue	\$ 10,00	1,00	Unidades	\$ 10,00
Dispositivo	\$ 600,00	1,00	Unidades	\$ 600,00
<b>Total Costos Variable Unitario del Producto</b>				<b>\$ 650,00</b>

## 10.5 Gastos

<b>COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES</b>	
Salarios	\$ 3.500.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.577.165
Cafetería	\$ 24.170
Papelería	\$ 44.590
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 55.000
Arrendamiento	\$ 730.000
Parqueadero	\$ 110.000
Varios externalizados (vigilancia, contador, aseo,)	\$ 2.050.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 8.900.018</b>

<b>COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS</b>	
Salarios	\$ 2.250.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.108.499
Publicidad y Mercadeo	\$ 1.566.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS</b>	<b>\$ 4.924.499</b>

## 10.6 Estado de Resultados del primer año

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Ingresos por concepto de Ventas	56.777.400	56.777.400	56.777.400	56.777.400	56.777.400	56.777.400
Costo Variables	41.005.900	41.005.900	41.005.900	41.005.900	41.005.900	41.005.900
Costos Fijos Producción	0	0	0	0	0	0
Gastos Depreciación	530.441	530.441	530.441	530.441	530.441	530.441
Utilidad Bruta en Ventas	15.241.059	15.241.059	15.241.059	15.241.059	15.241.059	15.241.059
Costos fijos de Administración	8.900.018	8.900.018	8.900.018	8.900.018	8.900.018	8.900.018
Costos Fijos de Ventas y Distribución	4.924.499	4.924.499	4.924.499	4.924.499	4.924.499	4.924.499
Amortización de diferidos	11.574	11.574	11.574	11.574	11.574	11.574
Utilidad Operativa	1.404.968	1.404.968	1.404.968	1.404.968	1.404.968	1.404.968
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0
Otros egresos	0	0	0	0	0	0
Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	1.404.968	1.404.968	1.404.968	1.404.968	1.404.968	1.404.968
Impuestos	463.639	463.639	463.639	463.639	463.639	463.639
UTILIDAD NETA	941.329	941.329	941.329	941.329	941.329	941.329
Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0
Utilidades no Repartidas	941.329	941.329	941.329	941.329	941.329	941.329
Utilidades no Repartidas Acumuladas	941.329	1.882.657	2.823.986	3.765.314	4.706.643	5.647.971

Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
56.777.400	56.777.400	56.777.400	56.777.400	56.777.400	56.777.400
41.005.900	41.005.900	41.005.900	41.005.900	41.005.900	41.005.900
0	0	0	0	0	0
530.441	530.441	530.441	530.441	530.441	530.441
15.241.059	15.241.059	15.241.059	15.241.059	15.241.059	15.241.059
8.900.018	8.900.018	8.900.018	8.900.018	8.900.018	8.900.018
4.924.499	4.924.499	4.924.499	4.924.499	4.924.499	4.924.499
11.574	11.574	11.574	11.574	11.574	11.574
1.404.968	1.404.968	1.404.968	1.404.968	1.404.968	1.404.968
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
1.404.968	1.404.968	1.404.968	1.404.968	1.404.968	1.404.968
463.639	463.639	463.639	463.639	463.639	463.639
941.329	941.329	941.329	941.329	941.329	941.329
0	0	0	0	0	0
941.329	941.329	941.329	941.329	941.329	941.329
6.589.300	7.530.628	8.471.957	9.413.285	10.354.614	11.295.943

## 10.7 Flujo de caja a 5 años

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 681.328.800	\$ 794.429.381	\$ 926.304.658	\$ 1.080.071.231	\$ 1.259.363.056
- Costos variables		\$ 492.070.800	\$ 541.277.880	\$ 595.405.668	\$ 654.946.235	\$ 720.440.858
- Costos fijos		\$ 165.894.201	\$ 182.483.621	\$ 200.731.983	\$ 220.805.182	\$ 242.885.700
Costos fijos de Producción		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos fijos de Administración		\$ 106.800.210	\$ 117.480.231	\$ 129.228.254	\$ 142.151.080	\$ 156.366.187
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 59.093.991	\$ 65.003.390	\$ 71.503.729	\$ 78.654.102	\$ 86.519.512
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 6.504.183	\$ 6.504.183	\$ 6.504.183	\$ 6.504.183	\$ 6.504.183
- Intereses Crédito		\$ 15.231.467	\$ 12.912.770	\$ 10.100.905	\$ 6.690.982	\$ 2.555.797
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 1.628.149	\$ 51.250.927	\$ 113.561.918	\$ 191.124.650	\$ 286.976.518
- Impuestos	\$ 0	\$ 537.289	\$ 16.912.806	\$ 37.475.433	\$ 63.071.135	\$ 94.702.251
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 1.090.860	\$ 34.338.121	\$ 76.086.485	\$ 128.053.516	\$ 192.274.267
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 6.504.183	\$ 6.504.183	\$ 6.504.183	\$ 6.504.183	\$ 6.504.183
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 83.173.913	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 119.353.510
Prestamos	\$ 83.173.913					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 120.758.163
Valor de Salvamento						-\$ 1.404.653
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 113.595.713	\$ 19.149.645	\$ 22.293.137	\$ 26.012.275	\$ 30.420.200	\$ 23.577.370
Activos Fijos	\$ 30.421.800					
Pago Crédito (Capital)		\$ 10.901.700	\$ 13.220.397	\$ 16.032.261	\$ 19.442.185	\$ 23.577.370
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 694.463					
Capital de Trabajo	\$ 82.479.450	\$ 8.247.945	\$ 9.072.740	\$ 9.980.013	\$ 10.978.015	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 30.421.800</b>	<b>-\$ 11.554.602</b>	<b>\$ 18.549.168</b>	<b>\$ 56.578.394</b>	<b>\$ 104.137.499</b>	<b>\$ 294.554.590</b>

