



---

# **IMPORTACION Y COMERCIALIZACION DE JUGUETES BIODEGRADABLES**

---

**GOOD TOYS S.A.S**  
COMERCIO INTERNACIONAL  
AGOSTO - 2014

**IMPORTACION Y  
COMERCIALIZACION DE JUGUETES  
BIODEGRADABLES**

**Good Toys S.A.S  
Departamento de Comercio Internacional  
Medellín, Agosto, 2014**



Escriba su Copyright

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

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

## **NOMBRE DEL PROYECTO**

### **Contenido - Plan de Negocio**

#### **RESUMEN EJECUTIVO**

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

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

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

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

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

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

- 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

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

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción
- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
  - 5.5.1. Locaciones
  - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
  - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
  - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
  - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

## **6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

- 6.1. Procesos Administrativos
  - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
  - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
  - 6.2.1. Organigrama
  - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
  - 6.3.1. Locaciones
  - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
  - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
  - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
  - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

## **7. ASPECTOS LEGALES**

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

## **8. ASPECTOS FINANCIEROS**

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
  - 8.1.1. Recursos Propios
  - 8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios
- 8.2. Ingresos y Egresos
  - 8.2.1. Ingresos
    - 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.
    - 8.2.1.2 Otros Ingresos
  - 8.2.2. Egresos
    - 8.2.2.1. Inversiones
    - 8.2.2.2. Costos
    - 8.2.2.3. Gastos

8.2.2.4.Gastos Financieros

8.3. Estados Financieros Proyectados

8.3.1. Flujo de Caja

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

8.3.3. Balance General

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

8.4.3. Indicadores Financieros proyectados

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

**9. CONSIDERACIONES FINALES**

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**10. ANEXOS**

## RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto se presenta con el fin de dar a conocer una propuesta de negocio viable con respecto a la comercialización de juguetes biodegradables que decidimos importar desde Chile, este producto aun no se encuentra en nuestro país y el cual consideramos tiene algunas ventajas que pudimos deducir de la investigación realizada durante todo el semestre, si bien es un campo donde la competencia está saturada también es una oportunidad de comercializar algo diferente que a parte de ser novedoso es amigable con el medio ambiente. El producto inicialmente será comercializado en la ciudad de Bogotá y posteriormente abarcar más ciudades a nivel nacional y ampliar nuestro portafolio de productos puesto que vemos un gran potencial en la materia prima de la cual están hechos los juguetes y consideramos que podríamos utilizarla para producir otros artículos.

Para llevar a cabo como tal nuestra idea fue necesario enfocarnos en el público al cual va dirigido este producto por lo que incurrimos en una ardua investigación del comportamiento de el sector juguetero del país, aunque no fue fácil definir como tal la información exacta tuvimos las herramientas necesarias para considerar que podríamos participar en una demanda interesante para el proyecto, esta se trata de un porcentaje del 20% con respecto a la ventas efectuadas por una de las tiendas más prestigiosas del país la cual es Pepe Ganga empresa que fue nuestra base de partida para considerar que podríamos vender 4.000 unidades anuales del producto. A esta conclusión se llega verificando datos y encuestas realizadas por el DANE el cual nos arrojó una población objetiva muy interesante para lanzar nuestra tienda en la ciudad de Bogotá.

Para constituir nuestro proyecto creamos la empresa GOOD TOYS S.A la cual esta conformada por 2 socios la cual realizan un aporte de \$10.000.000 cada una, adicionalmente fue necesario tomar un crédito por valor de \$43.000.000 con la entidad financiera colpatria a un termino de 60 meses para poder respaldar las obligaciones y las operaciones que deben de efectuarse para emprender el proyecto.

Despues de analizar todos los costos e inversiones de las cuales requiere el proyecto verificamos que la utilidad que deja como tal la empresa aunque en porcentaje es positiva no llena las expectativas como tal de los socios inversionistas puesto que esta utilidad no es atractiva para emprender el proyecto ya que a cualquier variación que se pueda presentar en el mercado nos afectaría sustancialmente, verificando financieramente a la empresa esta muy al limite de cualquier eventualidad es decir si por alguna razón la demanda llega a bajar asi sea en un pequeño porcentaje la afectación en la utilidad seria grande.

Sin embargo podemos decir que estamos satisfechas del resultado, ya que creimos en el desde el principio y consideramos que dándole una restructuración al mismo se puede llevar a cabo puesto que apartir de los análisis que hicimos durante todo este semestre concluimos que podría ser exitoso.



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

Yurani Marcela Cano					
<b>Identificación:</b>	1128278537	<b>Teléfono:</b>	5210681	<b>Celular:</b>	3002882440
<b>Dirección:</b>	Carrera 46 A # 97 – 20		<b>Barrio:</b>	Aranjuez	
<b>Ciudad</b>	Medellín	<b>Correo electrónico:</b>	ymarcela.cano@gmail.com		
<b>Estudios:</b>	<b>Técnicos</b>	<b>Tecnológicos</b>	x	<b>Universitarios</b>	
<b>Otros Estudios:</b>					

Angela Maria Echavarria Hernandez					
<b>Identificación:</b>	1036620942	<b>Teléfono:</b>	3731750	<b>Celular:</b>	3004815226
<b>Dirección:</b>	Calle 63 # 61 – 13		<b>Barrio:</b>	Calatrava	
<b>Ciudad</b>	Itagüí	<b>Correo electrónico:</b>	angelita182008@hotmail.com		
<b>Estudios:</b>	<b>Técnicos</b>	<b>Tecnológicos</b>	x	<b>Universitarios</b>	
<b>Otros Estudios:</b>					

<b>Identificación:</b>		<b>Teléfono:</b>		<b>Celular:</b>	
<b>Dirección:</b>				<b>Barrio:</b>	
<b>Ciudad</b>		<b>Correo electrónico:</b>			
<b>Estudios:</b>	<b>Técnicos</b>	<b>Tecnológicos</b>		<b>Universitarios</b>	
<b>Otros Estudios:</b>					

- **PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS**

El plan de negocios surge con el proposito de desarrollar el proyecto de grado para aplicar los conocimientos adquiridos durante los semestres vistos en la Tecnologia de Comercio Internacional, el cual trata de un producto innovador para la importacion o exportacion y asi poder culminar el ciclo de la tecnologia, asi es como a raiz de la investigacion nos encontramos con juguetes Bio SPA, una empresa dedicada a la produccion, importacion y comercializacion de juguetes innovadores e inteligentes hechos a base de Almidon de maiz, lo cual nos llamo la atencion, ya que a parte de ser un producto creativo, llamativo para la vista, su labor es muy bonita, pues fomenta la creatividad en los niños, desarrolla su motricidad y conciencia por el medio ambiente, haciendo de este algo poco convencional, pues en Colombia se encuentra mucha variedad de juguetes pero no hay ninguno de este tipo ya que la tecnologia a desplazado en gran parte los juegos didacticos.

Despues, en el proceso de la elaboracion de la idea del plan de negocios, al ver que es un producto que puede ser apto para la importacion y comercializacion, se ha decidido emprender este proyecto con toda la seriedad y dedicacion que implica, pues no descartamos la idea de que sea un proyecto viable el cual se pueda desarrollar realmente en un mediano plazo y recibir una remuneracion economica o hacer de este proyecto una empresa real, adecuando este producto a las exigencias y necesidades del comprador.

- **INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

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

GOOD TOYS S.A.S

### **3.2 Descripción de la Empresa**

Es una empresa dedicada a importar y comercializar juguetes innovadores y amigables con el medio ambiente. Nuestro almacén de venta se encuentra ubicado en la ciudad de Bogotá.

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

#### **MISION**

Somos una empresa dedicada a importar y comercializar juguetes innovadores y amigables con el medio ambiente, que fomentan el desarrollo de la creatividad y la motricidad de forma entretenida en los niños, los cuales son nuestra razón de ser, con el aditivo de cultivar en ellos una conciencia temprana del cuidado para preservar el medio ambiente, ya que nuestra compañía GOOD TOYS S.A.S está altamente comprometida con la ecología.

#### **VISION**

Ser en el año 2019 la empresa líder y reconocida a nivel nacional en la importación y comercialización de juguetes, artículos y productos amigables con el medio ambiente que puedan

ser utilizados en las escuelas, el hogar y las empresas, apoyados por un equipo comprometido con los objetivos y valores de la empresa.

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

#### Objetivos a Corto Plazo

- Brindar un producto novedoso y llamativo para el público.
- Hacer campañas publicitarias que permitan el reconocimiento de la compañía
- Cambiar el concepto del término “juguete” ampliándolo a algo didáctico

#### Objetivos a Mediano Plazo

- Incursionar en nuevos productos utilizando la materia prima biodegradable
- Participar y visitar ferias internacionales
- Expandir las tiendas a los diferentes centros comerciales del país

#### Objetivos a Largo Plazo

- Expandir la empresa a nivel internacional
- Vender la franquicia a otros países interesados en tener las tiendas **GOOD TOYS**
- Ser los productores directos de los juguetes

### 3.5 Ventajas Competitivas

La empresa GOOD TOYS S.A.S es diferente a las demás comercializadoras de juguetes ya

que no solo brinda a su público objetivo un artículo novedoso sino que a su vez preserva el medio ambiente, esto con miras a crear también conciencia entre nuestros clientes.

La tecnología ha desplazado los juguetes didácticos disminuyendo cada vez la capacidad de aprendizaje, GOOD TOYS S.A.S conserva e incentiva el desarrollo y aprendizaje continuo en los niños de forma tradicional pero entretenida, lo cual es apreciado por los padres quienes juegan un papel muy importante, ya que son los compradores finales.

La compañía desarrollara su sitio web para que los padres e hijos puedan acceder, allí encontraran especificaciones y videos para el uso del material, la creación de figuras y diseños nuevos de forma constante y fácil para que los niños elaboren.

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

De acuerdo con las investigaciones desarrolladas, se ha evidenciado que durante años ha sido considerado de alta importancia que los niños aprendan mediante juegos, ya que es una forma sencilla, didáctica y divertida de adquirir conocimientos; sin embargo con el auge de los juegos electrónicos y la tecnología ha quedado de un lado este concepto, desplazando en gran parte los juegos tradicionales, pues hoy en día la mayoría de los niños prefieren estar sentados frente al computador jugando que tomar un juguete y simplemente divertirse con este, lo cual en parte disminuye su capacidad de aprendizaje e intelecto ya que al ser algo totalmente sistematizado y casi que automático, no crea a los niños la necesidad de esforzarse mentalmente o ser creativos, aumentado así la preocupación y quejas frecuentes de los padres ya que los videojuegos abarcan gran tiempo de los niños desconcentrándolos de lo académico y creando dependencia de estos, y peor aún se ven obligados a seguir “caprichos” y a adquirir algo que además es más costoso y se vuelve obsoleto con el tiempo por las nuevas tendencias tecnológicas.

Según lo anterior hay una necesidad latente de los padres que quieren que sus hijos jueguen pero lo más importante, y es que también estén en crecimiento constante de sus habilidades motrices, que aumente su intelecto y creatividad, esto es lo que precisamente pretende dar GOOD TOYS S.A.S que aunque nos son juegos electrónicos, si están elaborados para que sean divertidos e innovadores para los niños, pues estos tienen múltiples funciones que no permiten que sea algo monótono y conserva lo tradicional de los juegos que ayudan a su desarrollo.

### **3.7 Relación de productos y/o servicios**

Inicialmente **GOOD TOYS** se comercializa en tres presentaciones: Caja de 250 piezas, caja de 500 piezas y caja de 1200 piezas, donde se incluirán algunos accesorios como instrucciones de uso, plantillas recortables, ejemplos para la elaboración de figuras, entre otros y algunas figuras ya elaboradas.

### **3.8 Justificación del Negocio**

Los juguetes comercializados en GOOD TOYS S.A.S permiten el desarrollo motriz en los niños llevándolos a probar diferentes diseños para sus juguetes, además de esto buscamos concientizar tanto a padres e hijos de la importancia de cuidar el medio ambiente ya tan deteriorado por estos días. No hay nada igual en el mercado de la juguetería en Colombia por ello queremos ser la primera compañía que pueda implementar este esquema en el campo, y con los análisis que se han realizado y aunque hay mucha competencia en este mercado creemos firmemente que los juguetes biodegradables serán exitosos.

### **3.9 Análisis del entorno y del sector**

La industria juguetera debe de tener un enfoque basado en el conocimiento del mercado para que pueda avanzar, es decir que permita no solo concentrarse en el diseño del mismo si no también tener un gran aporte para la preservación del medio ambiente, dominando todo el proceso y el ciclo de vida del producto. Lo que hoy en día haría más consiente a esta parte del mercado de la importancia de contribuir a dicha preservación ya que lo que se puede observar actualmente es que hay una invasión de productos chinos que han abarcado casi todo el mercado nacional y que no son amigables con el medio ambiente. Gracias a esta invasión de productos asiáticos es un poco difícil la penetración al mercado de algo diferente pero eso es lo que pretendemos cambiar con este producto tan especial. Con respecto a la información que se conoce hoy en día del entorno se puede decir que la competencia es grande pero que no hay nada en el mercado que nos pueda igualar debido a las características de nuestro producto.

Aquí en este punto analizamos varios factores que afectan nuestra penetración en el mercado y que hemos considerado para tomar las mejores decisiones con respecto a la planeación y estrategias que se van a implementar para esto.

Unos de los más importantes es respecto al factor SOCIAL:

La empresa GOOD TOYS S.A.S evaluó los siguientes aspectos que podrían tener impacto en la oferta y demanda de nuestro producto. El primer aspecto es la ventaja de que Colombia sea un país capitalista, lo que hace que tenga cierta tendencia a las compras. Como segundo aspecto social encontramos que: la mayoría de los niños a lo largo de sus etapas tienen el deseo de tener juguetes, cambiando sus preferencias acorde a la edad en la que se encuentren, dándonos una visión positiva primero en ser un producto que se va a utilizar de manera masiva y segundo dándonos una herramienta que son las etapas para las cuales ofreceremos productos

que se acomoden a las necesidades y requerimientos de los niños, basados en sus intereses, habilidades motrices y de aprendizaje. Sin embargo evaluamos que en los “círculos sociales” desde muy temprana edad se empiezan a crear esas costumbres de acoplarse a dicha sociedad y esto implica estar dentro de lo que se considera “lo mejor” es decir se toman decisiones a partir del hecho del “que dirán” por ello siempre están pensando en tener juguetes mas tecnológicos, de la marca que este de moda en el momento, y eso que solo son a penas unos niños, algo en lo que totalmente intervienen los padres por estar sujetos a esa misma presión social, en esto tenemos una desventaja ya que nuestro producto es totalmente biodegradable y no es tecnológico. Pero esto no será un impedimento grande ya que precisamente lo que queremos hacer con este proyecto es cambiar ese pensamiento en los padres para que hagan más consientes a sus hijos, además del valor agregado de que pueden aprender jugando.

En el aspecto ECONOMICO hemos analizado los componentes de esta que nos pueden afectar directa e indirectamente una de ella la inflación que ha tenido el país durante el (2012, 2013 e índices que ha mostrado en el 2014) ya que esto podría afectar los precios de los productos, evidenciamos que la inflación que ha tenido el país como tendencia es un porcentaje relativamente bajo y estable siendo un factor muy favorable y dándonos un panorama muy positivo. También se analizó la tasa de cambio durante este año ya que va en constantes alzas y bajas y su promedio es de aproximadamente \$1800 lo cual nos favorece como empresa en el tema de la importación. Según información suministrada por la ANDI la demanda del país por consumo e inversión en un 10.8% algo muy favorecedor por que la tendencia indica que seguirá aumentando. Es importante también observar el comportamiento del desempleo en Colombia el cual a obtenido muy buenos resultados :

ANDI (2013) “Los buenos resultados de la economía, se han reflejado también en el mercado



laboral. Por primera vez en muchos años, la tasa de desempleo fue inferior al 8%, debido fundamentalmente a la mayor tasa de ocupación que aumentó de 59,9% a 60,9%, alcanzando su nivel más alto desde 2001. También en materia de informalidad hemos avanzado, medido bien sea por ocupados en empresas con menos de 5 trabajadores o empleando el indicador de ocupados afiliados a la seguridad social.”

Este es un buen panorama para empezar a conformar nuestra empresa y para corroborar que si puede ser viable el proyecto con respecto a las condiciones económicas actuales en el país.

El otro factor a analizar es de la CULTURA colombiana aquí contamos con un entorno favorable para nuestro producto, ya que la tendencia de este mercado es hacer ventas en todas las épocas del año, siendo los niños los mayores impulsores que tenemos a favor para nuestros potenciales compradores. La navidad es una fecha cultural en la cual las ventas de juguetes tienden a subir de manera acelerada y masiva, siendo este un dato muy positivo para nuestra empresa; esto también nos ayuda a desarrollar planes estratégicos de como penetrar el mercado y estar listos para la demanda que pueda presentarse para estas fechas ya que el consumo masivo de juguetes abarcaría los meses de (octubre, noviembre y diciembre). Aquí en lo que debemos trabajar como ya se ha mencionado antes es en la concientización y en la creación de ese gusto por la preservación del medio ambiente ya que esa costumbre en el país no está muy arraigada ni se practica como en otros países. Otro tema que nos afecta en lo cultural es la religión, que en el país es bastante diversa y no en todas se les tiene permitido el uso de juguetes por lo que estaríamos perdiendo un mercado de compradores potenciales, encontramos un análisis reciente de esto indicado gráficamente así:

Universia (2014) “Según la encuesta, el catolicismo es la religión con más seguidores con un

57%, seguido de la cristiana evangélica con un 31%, la musulmana con un 4% y con el mismo porcentaje, 1%, se ubican la religión judía, mormona y musulmana. El 5% afirmó profesar una religión diferente a las anteriormente señaladas.”

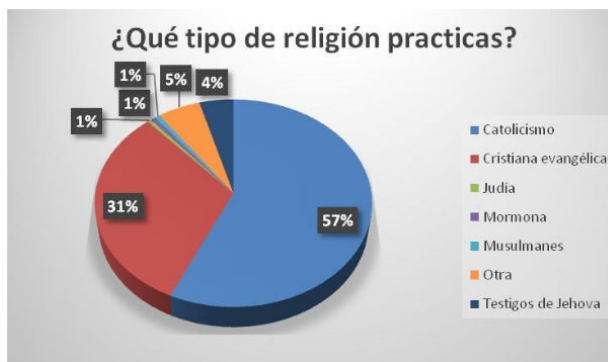


Grafico 1 (Universia Colombia 2014)

Como se puede visualizar hay un gran porcentaje de compradores potenciales para la empresa que por su religión no tienen permitido la compra de juguetes, por ello para el mercado meta debemos basarnos también en estos estudios para tomar la mejor decisión con respecto a que en qué lugar del país empezaremos a comercializar el producto.

En el sector POLITICO hemos evidenciado que Colombia es un país muy flexible y asequible en cuanto al tema de entrada y salida de mercancías y que además se cuentan con acuerdos comerciales que nos permite tener algunos beneficios, las relaciones diplomáticas en el momento están bien con los demás países lo que nos favorece para la actividad que vamos a llevar a cabo. Por el momento no hay restricciones que nos afecten.

Con respecto al factor LEGAL debemos regirnos según las disposiciones que el ministerio de la protección social nos exige para poder comercializar los juguetes, una de ellas es la resolución 003388 DE 2008 en esta se informa que debemos de contar con todos los requisitos sanitarios que deben tener los juguetes en sus componentes, accesorios y demás, que se fabriquen, importen, exporten, almacenen y se comercialicen en el territorio nacional con el fin

de prevenir riesgos en la salud. En esta parte antes de empezar a importar debemos de tener la aprobación de las autoridades competentes para poder empezar el proyecto.

Por otro lado encontramos el TECNOLÓGICO este aspecto es algo que puede afectarnos de manera negativa ya que, la mayoría de juguetería que se encuentra en el mercado maneja una tecnología muy avanzada, es un juguete de nuevo milenio que refleja y tiene objetivos muy diferentes al nuestro; debido a que nosotros buscamos una interacción más por decirlo así “sana” entre el niño y su juguete cambiando el concepto que el consumismo nos ha planteado como sociedad en donde “ el carrito a control remoto “ “ la muñeca multifunciones” no permiten un aprendizaje y desarrollo de las habilidades motrices y analíticas del niño; es un aspecto que puede perjudicarnos fuerte ya que no se puede cambiar un concepto de la noche a la mañana y a futuro tal vez tengamos que implementar tecnología a nuestros juguetes para no ser obsoletos en el mercado.

También debemos que tener en cuenta que el concepto de “tecnología” ya es algo fugaz, cada vez son más los avances que se hacen frente a este tema haciendo que hoy algo sea muy ágil, novedoso y tecnológico pero mañana sea totalmente obsoleto. GOOD TOYS S.A.S desarrollara planes de acción que nos mantengan en constantes cambios y mejoras adaptándose a los requerimientos y giros que pueda dar el mercado en relación con la tecnología.

Y tenemos por ultimo en nuestro análisis el aspecto AMBIENTAL que en los últimos años se ha presentado una nueva conciencia en todo lo relacionado con la naturaleza, los recursos y el medio ambiente. Hay una lucha constante que se ha hecho muy evidente por la preservación y cuidado de este en todas las industrias, ya todos los campos buscan contribuir con la preservación del planeta. GOOD TOYS S.A.S utiliza este factor de manera muy positiva y estratégica para llegar a la preferencia de los clientes, ya que nuestro mayor factor innovador

es el material biodegradable amigable con el medio ambiente. Este es un entorno totalmente a nuestro favor pues nuestro mayor propósito es incentivar tanto a los niños como a los padres, creando conciencia temprana de cómo podemos ayudar a proteger nuestra naturaleza.

## **ANALISIS SECTOR JUGUETERIA**

GOOD TOYS S.A.S encontró en su investigación del sector que la juguetería genera 660000 millones de pesos anuales, los juguetes importados representan 88000 millones de pesos y han tenido un crecimiento del 40%. El sector juguetero se muestra como un gran generador de crecimiento económico, contando con una gran variedad de productos, con unas ventas anuales muy llamativas y grandes empresas competidoras. El sector ha proyectado un gran crecimiento constante en las ventas como también en los productos rotativos del mercado.

Contamos con varios grandes competidores en este sector de los cuales encontramos los siguientes datos estadísticos:

Portafolio.co (2011) “El principal importador de juguetes fue Mattel Colombia, con 13,5 millones de dólares, seguido por Milhem Continente, con 11 millones de dólares, Almacenes Éxito, con 4,9 millones de dólares y Almacenes Máximo, con 4,5 millones de dólares. La cadena chilena Falabella y la francesa Carrefour también se aprovisionaron de buenos inventarios de juguetes para la temporada y en los 7 primeros meses de 2011 adquirieron en el exterior mercancía de ese tipo por 4 y 3,7 millones de dólares, respectivamente.

Por ello, si se mira en conjunto, las grandes superficies, con 17 millones de dólares, fueron los mayores compradores de juguetes extranjeros. Paralelamente fue uno de los principales

canales de comercialización de esos artículos, pues importaron el 19,2 por ciento de los juguetes foráneos.

Posteriormente, en el séptimo puesto, se situó Hasbro - uno de los principales jugadores a nivel mundial del sector y que a comienzo del año entró a operar directamente en Colombia- con 3,2 millones de dólares y el 3,6 por ciento.

Las compras de muñecos para la Cajita Feliz, por parte de la franquicia de la multinacional McDonald's, a través de la firma Franchises System de Colombia, totalizaron 1,7 millones de dólares.

La compañía Ronda S.A. -que maneja tres líneas: juegos de mesa, rompecabezas y didácticos- y Máximo están previendo por su lado un buen remate de año para la venta de los artículos. Aunque la primera es una productora local, hizo compras externas de juguetes por 243.000 dólares.

La directora de Desarrollo de Nuevos Negocios de Ronda, Victoria Eugenia Casasbuenas, dijo que inician el proceso de fabricación en julio y en octubre realizan los primeros envíos a los almacenes, y así las vitrinas tienen buena oferta. Mientras que Pepe Ganga está proyectando un crecimiento anual del 15 por ciento anual en las ventas de juguetes, del cual la temporada navideña representa el 7 %”

El sector juguetero cuenta con muchas empresas para abastecer las necesidades de los clientes, una gran variedad de productos provenientes de las anteriores empresas son los preferidos por los niños. Este panorama nos sitúa en que no será fácil penetrar este sector, pero también la investigación de nuestros competidores nos arrojó la mayor ventaja que tenemos como empresa “material biodegradable y un producto completamente diferente.

Con respecto a las barreras y salidas del sector encontramos que no es muy difícil entrar las

mercancías importadas al país además de que ha habido un gran incremento en los juguetes importados, pero también se presenta el tema de la protección nacional, ya que el gobierno ha llevado a cabo varios proyectos para duplicar la producción de juguetes nacionales y competir con la oferta de productos importados, GOOD TOYS S.A.S analizo esto hecho de forma tal que, el país al ver el beneficio que ofrece nuestro material Master-Bio al proteger el medio ambiente sea acogido de manera masiva y no sea visto como una amenaza a la producción nacional sino como un punto a favor que puede cambiar nuestra industria.

La época navideña mueve más de 250000 millones de pesos, encontramos que en esta época se venden más de la mitad de todo lo que se vende en el año, punto que nos favorece enormemente como empresa pero que también nos prevé de la preparación que debemos tener para esas fechas; el día del niño también es una fecha que mueve mucho este sector y disparan las ventas.

Por ellos determinamos lo siguiente:

El sector juguetero tiene una expectativa y panorama muy bueno, contamos con grandes compañías competidoras y dominantes del mercado pero también confirmamos nuestro valor agregado “ el material biodegradable” ya que todas estas compañías manejan el plástico y otros materiales muy contaminantes para el medio ambiente, con respecto a la publicidad que se realiza en el sector juguetero encontramos que se hace de una forma medianamente masiva y decidimos optimizar nuestras propagandas y proyecto de protección al medio ambiente.