Tasa Interna de Retorno	27,72%
Valor Presente Neto	124.852.740
Tasa Interna de Retorno	85,24%

### 10.8 Análisis de sensibilidad

Cambio Porcentual en el Precio	-10,00%
Tasa de Retorno	2,06%
Valor Presente Neto	- 8.829.635
Tasa Interna de Retorno	0,74%

Cambio Porcentual en las Ventas	-15,00%
Tasa de Retorno	2,06%
Valor Presente Neto	27.402.395
Tasa Interna de Retorno	6,98%

Cambio Porcentual en el Precio	-10,00%
Cambio Porcentual en las Ventas	-15,00%
Valor Presente Neto	55.209.486
Tasa Interna de Retorno	12,72%

## 11 CONCLUSIONES

De acuerdo con el estudio realizado, se puede concluir que el proyecto es viable por las siguientes razones:

En Colombia no existe el dispositivo, por lo cual no se tiene competencia por el momento.

El precio del dispositivo es relativamente bajo, ya que el cartoncillo es un material muy económico, flexible y no genera impacto con el medio ambiente.

Existe un gran porcentaje de mujeres ubicadas en el Área Metropolitana de Medellín a las cuales se les puede ofrecer el producto.

Aunque se eligió una mínima parte del porcentaje objetivo de las mujeres ubicadas en el Área Metropolitana de Medellín, el mínimo porcentaje de posibles distribuidores del dispositivo y una utilidad relativamente baja, el proyecto generará ingresos.

Desde el punto de vista legal, no existen impedimentos ni restricciones para crear la empresa.

De acuerdo con el análisis financiero, se concluye que el proyecto “Importadora y Comercializadora ORIFEM S.A.S.” es viable porque el valor presente neto nos indica si el proyecto cumple con la función básica financiera y para éste el VPN en cinco años corresponde a \$ 124.827.557, lo que indica que arrojó un saldo positivo y el proyecto es favorable para el inversionista, pues genera valor aumentando la riqueza en \$ 124.827.557.

Para tomar decisiones en la empresa “Importadora y Comercializadora ORIFEM S.A.S.” se debe tener en cuenta el punto de equilibrio, ya que nos dice el número de unidades que se tendrán que vender para poder cubrir los costos y gastos totales y cuál es el valor en ventas que la empresa debe alcanzar para cubrir sus



costos y gastos operativos, según análisis financiero las unidades que se deben vender para cubrir los costos y gastos y haya un equilibrio será 55.298.07 dispositivos por mes.

En el análisis de sensibilidad se concluye que si el precio disminuye en un 10%, el proyecto no sería viable porque el VPN daría negativo y la rentabilidad bajaría.

Si disminuyen las ventas en un 15%, el proyecto sería viable, porque el producto no es sensible a las ventas.

Si disminuyen el precio en un 10% y las ventas en un 15%, el proyecto sería viable, porque se incurren en menos costos al comprar los dispositivos.



## BIBLIOGRAFÍA

<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo3980DocumentNo3388.PDF>

<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/tecnologia-ecuatoriana-de-exportacion-84216-84216.html>

[http://www.bygalicia.eu/es/claves\\_de\\_la\\_internacionalizacion/marketing\\_internacional/el\\_papel\\_del\\_entorno/](http://www.bygalicia.eu/es/claves_de_la_internacionalizacion/marketing_internacional/el_papel_del_entorno/)

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3axyqGL34f0J:www.laopinion.com.co/noticias/index.php%3Foption%3Dcom\\_content%26task%3Dview%26id%3D355167%26Itemid%3D32+sector+industrial+en+colombia+dane&cd=6&hl=es&ct=clnk&gl=co](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3axyqGL34f0J:www.laopinion.com.co/noticias/index.php%3Foption%3Dcom_content%26task%3Dview%26id%3D355167%26Itemid%3D32+sector+industrial+en+colombia+dane&cd=6&hl=es&ct=clnk&gl=co)

<http://pwp.supercabletv.net.co/garcru/colombia/Colombia/economia.html>

<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo9976DocumentNo8856.pdf>

<http://www.p-mate.nl/nl/contact.html>

<http://www.p-mate.nl/nl/order.html>

[http://www.biolifedynamics.com/magic\\_cone.html](http://www.biolifedynamics.com/magic_cone.html)

<http://www.practifem.com.mx/inicio/>

[http://www.banrep.gov.co/documentos/junta-directiva/informe-congreso/2010/julio\\_completo.pdf](http://www.banrep.gov.co/documentos/junta-directiva/informe-congreso/2010/julio_completo.pdf)

<http://www.intracen.org/Tdc/Export%20packaging/EPN/Spanish/epn43s.pdf>

<http://www.siac.gov.co/contenido/contenido.aspx?catID=1&conID=354>

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/coltecn.htm>

Directorio Páginas Amarillas Blancas Comerciales de Medellín (Valle de Aburrá y Oriente Antioqueño) 2010



Cámara de Comercio de Medellín

Notaria 12 de Medellín

<http://www.infoguiabogota.com/medellin/accounting/pool-de-contadores-ltda.html>