### **3.10 Conocimientos para entrar al Negocio**

Mediante las investigaciones que se efectuaron para realizar este proyecto identificamos que

debemos de tener conocimientos acerca del entorno, el sector y el cliente al cual va dirigido este producto, la fuerza de ventas, la contratación de personal, las certificaciones y requisitos para poder constituir la empresa, las adecuaciones que se deben de realizar en el local donde se va a comercializar el producto, es importante conocer el comportamiento de la competencia para la toma de decisiones con respecto a las estrategias que se van a implementar, y adicional a ello para fijar los precios teniendo en cuenta los costos el margen de utilidad y rentabilidad que se desea para el negocio partiendo de un estudio del mercado y de la oferta y la demanda con la que cuenta el producto. Es indispensable analizar muy bien cada aspecto ya que de este depende el éxito del negocio o de evitar una mala inversión.

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

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

###### **Objetivos a Corto Plazo**

- Implementar estrategias publicitarias en los diferentes medios de comunicación con el fin de dar a conocer la marca.
- Brindar al cliente una infraestructura adecuada de nuestros almacenes, para así hacer de este un espacio atractivo e innovador.
- Crear un ambiente innovador y llamativo en la tienda.

###### **Objetivos a Mediano Plazo**

- Añadir a nuestro portafolio otros artículos novedosos aprovechando la materia prima de la cual están hechos los juguetes.

- Ingresar a otras zonas del país las cuales son potenciales para la venta del producto, expandiéndonos a nivel nacional.

### **Objetivos a Largo Plazo**

- Obtener contratos a nivel internacional para la expansión y crecimiento de la empresa.
- Ubicar nuestras tiendas en los principales centros comerciales del país.
- Ser marca líder en el sector juguetero.

## **4.2 Descripción del Portafolio**

GOOD TOYS es un juguete biodegradable, ecológico 100% de eco - construcción con un amplio estilo y diseño, está hecho a base de almidón de maíz, el cual no es toxico ya que su color se obtiene de los mismos colorantes utilizados para productos alimenticios, por lo que se maneja una amplia paleta de colores en las piezas de los juguetes.

Las piezas están elaboradas con un material inteligente que potencia la creatividad y concentración de los niños, además estimula la motricidad y refuerza el concepto de ecología. Sus piezas se pegan entre si tan solo usando agua, conformando figuras en 2 y 3 dimensiones, lo cual lo hace muy versátil ya que el consumidor puede elegir el diseño que prefiera. Este material no solo interactúa entre si, también puede ser utilizado para pegarlo en papel, cartón, vidrio o cualquier superficie porosa, además es más firme que la plastilina permitiendo que las figuras no se despeguen.



GOOD TOYS puede reutilizarse una vez ya se haya efectuado el diseño del juguete, es decir se le puede dar una forma diferente lo que lo hace aun mas novedoso. Por sus componentes este se mantendrá en la forma que el cliente así lo desee, siempre y cuando no se exponga a la humedad.

El juguete es apto desde los 3 años de edad, de allí en todas las edades ayudara a desarrollar la creatividad y la motricidad, a continuación se demuestra cómo funciona.



Imagen 1 (Happy Blocks; 2014)

Estos son algunos diseños que se pueden elaborar con las piezas:



Imagen 2 (Happy Blocks; 2014)

El producto GOOD TOYS viene en 4 presentaciones:



**Imagen 3 (Happy Blocks; 2014)**

CAJA DE 100 PIEZAS:

Esta Incluye:

- 100 Good Toys
- 1 Esponja
- 1 Cuchillo
- Tríptico de Instrucciones

CAJA DE 250 PIEZAS:

Esta Incluye:

- 250 Good Toys
- 6 Plantillas recortables incluidas en la caja para rellenar
- Instrucciones de Uso
- Ejemplos

CAJA DE 500 PIEZAS

Esta Incluye:

- 500 Good Toys
- 1 Cuchillo de punta redonda (apto para el uso de los niños)
- 1 Esponja
- 6 Figuras recortables incluidas en la caja para rellenar
- Instrucciones de Uso
- Ejemplos

CAJA DE 1200 PIEZAS

Esta Incluye:

- 1.200 Good Toys
- 2 Cuchillos de punta redonda (apto para el uso de los niños)
- 1 Esponja
- 1 álbum con laminas para rellenar
- 6 Figuras recortables para rellenar
- Instrucciones de Uso
- Ejemplos

La ventaja de este producto es que no solo puede utilizarse como un juguete si no que también puede usarse como implemento para realizar maquetas o algunas actividades escolares, incluso para decorar diferentes espacios esto lo hace un producto versátil e innovador. Como

servicio post-venta, a través de la página web se montaran videos como guía para la elaboración de las figuras; también se realizaran talleres mensuales en un stand dentro del centro comercial para que los niños aprendan hacer diferentes figuras.

Para la importación, este producto puede ser transportado en cualquier medio de transporte ya que no es una mercancía considerada peligrosa ni perecedera, pero preferiblemente ir palletizada por su tipo de empaque, las cajas tienen las siguientes medidas según la referencia:

**Tabla 1, Elaboración Propia**

Producto	Piezas	Peso aproximado unidad	Tamaño	cajas contenedoras (packaging para tiendas)	Peso aproximado caja contenedora	Tamaño
Caja 100 piezas	100	60 gr.	10x6x17	30 unidades	2,0 kl	31x31x40
Caja 250 piezas	250	148 gr.	15x10,5x20	20 unidades	3,510 kl	41x41x51
Caja 500 piezas	500	235 gr.	20x14x30	12 unidades	3,40 kl	41x41x51
Caja 1.200 piezas	1200	465 gr.	30x14x40	6 unidades	3,50 kl	41x41x51

## 4.3 MERCADO META

### 4.3.1 El Mercado Meta

Para la selección del mercado meta se llevó a cabo el análisis de distintas variables que afectan directamente la adquisición de los juguetes, también de las diferentes ciudades de Colombia, de esta manera se ha decidido ingresar con este nuevo producto en la ciudad de Bogotá D.C, que aunque es una de las ciudades con mayor competencia en nuestro campo, también es una de las que posee mayor población infantil y una muy buena cifra de tasa de empleo del 65.5% con un buen número de hogares constituidos. Según el último censo la población de Bogotá es

de 7.881.156 dentro de los cuales hay un alentador número de población infantil. Nuestro mercado es para aquellos padres que desean que sus hijos aprendan jugando y para aquellos niños que desean algo novedoso y diferente a todo lo demás.

#### **4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor**

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

###### **Objetivos a Corto Plazo**

- Conocer las preferencias de los clientes potenciales con respecto a la compra de juguetes.
- Establecer por medio de la información recopilada nuestro campo de acción para la penetración del producto

###### **Objetivos a Mediano Plazo**

- Determinar en que sectores del país podemos ingresar nuestras tiendas
- Generar conciencia para la preservación del medio ambiente.

###### **Objetivos a Largo Plazo**

- Generar recordación de marca
- Abarcar gran parte del sector juguetero del país.

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

Esta investigación se haría a través de los datos encontrados en la información del DANE que

es el mayor proveedor de datos estadísticos en el país, también a través de encuestas que nos permitan identificar la aceptación que tendría el producto para los consumidores, si les es agradable y si lo comprarían, también para recopilar ideas a través de las opiniones del público ya que lo que la empresa desea no es solo incursionar en los juguetes si no también en otros productos utilizando la misma materia prima.

### **c) Aplicación de los Medios**

La encuesta se realiza en un principio a niños en colegios cercanos a nuestras residencias, en la ciudad de Medellín, aunque el producto estará inicialmente en Bogotá tomamos como referencia la opinión de los niños en esta ciudad. Se realizaron 100 encuestas entre los sectores de Itagüí, Aranjuez y Robledo.

Primera encuesta realizada:



**NOMBRE:** SAMUEL CARDENAS

**EDAD:** 6 AÑOS

1. Te gusta armar juguetes? Si  No
2. Aprendes armándolos? Si  No   
Porque|descubro como hacerlo y como hacer cosas nuevas.
3. Sabe que es un juguete Biodegradable? Si  No
4. Cual el tipo de juguete que mas le gusta? Tecnológico   
Electrónico  Educativos  Otros \_\_\_\_\_  
Porque solo debe de manejarlo por medio de una tecla.
5. Compraría GOOD TOYS? Si  No   
Porque me gusta armar cosas

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

##### Población Consumidora

Para nuestro producto el consumidor final será la población infantil a través de nuestra venta directa en la tienda ubicada en un centro comercial inicialmente en la ciudad de Bogota D..C.

##### Criterios de Compra:

Los criterios como precio se fijara después de verificar las variables implicadas pero será

acorde a la información recopilada y al público que deseamos atender al igual que la temporada, aunque bien los juguetes tienen mayor demanda en la temporada navideña Good Toys, por ser un juguete totalmente diferente puede ser adquirido en diferentes momentos del año (Temporada navideña, escolar, etc); en cuanto a la forma de pago según el historial de compras de juguetes por lo general el pago es de contado así que apunta a que esta sea la primera opción, entre otras está la posibilidad de diseñar bonos, tarjetas de crédito de la marca para brindar más facilidades ya que es un medio que se está utilizando bastante en la actualidad. La investigación a través de las encuestas nos indica que hay un desconocimiento altamente elevado de lo que es un producto biodegradable por lo que esto nos indica el grado de estrategias a utilizar para crear conciencia de una manera atractiva.

### **Perfil del Consumidor**

En cuanto a la descripción específica de nuestro consumidor estos serán niños (hombres y mujeres) entre los 3 años en adelante, estudiantes que les guste desarrollar sus conocimientos a través de juguetes didácticos como este y que desean ayudar a conservar el medio ambiente. Usualmente deben estar en familias cuyos padres también tengan esta conciencia para llegar más fácilmente a este consumidor final.

### **La Ubicaciones de los consumidores:**

Inicialmente se atenderá la ciudad de Bogotá ya que es la ciudad que más potencial tiene para la adquisición de los juguetes según los análisis realizados, de esto parte de que el almacén estará ubicado en un centro comercial al occidente de esta ciudad.

### **Determinación de la Demanda**



El segmento se establece a través de las cifras recopiladas por medio del DANE en el censo realizado en el 2005 que nos da un indicio de cual seria nuestra demanda en el mercado meta, para esto se tuvieron en cuenta las siguientes variables:

**Tabla 2, Elaboración Propia**

POBLACION BOGOTA D.C.	7.881.156
HOGARES EN BOGOTA D.C.	1.931.372
POBLACION ENTRE 3 A 24 AÑOS = 69.1%	1.334.578
NIÑOS ENTRE 3 A 19 AÑOS = 20%	200.187

En esta primera tabla observamos un mercado potencial de 200.187 niños a los cuales les estaríamos dirigiendo nuestro producto y esta información se estableció así:

La población de Bogotá D.C al último censo efectuado por el DANE en el 2005 es de 7.881.156

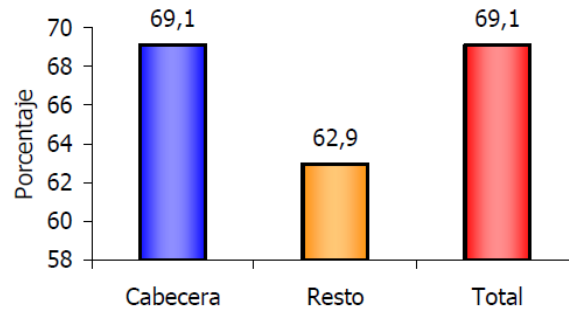
Los hogares en Bogotá son 1.931.372 indicado en la siguiente tabla:

**Tabla 3, (DANE 2005)**

<b>Viviendas, Hogares y Personas</b>				
<b>Área</b>	<b>Viviendas Censo</b>	<b>Hogares General</b>	<b>Personas 2005</b>	<b>Proyección Población 2010</b>
Cabecera	1.758.344	1.927.390	6.763.325	7.347.795
Resto	4.341	3.982	15.366	15.987
<b>Total</b>	<b>1.762.685</b>	<b>1.931.372</b>	<b>6.778.691</b>	<b>7.363.782</b>

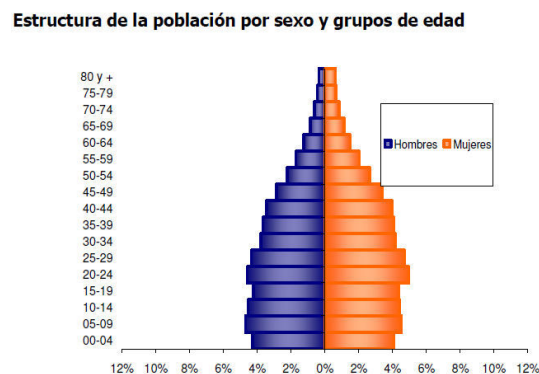
La población infantil se tomo a través de el porcentaje de población entre los 3 a 24 años que

asisten a establecimientos de educación formal (ya que no se encontró una cifra específica de la población infantil en Bogotá)



**Grafico 2 (DANE 2005)**

Y nuestro mercado meta que estaría entre los 3 a 14 años de edad sería de un 15% aproximadamente, tomando como base la siguiente gráfica



**Grafico 3 (DANE 2005)**

Ya en este punto validamos nuestros competidores y cuál es su participación en el mercado. Tomamos como referencia la gran cadena de juguetería Pepe Ganga quien vendió el año pasado 20.000 unidades de juguetes básicos es decir que no son tecnológicos y se encuentran

en el mismo rango que el nuestro en diferentes marcas (no están específicas)



Consideramos que podríamos participar en un 38% de esa cifra con nuestro nuevo producto por su diferencia con las demás es decir que nuestra demanda sería de 7.600 unidades anuales promediando lo anteriormente planteado.





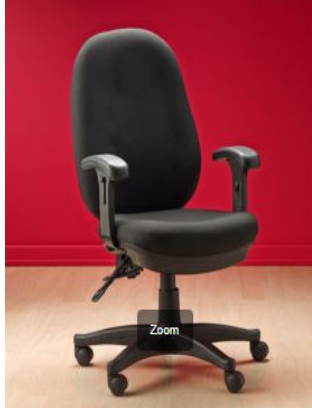

#### 4.4 El Mercado Proveedor





##### 4.4.1 Proveedores

Para el buen desarrollo de las actividades comerciales de GOOD TOYS S.A se hace necesaria la adquisición de los siguientes bienes inmuebles y enseres:

**Tabla 4, Elaboración Propia con los datos indicados**

Insumo	Valor	Imagen	Lugar de la Cotización
LOCAL MENSUAL	\$2.000.000 380.000 + de administración		ZonaProp.com <a href="http://aviso.zonaprop.com.co/locales-comerciales-otro-salitre-modelia-occidente-bogota-dc-2350216">http://aviso.zonaprop.com.co/locales-comerciales-otro-salitre-modelia-occidente-bogota-dc-2350216</a>
PUFF 6	\$185.900		<a href="http://www.tugo.co/index.php?option=com_virtuemart&amp;page=shop.product_details&amp;flypage=flypagproduct.tpl&amp;product_id=7661&amp;category_id8&amp;categoria=">http://www.tugo.co/index.php?option=com_virtuemart&amp;page=shop.product_details&amp;flypage=flypagproduct.tpl&amp;product_id=7661&amp;category_id8&amp;categoria=</a>

TELEFONO 1	\$129.900		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/233772/Telefono-inalambrico-2-auriculares-con-identificador-y-contestador?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/233772/Telefono-inalambrico-2-auriculares-con-identificador-y-contestador?color=&amp;passedNavAction=push</a>
PC 1	\$1.349.900		<a href="http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2142325/All-in-One-21,5%22-Pantalla-Touch-500GB--C460-Blanco?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2142325/All-in-One-21,5%22-Pantalla-Touch-500GB--C460-Blanco?color=&amp;passedNavAction=push</a>
IMPRESORA 1	\$99.900		<a href="http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2027756/Multifuncional-Deskjet-DV1515?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2027756/Multifuncional-Deskjet-DV1515?color=&amp;passedNavAction=push</a>
ESCRITORIO 1	\$279.900		<a href="http://www.loencontraste.com/escritorios/moduar-t-escritorio-pretta-wengueverde-02020003000027">http://www.loencontraste.com/escritorios/moduar-t-escritorio-pretta-wengueverde-02020003000027</a>
SILLA 1	\$ 229.900		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/221946/Silla-escritorio-gerente-negra?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/221946/Silla-escritorio-gerente-negra?color=&amp;passedNavAction=push</a>
ESTANTERIA A 4	\$580.000 C/U		<a href="http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-411970909-estanteria-o-biblioteca-muebles-ninos-_JM">http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-411970909-estanteria-o-biblioteca-muebles-ninos-_JM</a>

PAPELERA 1	\$27.900 C/U		<a href="http://tienda.easy.com.co/p/basurera-5l-paz">http://tienda.easy.com.co/p/basurera-5l-paz</a>
REPISA FLOTANTE 4	\$79.000c/u		<a href="http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-412267277-repisa-o-estanteria-flotante-en-madera-lacada-ref-diamante-_JM">http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-412267277-repisa-o-estanteria-flotante-en-madera-lacada-ref-diamante-_JM</a>
PAPELERIA	\$280.000		<a href="http://www.marion.com.co/Catalogo/Site/Step2.aspx">http://www.marion.com.co/Catalogo/Site/Step2.aspx</a>
IMPLEMENTOS ASEO	\$80.000		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat80044/Limpieza-banos-y-cocina">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat80044/Limpieza-banos-y-cocina</a>

#### 4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

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

Para la comercialización de GOOD TOYS se cuenta con un proveedor, Bio Spa quien es la única empresa dedicada a la producción, desarrollo de productos, importación y comercialización de los juguetes innovadores que deseamos ingresar al país; la empresa se encuentra ubicada en Del Inca 5781, Las Condes Santiago, Región Metropolitana Chile y realiza ventas al por mayor, lo cual nos representa una ventaja en costos de importación por estar ubicados en el mismo continente, sin embargo al ser el único proveedor es una barrera puesto que dependemos solo de ellos para la importación de los juguetes, a través de la página

web es evidente que es una compañía por los menos reconocida en Chile puesto que se puede notar a la gran cantidad de establecimientos a los que les provee juguetes, a la fecha no se conoce el tiempo de entrega pero hay diferentes sitios web donde se pueden adquirir los juguetes y el tiempos de entrega varía entre 30 y 45 días a partir de la solicitud del pedido, esto nos da una noción del tiempo en que se recibirían, también se pueden ver los precios de venta al público lo cual nos da una referencia para el valor de venta en nuestra compañía, a continuación se relaciona el valor del producto según la cotización enviada por la empresa proveedora:

**Tabla 5, Elaboración Propia. Fuente Happy Blocks (2014)**

PRESENTACION	IMAGEN	VALOR	VALOR \$
Bloques de 100 piezas		\$ 2.59	\$ 4.662
Bloques de 250 piezas		\$ 6.21	\$ 11.178
Bloques de 500 Piezas		\$ 10.35	\$ 18.630
Bloques de 1200 piezas		\$ 20.72	\$ 37.296

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

En vista de que al inicio no se obtuvo información por parte del proveedor directamente, la mayor fuente fue la internet, pues al ingresar al sitio web de la empresa proveedora, se encuentran varios link que llevan a diferentes establecimientos que ya comercializan estos juguetes en Chile y venden a través de la página web todos con valores muy similares, así que esto nos dando una idea de los costos del producto, posteriormente respondieron a través del correo, medio por el cual se recibió mayor información de los productos y más exacta, permitiendo así aclarar las respectivas dudas, y nos indicaron el valor exacto de distribución al público en Chile que nos ayudó para tener un costo base para la venta en GOOD TOYS y el valor para la compañía por ser una compra al por mayor.

**c) Aplicación de la Medios**

En vista de que Bio Spa es el único productor, comercializador y distribuidor directo de los juguetes, es la única compañía de la cual registra inmediatamente información ingresando varios criterios de búsqueda a través de internet, como clientes donde se encuentran almacenes, librerías, guarderías, bazares muy reconocidos de Chile de quienes también se encuentra información completa; otro de los aspectos que genero credibilidad es la información de las actividades, ferias, eventos a los que asisten para la promoción y venta de los juguetes, lo cual habla de una empresa real que existe; sin embargo para tener mayor confianza y credibilidad nos comunicamos a los teléfonos de contacto y la respuesta fue positiva, también recibimos un comunicado al correo electrónico, y en las redes sociales se nota la acogida de quienes adquieren estos juegos por parte de dicha compañía, lo que consideramos son datos relevantes para la calificación y seguridad respecto a este proveedor.

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

Como se ha mencionado anteriormente se cuenta con un único proveedor del cual se relacionan su datos:

**Tabla 6, Elaboración Propia.**

<b>Nombre:</b> Bio Spa		
<b>Dirección:</b> Del Inca 5781, Las Condes Santiago, Región Metropolitana Chile		
<b>Contacto:</b> María Estela		
<b>Teléfono:</b> +562 2220 9420 +569-74470584		
<b>Correo:</b> info@juguetesbio.com		
<b>Debilidades:</b> Respuesta inoportuna respecto a las cotizaciones, difícil contacto		
<b>Fortalezas:</b> Cercanía, Confiabilidad, Es proveedor directo sin intermediarios		
<b>Productos</b>	<b>Precio</b>	<b>Forma de Pago</b>
Bloque de construcción de 100 piezas	\$ 4.662	60 Días
Bloque de construcción de 250 piezas	\$ 11.178	60 Días
Bloque de construcción de 500 piezas	\$ 18.630	60 Días
Bloque de construcción de 1200 piezas	\$ 37.296	60 Días

## 4.5 MERCADO COMPETIDOR

### 4.5.1 Competidores:

Pepe Ganga:

Cuenta con 19 sedes en la ciudad de Bogotá incluidos outlets, la mayoría de estos ubicados en los principales centros comerciales de la ciudad. Su sede principal en Bogotá está ubicada en el



centro comercial hoyuelos y el contacto de nuestro competidor en Bogotá es (57) (1)4865050, [encontacto@pepeganga.net](mailto:encontacto@pepeganga.net).

Dima juguetes:

Está ubicado en la ciudad de Bogotá, +57 (1) 634 8488 Calle 106 # 54 - 68 | Bogotá, Colombia. Esta empresa es una de las mayores distribuidoras e importadoras de juguetería además de importar juguetería diferente a las de las dos grandes multinacionales del ramo y atiende tres segmentos de mercado: Institucional, Mayoristas & Distribuidores de todo el país.

Almacenes Falabella:

Está ubicado en la ciudad de Bogotá Dirección: Calle 99 No. 11 A - 32, Bogotá-Colombia. Teléfono: Bogotá 5878002, [servicioalcliente@falabella.com.co](mailto:servicioalcliente@falabella.com.co). Falabella se ha constituido como una gran empresa importadora de una gran variedad de productos entre esos una gran gama de juguetería.

#### **4.5.2 Estudio del Mercado Competidor**

##### **a) Variables estudiadas del mercado competidor**

Principalmente las variables que GOOD TOYS S.AS deseo investigar acerca de sus competidores fueron: productos, promedio de precios, atención al cliente, facilidad y acceso a los productos, formas de compra, canales de distribución, sedes, formas de pago, fuerza de ventas, además de buscar si estas empresas competidoras podrían tener un producto sustituto actualmente en el mercado.

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

Utilizamos como medio principal la información que se encuentra en internet acerca de estas

empresas, analizando su historia, su forma de llegar al público, por medio de sus tiendas virtuales las cuales nos fueron de gran utilidad a la hora de analizar los precios que manejan actualmente y su catálogo de productos.

### **c) Aplicación de los medios**

El medio fue aplicado a lo largo del transcurso de la semana en el equipo de trabajo la mayor parte en la universidad e individualmente cada una en sus casas. Se realizó la búsqueda de las páginas oficiales de la competencia y se desglosó cada uno de sus ítems que nos fueran de utilidad para despejar las variables planteadas.

### **d) Resultados del estudio de la competencia:**

#### **Almacenes Pepe Ganga:**

Pepe Ganga lleva más de 70 años en el mercado, en 1971 abrieron su primera tienda, fueron creciendo y abrieron una tienda con la línea baby ganga en el año 1997 y en 1999 debido a su gran acogimiento del público formaron pepe ganga. En el año 2012 implementaron las tiendas virtuales con el servicio domiciliario; pepe ganga no solo es una gran importadora de juguetería sino que también brinda muchos otros productos de hogar y belleza, su portafolio maneja una amplia gama de marcas y precios.

Los precios y productos:

En su portafolio tiene bloques, juguetes infantiles, juguetes de niño de niña, juegos al aire libre, videojuegos entre otros. Los precios de pepe ganga oscilan alrededor de 50000 y 150000 siendo esto una base promedio ya que hay otros de más alta gama a mayores precios.

Fuerza de venta y publicidad:

Pepe ganga cuenta con una gran fuerza de ventas, su publicidad es de un gran alcance en los medios, además de contar con una gran tienda virtual que muestra todos sus productos, tiene una página web con un excelente diseño y de agrado para los clientes. Es una empresa que abarca la necesidad del público, presta un servicio eficiente y constante.

Tiempos de entrega y formas de pago:

Pepe ganga maneja los siguientes tiempos de entrega, en Bogotá y alrededores 3 días hábiles, en las ciudades de Cali, Medellín, Ibagué, Tunja, Manizales, Bucaramanga, Neiva y Armenia 5 días hábiles , en otras ciudades a nivel nacional 7 días hábiles y poblaciones lejanas 10 días hábiles; las tarifas de envío son las siguientes:

**Tabla 7, Elaboración Propia. Fuente Pepe Ganga**

TARIFA	COMPRAS DE PRODUCTOS	
RANGO	DESTINO	VALOR ENVIO
1	Bogota	\$ 13.000
2	Cali, Medellin, Pereira, B/manga, Ibague, Tunja, Neiva	\$ 20.000
3	B/quilla, Cartagena, Cucuta	\$ 35.000
4	Popayan, Pasto, Santa Marta	\$ 40.000

Las formas de pago que ofrece almacén pepe ganga es con tarjetas débito o crédito si la compra es online y no reciben tarjetas internacionales.

Garantías: pepe ganga ofrece el servicio de garantías en cualquier punto oficial mostrando la factura y llevando el producto.

**Dima juguetes:**

Nació en el año de 1974 como distribuidora de juguetería y productos de hogar, durante sus primeros años se concentró en los mercados del centro del país y principales ciudades. En 1991 con la apertura económica del país se consolidó como distribuidora actualmente Dima juguetes no solo es comercializador sino que también es institucional, mayorista y distribuidor. Esta es una empresa la cual basa su portafolio solo en productos de juguetería, importa más de mil marcas y además de esto tiene una estrategia comercial basada en contratos con empresas que dan regalos a los hijos de sus trabajadores, esto lo hace una competencia más fuerte y directa. Esa empresa representa más de 50 fábricas de Asia en Colombia y manejan un 80% de exclusividad en sus productos

Los precios y los productos: su portafolio se divide en juguetes para bebés, preescolar, niñas, niños y jóvenes con una muy alta variedad de juguetería, marcas, diseños, colores, funcionalidades nos deja ver sus precios y no cuenta con tienda online punto que nos favorece muy positivamente ya que aunque cuenta con gran número de sedes y bodegas no ha implementado las tiendas online que dan más accesibilidad y facilidad a los clientes.

Fuerza de venta y publicidad: Dima juguetes tiene su fuerza de ventas y publicidad en la venta directa en sus almacenes y bodegas, también cuenta con un portafolio virtual que ofrece el conocer de manera detallada cuales son los productos que ofrece. También brinda la asesoría de aspectos a tener en cuenta a la hora de comprar un juguete los cuales son: corporal, socio afectivo, cognitivo y estético en su página web los detalla paso a paso dando una idea a los padres de cómo se debe escoger el juguete correcto lo que nos parece una muy buena forma de llegar al cliente. Esta empresa no cuenta actualmente con ningún juguete sustituto al nuestro.

Tiempos de entrega y formas de pago: ya que Dima juguetes no tiene tiendas online las

ventas son directamente en el punto de venta haciendo que el tiempo de entrega sea inmediato, los medios de pago son efectivo, tarjeta débito o crédito.

Garantías: Dima juguetes no expresa nada acerca de sus garantías pero uno de sus valores institucionales es la honestidad y su prioridad el servicio al cliente.

### **Almacenes Falabella:**

Esta empresa tuvo sus inicios en el año de 1889 por Salvatore Falabella quien inicio la primera sede de sastrería en Chile luego con la ayuda y vinculación de Alberto Solari amplio sus productos e intensifico su impacto. En la década de los 60 Falabella implemento la tarjeta CMR Falabella para facilitar la forma de pago de sus clientes cuenta con 5,5 millones de tarjetas Falabella en Latinoamérica. En el año 2003 se fusiona con Sodimac s.a.s creando una más amplia gama de almacenes e implementando nuevos servicios como los viajes y seguros Falabella.

Los precios y los productos: su portafolio se define en las siguientes categorías; juguetes para niño, para niña, juegos de mesa, juegos para exteriores y juegos eléctricos para montar además de consolas y videojuegos. Sus precios son muy favorables los juguetes para niños y niñas oscilan entre 30000 a 100000 manejando una gran variedad de marcas. También manejan una tabla categórica de precios basados en la marca y la gama del juguete así:

#### Precio

- e) \$20.000 - \$50.000 (6)
- f) \$50.000 - \$100.000 (4)
- g) \$100.000 - \$200.000 (2)

- h) \$200.000 - \$300.000 (1)
- i) \$300.000 - \$500.000 (2)
- j) \$500.000 - \$1.000.000 (3)
- k) \$1.000.000 - \$2.000.000 (1)

#### Marca

- l) Disney (1)
- m) Exxel (3)
- n) Intex (6)
- o) Little Tikes (4)
- p) Play Wow (1)
- q) Reditoys (2)
- r) Sportsall (2)

#### **Fuerza de venta y publicidad:**

Falabella cuenta con una excelente publicidad, televisiva, en puntos de ventas, tienda online además de unas excelentes estrategias de venta como lo son los madrugones Falabella, los excelentes descuentos, la organización y presentación de sus almacenes además de una muy ingeniosa propaganda mostrada en los comerciales llamando cada vez más la atención de compradores nuevos. Esta compañía maneja estrategias de mercadeo y atracción del cliente muy eficiente e innovadora.

Tiempos de entrega y formas de pago de Falabella :

Tabla 8, (Falabella 2014)

Tamaño	Descripción	Ejemplo
Pequeño	Embalaje menor a 40 x 40 x 40 cm	Perfumes, microondas, iPod, Tablets
Grande	Embalaje es igual o mayor a 40 x 40 x 40 cm	Refrigeradores, cocinas, LCD 40"
Supergrande	Aplica para ciertas categorías de mayor tamaño	Camas de todas los tamaños, juegos de comedor, juegos de living

La siguiente tabla aparece en la página web de la tienda online de Falabella, en la cual se basan para la cotización del envío, además expresan que el tiempo de entrega depende del lugar donde se encuentre ubicado el comprador. Las formas de pago abarcan todas las tarjetas incluidas las internacionales y por supuesto su mayor forma de pago que es la CMR Falabella.

Garantías: Falabella ofrece una garantía de cambio de 10 días hábiles y por daños o defectos la garantía estipulada a la hora de la compra y es necesaria la presentación de la factura a la hora del reclamo.

En resumen nuestro estado de resultados de los competidores arrojó datos muy importantes para GOOD TOYS SAS en cuanto a precios, garantías servicios y estrategias que podemos implementar para tener una penetración en el mercado objetivo y alcanzar la posible demanda calculada anteriormente.

## 4.6 MERCADO DISTRIBUIDOR

### 4.6.1 Distribución

GOOD TOYS SAS no tendrá distribuidores sino que tendrá una venta directa en el almacén.

**4.6.2** La distribución a través de terceros no aplica ya que será venta directa como se

menciona en el punto anterior.

#### 4.6.3 Distribución directa:

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

La distribución de nuestro producto se realizara mediante un punto de venta oficial ubicado en la ciudad de Bogotá en el centro comercial Salitre. También se realizara la distribución a domicilio de nuestros productos comprados por medio de la tienda online.

##### b) Fuerza de ventas:

**Tabla 9, Elaboración Propia**

PERSONAL	NUMERO DE EMPLEADOS	COMPETENCIAS	COSTO DEL PERSONAL
Vendedor	2	Personas con carisma y que les guste trabajar en equipo. Experiencia en ventas y excelente servicio al cliente además de una buena presentación personal	El costo para la empresa por un sueldo de \$616.000 sería de \$935,430 por cada vendedor es decir por los 2 empleados asumiríamos un costo mensual de \$1.870.860
Jefe de Mercadeo	1	Se requiere persona creativa, que tenga iniciativa de promover y representar la marca Good Toys, que tenga conocimientos que permitan impulsar la marca.	El costo por asumir para este empleado por un sueldo de \$750.000 seria de una valor de \$1.138.917 mensual
Diseñador Grafico	1	Persona comprometida y creativa para mantener actualizada e innovadora la página web de la compañía y que aporte	El costo por asumir por un sueldo de \$700.000 es de \$ 1.062.989



		ideas para crear nuevos productos y diseños del mismo.	
--	--	--	--

#### 4.6.4 Manejo de Inventarios

Nuestros inventarios serán regulados por el método UEPS (primeras en entrar primeras en salir) de esta manera GOOD TOYS SAS manejará las unidades salientes y existentes. Nuestro stock será un stock de ciclo que es el que atenderá a la demanda presente de nuestros clientes y tendremos un stock de seguridad para las demandas imprevistas que puedan presentarse tales como cambios, averías, mal estado, ventas extraordinarias o demoras del proveedor.

#### 4.6.5 Comunicación:

1. Nombre comercial: GOOD TOYS
2. El empaque de nuestros productos es en una caja la cual viene en presentaciones de 100, 250, 500 y 1200 piezas, su empaque, colores, logo – símbolo será la misma que maneja el proveedor que es igual en todas las presentaciones, solo varía en su tamaño de acuerdo a número de piezas, como se representa en la siguiente imagen:



Imagen 4, (Happy Blocks 2014)

### 3. Nombre de la empresa GOOD TOYS SAS

### 4. Colores de la Empresa

Los colores de la empresa serán los mismos del punto de venta, que consta de un logotipo en color rojo, blanco, azul y violeta para darle vida ya que es una empresa de juguetes.



Imagen 5, Elaboración Propia

#### 4.6.6 Actividades de Promoción y Divulgación:

Nuestra empresa en su primer día de inauguración contratara dos promotores disfrazados, los cuales repartirán globos y volantes con el logotipo de la empresa y la descripción de nuestros productos, también se pagara una valla publicitaria invitando a las personas a conocer nuestra

página web, en donde visualizaran el portafolio de GOOD TOY SAS; para este día también se obsequiarán piezas de los juguetes y se contratará a una persona que estará en el local enseñando a los niños a crear diferentes figuras con estas para que se familiaricen con los juguetes.

Además de esto mensualmente estaremos realizando constantes campañas promocionando nuestros juguetes biodegradables de la mano a campañas relacionadas con el medio ambiente, el reciclable y el cuidado de los recursos los cuales se relacionan en el plan de ventas anual.

**Tabla 10, Elaboración Propia**

Dos promotores contratados durante 2 días para la inauguración	Cada promotor tiene un costo de \$70.000 por día. Total: \$280.000
Valla publicitaria	\$1.500.000 anuales por la permanencia de la valla
Página web	\$800.000 anual por creación \$300.000 anual por manejo y propiedad
Globos y volantes para actividad de inauguración	\$250.000
Persona de manualidades contratada por dos días para la inauguración	Valor por día: \$70.000 Total: \$140.000

## 4.7 Precios de los Productos

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

Nuestro producto se encuentra ubicado en la posición arancelaria 9503.009200 (Los demás juguetes de construcción)

A continuación se relacionan los aspectos más relevantes e influyentes en la determinación de los precios:

**Tabla 11, Elaboración propia**

<b>COMPETENCIA</b>	En Colombia existen muchos tipos de juguetes, sin embargo <b>GOOD TOYS</b> es totalmente nuevo en el mercado, lo que nos permitió tomar una decisión más libre respecto al valor ya que no tenemos un distribuidor con el que se nos pueda comparar en cuanto a producto y por ende precio, sin embargo no se puede dejar atrás que debe ser un precio acorde con el ofertado en el mercado de los juguetes aunque sean sustitutos, ya que la competencia sigue, así sea de forma indirecta
<b>VALOR DE VENTA EN EL PAIS DE ORIGEN</b>	El precio que la empresa proveedora le da a los productos en sus puntos de venta directos y el que le dan quienes lo distribuyen en Chile fue un punto de partida para la determinación del valor
<b>VALOR AGREGADO</b>	Más que un juguete contribuye al aprendizaje de los niños y a generar conciencia por el cuidado del medio ambiente, lo que no se ve con los juguetes actuales, además con las piezas también se pueden crear diseños decorativos, lo cual es un valor agregado para la determinación de compra.
<b>EL VALOR DE LA IMPORTACION</b>	Al realizar el costeo de la importación, se obtuvo más certeza del valor final ya que a través de este se evidencio en gran parte los costos en que se van a incurrir
<b>RENTABILIDAD</b>	Se espera que sea un producto que a medida que pase el tiempo, la demanda sea mayor y genere la rentabilidad esperada, después de haber analizado todos los costos.
<b>CALIDAD</b>	El material del cual están elaboradas las piezas es lo suficientemente consistente ya que después de armar una figura, se puede desarmar y reutilizar las piezas para hacer una nueva, con esto es claro que es de alta durabilidad

Tabla 12, Elaboración Propia

Para el costeo a continuación, se tomo en cuenta el valor del producto entregado por el proveedor y la cotización del operador logístico de transporte Allin Cargo para traer la mercancía (ver anexos 1 y 2)

<b>Costeo</b>		
<b>Valor Usd</b>	<b>7974</b>	<b>Valor USD</b>
<b>Unidades</b>	<b>800</b>	
<b>EXW</b>	<b>\$14.353.200</b>	<b>7974,00</b>
<b>Transporte Interno Fabrica - Puerto</b>	<b>\$630.000</b>	<b>350,00</b>
<b>Costos Aduaneros de Exportación</b>	<b>\$297.000</b>	<b>165,00</b>
<b>Documentos del Transporte Internacional</b>	<b>\$144.000</b>	<b>80,00</b>
<b>Consolidación ( Desconsolidacion, Manejo, Cargue al Container )</b>	<b>\$190.890</b>	<b>106,05</b>
<b>Handling</b>	<b>\$270.000</b>	<b>150,00</b>
<b>FOB</b>	<b>\$15.885.090</b>	<b>8825,05</b>
<b>Flete Marítimo</b>	<b>\$318.150</b>	<b>176,75</b>
<b>Collect Fee</b>	<b>\$36.000</b>	<b>20,00</b>
<b>CAF</b>	<b>\$36.000</b>	<b>20,00</b>
<b>CFR</b>	<b>\$16.275.240</b>	<b>9041,80</b>
<b>Seguro Internacional</b>	<b>\$104.400</b>	<b>58,00</b>
<b>CIF</b>	<b>\$16.379.640</b>	<b>9099,80</b>
<b>Operación en Puerto</b>	<b>\$900.000</b>	<b>500,00</b>
<b>Uso de las Instalaciones</b>	<b>\$47.718</b>	<b>26,51</b>
<b>Documentación</b>	<b>\$45.000</b>	<b>25,00</b>
<b>Gastos Varios</b>	<b>\$144.000</b>	<b>80,00</b>
<b>Transporte Buenaventura - Bogotá</b>	<b>\$900.000</b>	<b>500,00</b>
<b>DAP</b>	<b>\$18.416.358</b>	<b>10231,31</b>
<b>Iva</b>	<b>\$2.381.400</b>	<b>1323,00</b>
<b>Gravamen</b>	<b>\$0</b>	<b>0,00</b>
<b>Liberación</b>	<b>\$27.000</b>	<b>15,00</b>
<b>Nacionalización</b>	<b>\$522.000</b>	<b>290,00</b>
<b>DDP</b>	<b>\$21.346.758</b>	<b>11859,31</b>

<b>TRM</b>	<b>\$1.800,00</b>
------------	-------------------

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

**Tabla 13. Elaboración Propia**

<b>ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO</b>				
Ingrese el Nombre del Producto:	Caja 100 Piezas			
Ventas Estimadas por Mes (Unidades)				
Altas (optimista)	240	Unidad de Medida	Unidad	
Medias (medio)	125	Precio Unitario Venta	\$ 45.000	
Bajas (pesimista)	75	Consolidado (Medio)	147	
<b>ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO</b>				
Ingrese el Nombre del Producto:	Caja de 250 Piezas			
Ventas Estimadas por Mes (Unidades)				
Altas (optimista)	240	Unidad de Medida	Unidad	
Medias (medio)	125	Precio Unitario Venta	\$ 55.000	
Bajas (pesimista)	75	Consolidado (Medio)	147	
<b>ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO</b>				
Ingrese el Nombre del Producto:	Caja de 500 Piezas			
Ventas Estimadas por Mes (Unidades)				
Altas (optimista)	240	Unidad de Medida	Unidad	
Medias (medio)	125	Precio Unitario Venta	\$ 60.000	
Bajas (pesimista)	75	Consolidado (Medio)	147	
<b>ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO</b>				
Ingrese el Nombre del Producto:	Caja de 1200 Piezas			
Ventas Estimadas por Mes (Unidades)				
Altas (optimista)	240	Unidad de Medida	Unidad	

Medias (medio)	125	Precio Unitario Venta	\$ 80.000
Bajas (pesimista)	75	Consolidado (Medio)	147

### Factores que definen el precio:

Analizando todos los costos podemos determinar el precio del producto para que podamos contar con el margen de contribución necesario para generar utilidad a la compañía, tenemos una ventaja y es que el producto se compra a un muy buen precio lo que nos permite tener por cada referencia una participación considerable en la utilidad es decir por ejemplo en el producto uno la caja de 100 piezas se visualiza que la contribución sería aproximadamente del 18% lo cual representa una buena cifra para lograr la rentabilidad esperada.

Los aspectos que tomamos para definir los precios fue como tal el precio de venta que nos da el proveedor, los costos de importación, los costos de administración, producción (es decir salarios y demás) y de ventas, las actividades de divulgación y promoción en fin los costos normalmente generados para el excelente funcionamiento de la empresa.

### 4.7.3 Precios productos propuestos

Tabla 14, Elaboración propia

Cantidades producto	Precios producto
Caja de 100 piezas	\$ 45.000
Caja de 250 piezas	\$ 55.000
Caja de 500 piezas	\$ 60.000
Caja de 1200 piezas	\$ 80.000

Estos precios se calcularon teniendo en cuenta los costos de importación de la mercancía, y

demás aspectos tales como la competencia la oferta y la demanda que tiene el producto y también para cubrir todos los costos de administración, producción y comercialización del producto también con miras a cumplir los objetivos planteados anteriormente para ampliar el portafolio de productos.

#### 4.7.4 Política de precios

Nuestra empresa GOOD TOYS S.AS en busca siempre de la satisfacción de nuestros clientes creamos una política de precios que favorezca a la fidelización de nuestros productos. Otorgando excelentes beneficios por las compras masivas y constantes de los juguetes, está establecido en nuestra política lo siguiente:

1. **Bonos**, se otorgara unos bonos al cliente los cuales serán redimibles a la tercera y quinta compra que serán del 10 % de descuento en cualquiera de los productos que el cliente desee.
2. **Formas de pago:** por compra superiores a \$ 100.000 pagadas en efectivo se dará un descuento del 2% sobre el valor de la compra total.
3. **Premios y regalos:** si el cliente acumula una compra total de 8 artículos de nuestras tiendas se obsequiara una caja de la línea de 100 piezas.
4. **Descuentos por volumen:** por compras de más de 50 unidades se dará el 20% de descuento sobre el total del valor a pagar. Además por forma de pago a estas compras masivas se les hará el siguiente descuento: pago en efectivo 10% del valor a pagar, pronto pago 5/10 3/20.
5. **Tarjeta de puntos:** GOOD TOYS S.A.S cuenta con una tarjeta acumulable de puntos la cual deberá presentarse en el punto de venta. Con estos puntos el cliente podrá



obtener descuentos, regalos y participar en rifas.

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

Para la venta de los juguetes se arrendara un local ubicado en un centro comercial de la ciudad de Bogotá, el área construida es de 62 (m2), también cuenta con una área privada de 50 (m2) (destinada para la bodega) y un baño, el cual tiene un valor mensual correspondiente al arrendamiento de \$ 2.000.000 con un valor de administración de \$380.000, por los 62 (m2) del almacén, de este valor corresponde un arrendamiento mensual de \$ 1.107.143 (incluye acueducto, energía y vigilancia) y a un valor de administración mensual por este espacio de \$ 210.357 ya que el otro porcentaje corresponde a la bodega (costo que se especificara en el análisis de producción), estas son las imágenes del local desde diferentes ángulos.



Imagen 6, (ZonaProp, 2014)



Imagen 7 (ZonaProp, 2014)



Imagen 8, (ZonaProp, 2014)

Para los costos de comercialización también se tomó en cuenta la factura correspondiente al servicio de telefonía y los valores relacionados en la tabla 9 y 10, los implementos de aseo y papelería tabla 4; los costos de volantes, promotores para la inauguración, el material didáctico se encuentra especificados dentro de los costos de las actividades que se llevaran a cabo en el plan de ventas anual, el cual se especifica posteriormente en el mismo.

Tabla 15, Elaboración propia

COSTOS	CANTIDAD	VALOR MENSUAL
ARRIENDO LOCAL	1	\$ 1.107.143
ADMINISTRACION LOCAL	1	\$ 210.357

TELEFONIA	1	\$ 60.000
PAGINA WEB	1	\$ 91.666
VALLA PUBLICITARIA	1	\$ 125.000
VENDEDORES	2	\$ 1.870.860
JEFE DE MERCADEO	1	\$ 1.138.917
DISEÑADOR GRAFICO	1	\$ 1.062.989

#### 4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

##### **Riesgos:**

Competidores que manejen el mismo producto, aunque aún no lo hay en el mercado es probable que puedan sacar un producto similar al nuestro.

Uno de los más altos es que a los consumidores no les atraiga el producto por que como ya se ha mencionado frecuentemente no es juguete tecnológico y en el momento según estudios realizados los niños prefieren estos.

Alta competencia en este sector que podría hacer que el producto no sea muy sobresaliente ante los demás.

Tener un solo proveedor nos pone en riesgo por el tema de abastecimiento.

##### **Oportunidades:**

Apertura de nuevos mercados a nivel nacional e internacional

Ser productores de la materia prima para así lograr desarrollar nuevos artículos, unos de los objetivos más claros que tiene la compañía.

Participar en ferias que nos permitan dar a conocer el producto permitiendo así alianzas comerciales.

Distribuir a grandes cadenas jugueteras una vez posicionado nuestro producto.

#### 4.10 Plan de ventas

Se ha definido un plan de ventas de 12 meses iniciando en el mes de Diciembre con diferentes actividades en las que esperamos estés sean las ventas que se realicen, ya que en el estudio de mercado realizado anteriormente se obtuvo una demanda potencial de 4.000 unidades anualmente, este plan ha sido diseñado con una respectiva actividad con la que consideramos se podrían vender las unidades expresadas en la siguiente tabla, y aumentar el número de unidades potenciales que podemos vender según los estudios efectuados, igualmente se tiene en cuenta la temporada baja y alta en la que se mueve el producto en el mercado:

**Tabla 16, Elaboración Propia**

MES	VENTAS ESPERADAS	ACTIVIDADES	COSTO DE LA ACTIVIDAD
DICIEMBRE	700	Lanzamiento de la marca en local comercial por dos días donde se realizaran actividades lúdicas en este para dar a conocer la tienda, esto incluye los volantes, promotores y globos	\$670.000
ENERO	300	Descuento en los productos y entrega de volantes	\$100.000
FEBRERO	400	Taller mensual con GOOD TOYS, para lo cual se contratara una persona encargada de las manualidades por un este día.	\$70.000
MARZO	500	Desplazamiento de persona contratada para que este por el centro comercial para promocionar la tienda por dos días	\$140.000
ABRIL	800	Celebración del día del niño, para lo cual se contratara un pinta caritas, se repartirán volantes, globos y dulces	\$250.000

MAYO	600	Taller mensual con GOOD TOSY enfocado al cuidado del medio ambiente, para lo cual se contratara una persona encargada de manualidades	\$70.000
JUNIO	500	Talleres vacacionales para niños con el producto GOOD TOYS por dos fines de semana, volantes	\$250.000
JULIO	650	Taller mensual con GOOD TOYS, para lo cual se contratara una persona encargada de las manualidades por un este día	\$ 70.000
AGOSTO	400	Descuentos en la tienda	\$0
SEPTIEMBRE	800	Evento de amor y amistad en el almacén, por la compra de productos GOOD TOYS se obsequiaran figuras realizadas con estos para lo cual se contratara a la persona encargada de elaborarlas	\$70.000
OCTUBRE	750	Celebración de Halloween, actividad lúdica con figuras acordes a la época	\$150.000
NOVIEMBRE	960	Publicidad época navidad, impulso del producto en todo el centro comercial, con obsequios recordatorios para los niños	\$ 600.000

Para el cálculo de las ventas altas se tomó como referencias el mes de noviembre que es el mes en que más se venderá y se divido por el número de productos que son cuatro, pues se presupuestó vender en cada mes la misma cantidad de cada referencia, de igual forma se aplicó para las ventas medias donde el mes de referencia fue marzo y para las bajas enero considerando que es el mes más bajo en ventas por la temporada.

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

### 5.1 Objetivos de Producción

#### Corto Plazo

- Establecer una excelente relación con el productor en el extranjero.
- Obtener tarifas estratégicas en el proceso de importación

- Manejar en el proceso de importación entidades serias en el cumplimiento de la entrega de la mercancía.

### Mediano Plazo

- Elaborar estrechas relaciones comerciales con las entidades involucradas en el proceso de importación.
- Realizar visitas al proveedor para conocer y poder implementar procesos más eficientes para el éxito de la importación del producto.

### Largo Plazo

- Adquirir un transporte terrestre propio para ahorrar costos
- Contar con una bodega en zona franca ya que la empresa también tiene como objetivo ser productor del producto y esto nos daría ventaja para optimizar tiempo y costos.

## 5.2 Descripción del proceso de producción



Imagen 9 (Google,2004)

La importación del producto se realizara después de que se efectuó la negociación con el proveedor y se tengan pactadas las cantidades a despachar, es decir cuando ya esté concretada la orden de compra, el término de negociación que se utilizara es EXW ya que los valores de la mercancía que brindo el proveedor es puesta en fabrica, de esta manera GOOD TOYS S.A.S asumirá todos los costos a partir de que la mercancía salga de la empresa hasta llegar a Bogotá a la bodega del almacén, donde será inventariada e inspeccionada para garantizar que el producto llego en excelentes condiciones para poder exhibirlo en el almacén y entregarlo al consumidor final. En vista de que la empresa venderá los juguetes tal cual los entrega el vendedor no se requiere de ningún tipo de maquinaria o personal para producir; al ser una negociación EXW el operador logístico que contratara la empresa se encarga de dejar la mercancía en la bodega, y la revisión de calidad será realizada por el jefe de importación.

### **5.3 Capacidad de producción**

En vista de que no somos productores y nuestra actividad está enfocada solo en la comercialización de los juguetes biodegradables, lo que se detallara es la capacidad, la liquidez con que cuenta la compañía para adquirir los productos. El capital presupuestado para importaciones de manera mensual es de \$ 30.000.000, con este dinero cubriríamos los costos y gastos de la importación, es decir todas las actividades logísticas según el costeo realizado anteriormente, también incluye el pago a proveedor en el extranjero. La idea es poder contar siempre con este capital teniendo en cuenta que las ventas sean las esperadas o aumenten posibilitando la oportunidad de tener este flujo de caja.

### **5.4 Plan de Producción**

Lo ideal es que la importación de las cantidades se realice de forma mensual o bimensual según la necesidad y de acuerdo al plan de ventas presupuestado, contando con que este se cumplirá a cabalidad, sin embargo inicialmente se tomara como periodo de prueba los tres primeros meses; de esta manera el primer mes se realizara la importación de 800 unidades, es decir 200 unidades por cada referencia para suplir las ventas de este, para el segundo y tercer mes se importara nuevamente 800 unidades, pues a la fecha se presupuesta ya estar cumpliendo al 100% el plan de ventas inicial.

**Tabla 17, Elaboración Propia**

Unidades Por Referencia					
Mes de Importación	100 piezas	250 piezas	500 piezas	1200 piezas	Ventas Mes
<b>Diciembre: 700 plan de ventas + 100 stock de seguridad</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>800</b>
<b>Enero: 300 plan de ventas Febrero: 400 plan de ventas + 100 stock de seguridad</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>800</b>

En este plan de importación no solo se está teniendo la disponibilidad de la mercancía sino también la meta en inventario y stock de seguridad.



## 5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

### 5.5.1 Locaciones

Para la importación se cuenta con un área privada de 50 (m<sup>2</sup>) la cual está incluida dentro del arriendo y administración del local comercial que será destinada para bodega, de esta manera la proporción a pagar por el arriendo para esta área será de \$ 892.857 (incluye acueducto, energía y vigilancia) más la administración de \$ 169.643 para un canon total mensual de \$ 1.062.500, no requiere de adecuaciones ya que es solo para almacenamiento de la mercancía en cajas de cartón separadas por referencias, y este cuenta con todos los requerimientos para que la mercancía se mantenga en excelente estado.

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

En el caso como GOOD TOYS S.A.S se encargara de importar el producto ya terminado y lo comercializara con el empaque del proveedor no es necesario ningún tipo de maquinaria para la producción, sin embargo se incluirán la estanterías para la acomodación de la mercancía.

**Tabla 18, Elaboración Propia**

MUEBLES REQUERIDOS			
INSUMO	VALOR	IMAGEN	LUGAR DE COTIZACION
Estantería	\$ 100,000		<a href="http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-412678779-estanteria-liviana-_JM">http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-412678779-estanteria-liviana-_JM</a>

### 5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Como ya se ha mencionado a lo largo del proyecto no requerimos ninguna materia prima para

la producción puesto que solo somos importadores y comercializadores del producto terminado. Los insumos que requerimos como computadores, papelería y demás ya están mencionados en los de administración.

#### 5.5.4 Requerimiento de Servicios:

Como se mencionó en las locaciones para la producción, el canon por arrendamiento cubre los servicios de acueducto, luz al igual que la vigilancia ya que la bodega se encuentra dentro del centro comercial el cual es monitoreado constantemente, así que los costos se verán especificado en el análisis de los costos de producción dentro de lo que son las locaciones, se adiciona la póliza de seguros

**Tabla 19, Elaboración Propia.**

SERVICIOS REQUERIDOS	PROVEEDOR	COSTOS
Póliza de Seguro	SURA	\$55,000/mes

#### 5.5.5 Requerimientos de personal:

Para nuestra empresa se hace necesaria la contratación de una persona encargada de todas las importaciones de la mercancía y tramitar los documentos correspondientes a estas, además de la revisión de calidad cuando los juguetes llegan a la bodega.

**Tabla 20, Elaboración Propia.**

CARGO	PERFIL	COSTO
-------	--------	-------

Jefe de Comercio Exterior	Persona en capacidad para realizar todo el proceso de importación del producto con experiencia mínimo de 2 años, también se encarga de la revisión de calidad de la mercancía apenas llega a bodega	El sueldo para este cargo es de \$1,200,000 lo que equivale a un costo mensual de \$1,822,266
---------------------------	---	---

## 5.6 Programa de producción

Estas actividades se efectuarán iniciando en el mes de octubre ya que la tienda será inaugurada en el mes de noviembre

Tabla 21, Elaboración Propia

ACTIVIDADES	PRIMER MES																													
Operativas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Importación	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
almacenamiento																														
abastecimiento local																														

## 6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

### 6.1 Proceso de Administrativos

#### 6.1.1 Descripción de los procesos administrativos.

**Gerencia:** Administrar la compañía y el buen funcionamiento de esta, toma y aprobación de decisiones importantes y finales para la compañía, también realizará el estudio y selección de

los mercados a los cuales podemos ingresar, elaboración de estrategias y ejecución de las mismas, todas las demás áreas dependerán de esta y deben dar los informes necesarios, también servirá de apoyo para crear trabajo en equipos y un excelente ambiente laboral.

**Contabilidad:** Este proceso se tercerizara con una compañía encargada de ello, pero la persona tendrá su espacio dentro de la empresa para realizar su función, esta llevara todos los libros contables de la compañía deberá elaborar informes mensuales del comportamiento de las finanzas y estrategias para su mejoramiento.

**Administración:** Este proceso tendrá a su cargo el manejo de los vendedores y el almacén principalmente, a través de este también se generaran los informes necesarios para la gerencia respecto a las ventas, compras etc.

### 6.1.2 Procesos administrativos externalizados

El proceso que se tendrá como externo en la compañía será el contable. Para esto solicitamos la cotización de la siguiente empresa que se encuentra ubicada en Bogotá sede de nuestra tienda.

**Tabla 22, Elaboración Propia**

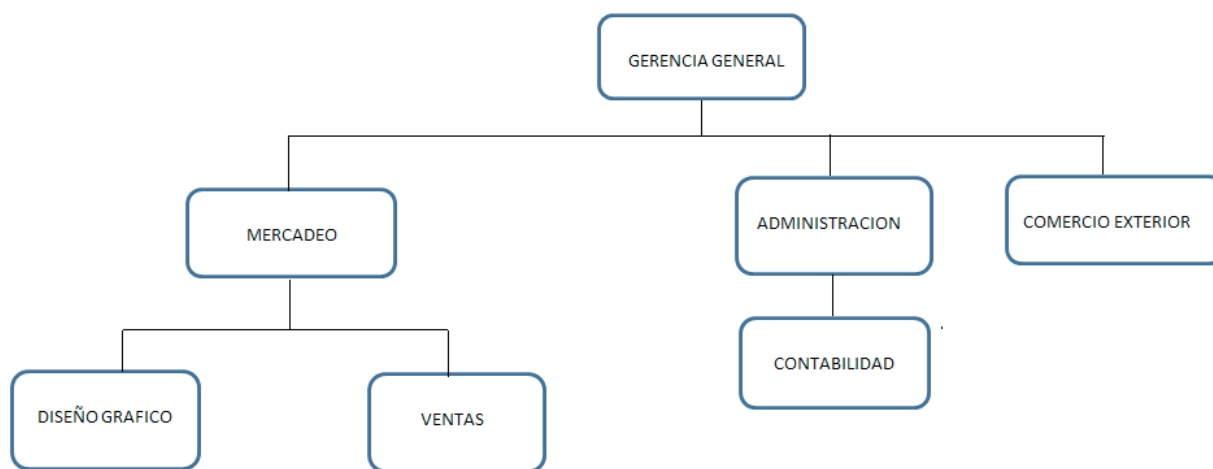
TERCERIZACION		VALOR DEL SERVICIO
PROCESO	PROVEEDOR	
CONTABILIDAD	SEMPREG	\$700.000 Mensual

Esta empresa nos brinda todos los servicios de contabilidad que requiere la compañía como elaboración de estados financieros, de reportes a entidades de control, liquidación y registro de

las importaciones, elaboración de declaraciones tributarias, en fin todo lo relacionado con el tema además de asesorarnos para el mejoramiento de la finanzas. La empresa se encuentra ubicada en la Cra. 12 No. 140-43 Oficina 316 / Bogotá D.C.

## 6.2 Estructura Organizacional del Negocio

### 6.2.1 Organigrama



**Organigrama 1, Elaboración Propia**

### 6.2.2 Descripción funcional de la Organización

**Gerente:** Este se encargara de administrar la compañía y velar por el buen funcionamiento de esta, tomara y aprobara las decisiones importantes y finales de la organización, también realizara el estudio y selección de los mercados a los cuales podemos ingresar, y será el encargado de la elaboración de estrategias y ejecución de las mismas, todas las demás áreas dependerán de este.

**Contabilidad:** Esta persona se encargara de llevar a cabo todos los procesos contables de la

compañía y manejar los libros, también elaborara informes mensuales del comportamiento de las finanzas y estrategias para su mejoramiento.

**Administración:** Esta persona será la encargada de los vendedores y el almacén, también velara por el cumplimiento de la meta de ventas mensual, a través de se generaran los informes necesarios para la gerencia respecto a las ventas, compras etc.

## 6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

### 6.3.1 Locaciones

Para la administración se arrendara una oficina al occidente de la ciudad de Bogotá, con una ubicación estratégica ya que se encuentra cerca del local comercial, su área es de 40 (m2) lo cual es un espacio suficiente para las personas que se encontraran en esta, además cuenta con cocineta y un baño, las adecuaciones corren por parte del administrador del inmueble ya que normalmente este tipo de costos están contemplados en el contrato de arrendamiento y deben ser cubiertos por este, tampoco se requiere de pago de administración, y el valor del este arriendo es de \$ 650.000 mensual.

A continuación la información y fotos del predio:

TIPO DE INMUEBLE	
Arriendo de Oficinas	
OFICINA en alquiler en MODELIA	
Área construida 40,00 m <sup>2</sup>	Baños 1
Características Generales	
Área Construida (m2):	40
Área Privada (m2):	40
Estrato:	4
Baños:	1

**Imagen 10, (2014, Zona Prop)**



**Imagen 11, (2014, Zona Prop)**




**Imagen 12, (2014 Zona Prop)**

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

A continuación se detallan los muebles y enseres requeridos para la administración

**Tabla 23, Elaboración Propia**

Insumo	Valor	Imagen	Lugar de la Cotización
TELEFONO 3	\$129.90 0		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/233772/Telefono-inalambrico-2-auriculares-con-identificador-y-contestador?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/233772/Telefono-inalambrico-2-auriculares-con-identificador-y-contestador?color=&amp;passedNavAction=push</a>
PC 5	\$1.349.900		<a href="http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2142325/All-in-One-21,5%22-Pantalla-Touch-500GB--C460-Blanco?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2142325/All-in-One-21,5%22-Pantalla-Touch-500GB--C460-Blanco?color=&amp;passedNavAction=push</a>


IMPRESORA 3	\$99.900		<a href="http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2027756/Multifuncional-Deskjet-DV1515?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2027756/Multifuncional-Deskjet-DV1515?color=&amp;passedNavAction=push</a>
ESCRITORIO 5	\$279.900		<a href="http://www.loencontraste.com/escritorios/moduar-t-escritorio-pretta-wengueverde-02020003000027">http://www.loencontraste.com/escritorios/moduar-t-escritorio-pretta-wengueverde-02020003000027</a>
ARCHIVADOR 1	\$ 524.900		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/215210/Archivador-papelero-negro?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/215210/Archivador-papelero-negro?color=&amp;passedNavAction=push</a>
PAPELERA 5	\$27.900 C/U		<a href="http://tienda.easy.com.co/p/basurera-51-paz">http://tienda.easy.com.co/p/basurera-51-paz</a>
SILLAS 5	\$ 229.900		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/221946/Silla-escritorio-gerente-negra?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/221946/Silla-escritorio-gerente-negra?color=&amp;passedNavAction=push</a>
IMPLEMENTOS ASESOS	\$80.000		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat80044/Limpieza-banos-y-cocina">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat80044/Limpieza-banos-y-cocina</a>



### 6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina

A continuación se detallan los materiales de oficina que se requieren para la administración

**Tabla 24, Elaboración Propia**



Producto	Cantidad	Proveedor	Precio
	Agenda 2	Papelería marión	\$ 10000 c/u
	Archivador 4	Papelería marión	\$ 7300 c/u
	Bolígrafo Paquete x 10 1	Almacenes éxito	\$ 12550
	Comprobante de ingreso y egresos  2 talonarios	Papelería marión	\$ 10000 c/u
	Resma de papel blanco 1	Papelería marión	\$ 15000
	Cosedora y grapas  3	Papelería marión	\$ 6300 c/u
	Sello comercial 1	Papelería marión	\$ 20000

	Carpetas Paquete x 20 unidades 1	Papelería marión	\$ 5500
	Resaltadores Paquete x 4 1	Papelería marión	\$ 6500

### 6.3.4 Requerimientos de servicios

Para el funcionamiento del área administrativa es necesario contar con los siguientes servicios.

**Tabla 25, Elaboración Propia**

Servicio	descripción	Proveedor	precio
comunicaciones	Servicio de fax, conmutador, internet y telefonía ilimitada	Une telecomunicaciones	\$ 150.000 mensual
Servicio de Alarma y monitoreo	Supervisión de la oficina a través de equipos electrónicos en caso de atraco, intrusión, incendio	Metroalarmas	\$ 200.000 mensual
Mensajería	Debido a la tercerización que realizaremos con la contabilidad y a las demás diligencias que se puedan presentar necesitamos una persona no vinculada directamente a la empresa que nos preste este servicio	Juan Camilo Gómez Mensajero Tel: 320 514 33 56	\$ 100.000 mensual

	de forma externa.		
Acueducto, Luz	Para esto se tiene un estimado según facturas de las empresas prestadoras de servicios	Empresa de acueducto y luz de Bogotá	\$ 300.000 mensual

### 6.3.5 Requerimientos de personal

**Tabla 26, Elaboración Propio**

Cargo	Perfil	Funciones	Salario
Gerente general	Profesional con especialización en gerencia de proyectos. Poseer un espíritu emprendedor. Gestión de cambio y desarrollo de la organización. Habilidades interpersonales, comunicativas. Liderazgo. Motivación y dirección del personal.	Desarrollar planes de acción que puedan responder a las principales necesidades que atiende esta gerencia la determinación del concepto de la empresa y su naturaleza, el ¿por qué esta allí?, ¿Para quién? y ¿para qué?, cuáles son sus principios y valores, y el futuro que la empresa debe tener.	El sueldo de este será de \$1.800.000 lo cual nos indica un costo para asumir de \$2.733.400

Administrador	Profesional en administración de empresas, Tomador de decisiones, por la naturaleza de su profesión, en dos dimensiones: la personal y la empresarial. Con valores morales y principios éticos. Con autonomía intelectual que le permite ser un crítico constructivo y formular los cuestionamientos necesarios cuando sea indispensable.	analizar los recursos físicos, financieros y humanos con los que cuenta, planear y distribuir los mismos de una manera estratégica y eficiente, y de la misma manera evaluar continuamente cómo puede optimizar cada uno de estos recursos para el beneficio de la empresa GOOD TOYS S.A.S	El sueldo de este será de \$900.000 lo que implica un costo para la empresa de manera mensual de \$1.366.700
Contador	Profesional en contaduría pública. Que el servicio que nos presta la empresa contratada nos garantice el buen manejo de la información y el cumplimiento de la promesa de servicio.	Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.	El valor que nos cobra la empresa por ofrecer el servicio el cual ya esta indicado en la tabla 21 y está relacionado en nuestros costos de administración.

#### 6.4 Programa de administración

Este es el pla que se tiene para el primer mes de actividades preoperativas la cual se tienen dispuestas para el mes de septiembre.

**Tabla 27, Elaboracion Propia**

ACTIVIDADES	PRIMER MES																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Pre Operativas																														
Contratacion Perosnal																														
Capitacion Personal																														
Adecuacion Tienda																														
Compra Enseres																														
Ubicacion de Mercancia																														

## 7. ASPECTOS LEGALES

### 7.1 Tipo de Organización empresarial

En la constitución de la empresa GOOD TOYS se decidió que sería de naturaleza S.A.S (sociedad por acciones simplificadas) ya que esto nos permite tener múltiples ventajas a la hora de iniciar y desarrollar la actividad empresarial, pues permite fijar las propias reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad y hacer acuerdos libres entre los socios, también se puede constituir como documento privado, lo que permite que sea más fácil y económico ya que no hay que hacer reformas estatutarias, no se requiere de revisor fiscal bajando así los costos de operación, además a través de la S.A.S se puede realizar cualquier actividad de naturaleza civil o mercantil siempre y cuando esta sea lícita.

### **Características de la S.A.S**

- Su constitución, transformación o disolución es a través de escritura pública antes el notario o por documento privado.
- Mínimo 1 accionista y no tiene límite máximo de estos.
- Su capital se divide por acciones las cuales son de libre negociación.
- La formación de capital puede ser: autorizado el cual indica cuantía fija que determina el tope máximo de capitalización de la sociedad, suscrito que es la parte del capital autorizado que los accionistas se comprometen a pagar a plazo (máximo en 2 años), al momento de su constitución no es necesario pagar, pues se puede pagar hasta en 2 años, la totalidad suscrita y el pagado que es la parte del suscrito que los accionistas efectivamente han pagado y que ha ingresado a la sociedad.
- La responsabilidad de los accionistas es hasta por el monto de sus aportes por las obligaciones sociales, en caso de la S.A.S sea utilizada para defraudar la ley o perjudicar a terceros, responderán solidariamente.
- El revisor fiscal es voluntario, siempre y cuando los activos brutos al 31 de diciembre del año anterior no sean iguales o superior a 5.000 Smmlv.

### **7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas**

Para constituir nuestra empresa en Bogotá siendo persona jurídica debemos de seguir tener los siguientes requisitos:

- Original del documento de Identidad de quien realiza el trámite con el respectivo poder.

- Formulario del Registro Único Tributario RUT administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar la compañía y las actividades que realiza.
- Formulario disponible de la Cámara de Comercio de Bogotá a través de su portal electrónico.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) el cual integra información como la de registro mercantil.
- Carátula única empresarial y anexos según corresponda (Persona Natural, Persona Jurídica, Establecimiento de Comercio, Proponente)
- Se debe de verificar el nombre que se le va a otorgar a la compañía y que este no este repetido.
- Verificar y consultar el código CIIU.
- Tipo de sociedad de la empresa.
- Escritura pública la cual se tramita en una notaría.

Con la presentación de todos estos documentos podemos acceder a matricular la empresa

Hay dos formas de registrar las especificaciones de socios y sus respectivos porcentajes. El primero de ellos es por medio de documento público, el cual lo realizan los socios antes de ir al registro y lo presentan en la cámara de comercio y la segunda que es la que aplicaremos a nuestra empresa GOOD TOYS SAS es directamente en la cámara de comercio.

A partir de este registro en la cámara de comercio ellos envían el reporte a industria y comercio. De ser aceptado el registro queda constituida legalmente la empresa y otorgan el

certificado de existencia y representación. Y con esto la empresa puede abrir una cuenta a su nombre, realizar actividades comerciales, prestamos arriendos entre otros.

A partir del registro mensualmente comienza a llegar la cuota asignada a pagar por el municipio.

Costos cámara de comercio en los que incurrirá GOOD TOYS SAS:

**Tabla 28, Elaboración Propia**

Descripción	Costos
Matrículas y renovaciones ( decreto 393 del 4 de marzo del 2002 Capital en el rango: \$97328000- \$107800000	\$698000 anual
Registro de matrículas, de establecimientos, sucursales y agencias. Rango de activos: \$10472000 en adelante	\$ 103000 anual
Derechos por inscripción de libros y documentos. Numeral 3	\$ 10700 anual
Formularios : formulario para registro mercantil	\$ 4300 único
Impuesto industria y comercio Código CIU 4719	$29179336.34 / 1000 * 11.04 = 322.139$ mensual

### Certificaciones

Nuestro producto es importado y totalmente terminado, por eso a la hora de la negociación indagamos acerca de la seguridad del producto y el reconocimiento que tiene a nivel internacional para permitir su venta confiable, además investigamos las normas colombianas acerca de la disposición de juguetes y encontramos que:

Para la comercialización de juguetes importados se debía de comprobar que el producto



cumpliera con todos los requisitos y disposiciones dadas en RESOLUCIÓN 003388 DE 2008 (septiembre 8) por la cual se expide el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios de los juguetes, sus componentes y accesorios, que se comercialicen en el Territorio Nacional, y se dictan otras disposiciones. Ministro de la protección social en ejercicio de sus atribuciones legales, en especial las conferidas en el artículo 551 de la Ley 9ª de 1979, la Ley 170 de 1994 y el numeral 17 del artículo 2º del Decreto 205 de 2003.

Luego de leer detalladamente esta resolución confrontamos los requisitos exigidos y nuestro producto comprobando que las piezas de Happy Blocks han pasado la norma internacional de juguete y tiene la certificación: ASTM D4236 (toxicidad por ingestión, irritación de la piel, irritación de ojos, etc.), ASTM F963 (riesgos mecánicos, inflamabilidad, etc.), EN71 y BPI y es libre de tolueno. Todas estas anteriores mencionadas en la resolución, es decir nuestro producto cumple con todas las normas y es libre de venta; en cuanto a costos de certificación GOOD TOYS S.A.S no asumió ningún costo ya que el producto contaba con ellas desde un principio.

## 8. ASPECTOS FINANCIEROS

### 8.1 Estructura Financiera

#### 8.1.1 Recursos Propios

Estos son los aportes que efectuaron los socios.

**Tabla 29, Elaboración Propia**

SOCIOS	APORTE	FECHA DE APORTE
CANO YURANI MARCELA	\$10,000,000	01/09/2014
ECHAVARRIA ANGELA MARIA	\$10,000,000	01/09/2014

### 8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

El préstamo se gestionara por la suma de \$43.000.000 con la entidad financiera Colpatria a un plazo 60 de meses, a una tasa de interés del 2.12% MV el cual está calculado sin los montos de seguro que exige el banco. La cuota mensual es de \$1.273.223 en la línea de crédito de consumo para libre inversión. Estos recursos serán destinados para cubrir los costos que implica el funcionamiento de la empresa en un lapso de 60 días.



> **Simulador Crédito de Consumo**

Tabla de Crédito de consumo					
Tasa de interes nominal mensual : 2.12% Tasa de interes efectivo anual : 28.6% Valor: \$43,000,000.00 Plazo : 60 Meses					
Numero Cuota	Valor Cuota	Abono Capital	Intereses	Saldo de Capital	
1	1,273,223	361,623	911,600	42,638,377	
2	1,273,223	369,289	903,934	42,269,087	
3	1,273,223	377,118	896,105	41,891,969	
4	1,273,223	385,113	888,110	41,506,856	
5	1,273,223	393,278	879,945	41,113,578	
6	1,273,223	401,615	871,608	40,711,963	
7	1,273,223	410,129	863,094	40,301,833	
8	1,273,223	418,824	854,399	39,883,009	
9	1,273,223	427,703	845,520	39,455,306	
10	1,273,223	436,771	836,452	39,018,535	
11	1,273,223	446,030	827,193	38,572,505	
12	1,273,223	455,486	817,737	38,117,019	

Este es el detalle como tal del préstamo que estaría efectuando:

**Tabla 30, Elaboracion Propia**

Nombre entidad financiera	Colpatria
Monto total	43.000.000
Destinación	Libre inversión
Intereses (efectivo mensual)	2.12 % MV
Plazo (meses)	60
Modalidad de préstamo	Cuota fija
Valor cuota mensual	<b>\$1.273.223</b>

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 43.000.000
1	\$ 1.273.223	\$ 911.600	\$ 361.623	\$ 42.638.377
2	\$ 1.273.223	\$ 903.934	\$ 369.289	\$ 42.269.087
3	\$ 1.273.223	\$ 896.105	\$ 377.118	\$ 41.891.969
4	\$ 1.273.223	\$ 888.110	\$ 385.113	\$ 41.506.856
5	\$ 1.273.223	\$ 879.945	\$ 393.278	\$ 41.113.578
6	\$ 1.273.223	\$ 871.608	\$ 401.615	\$ 40.711.963
7	\$ 1.273.223	\$ 863.094	\$ 410.129	\$ 40.301.833
8	\$ 1.273.223	\$ 854.399	\$ 418.824	\$ 39.883.009
9	\$ 1.273.223	\$ 845.520	\$ 427.703	\$ 39.455.306
10	\$ 1.273.223	\$ 836.452	\$ 436.771	\$ 39.018.535
11	\$ 1.273.223	\$ 827.193	\$ 446.030	\$ 38.572.505
12	\$ 1.273.223	\$ 817.737	\$ 455.486	\$ 38.117.019
13	\$ 1.273.223	\$ 808.081	\$ 465.142	\$ 37.651.877
14	\$ 1.273.223	\$ 798.220	\$ 475.003	\$ 37.176.874
15	\$ 1.273.223	\$ 788.150	\$ 485.073	\$ 36.691.800
16	\$ 1.273.223	\$ 777.866	\$ 495.357	\$ 36.196.443
17	\$ 1.273.223	\$ 767.365	\$ 505.858	\$ 35.690.585
18	\$ 1.273.223	\$ 756.640	\$ 516.583	\$ 35.174.002
19	\$ 1.273.223	\$ 745.689	\$ 527.534	\$ 34.646.468
20	\$ 1.273.223	\$ 734.505	\$ 538.718	\$ 34.107.750
21	\$ 1.273.223	\$ 723.084	\$ 550.139	\$ 33.557.611
22	\$ 1.273.223	\$ 711.421	\$ 561.802	\$ 32.995.809
23	\$ 1.273.223	\$ 699.511	\$ 573.712	\$ 32.422.098
24	\$ 1.273.223	\$ 687.348	\$ 585.875	\$ 31.836.223
25	\$ 1.273.223	\$ 674.928	\$ 598.295	\$ 31.237.928
26	\$ 1.273.223	\$ 662.244	\$ 610.979	\$ 30.626.949
27	\$ 1.273.223	\$ 649.291	\$ 623.932	\$ 30.003.017
28	\$ 1.273.223	\$ 636.064	\$ 637.159	\$ 29.365.858
29	\$ 1.273.223	\$ 622.556	\$ 650.667	\$ 28.715.191
30	\$ 1.273.223	\$ 608.762	\$ 664.461	\$ 28.050.730
31	\$ 1.273.223	\$ 594.675	\$ 678.548	\$ 27.372.182
32	\$ 1.273.223	\$ 580.290	\$ 692.933	\$ 26.679.250
33	\$ 1.273.223	\$ 565.600	\$ 707.623	\$ 25.971.627
34	\$ 1.273.223	\$ 550.598	\$ 722.625	\$ 25.249.002
35	\$ 1.273.223	\$ 535.279	\$ 737.944	\$ 24.511.058
36	\$ 1.273.223	\$ 519.634	\$ 753.589	\$ 23.757.469
37	\$ 1.273.223	\$ 503.658	\$ 769.565	\$ 22.987.904
38	\$ 1.273.223	\$ 487.344	\$ 785.879	\$ 22.202.025
39	\$ 1.273.223	\$ 470.683	\$ 802.540	\$ 21.399.485

40	\$ 1.273.223	\$ 453.669	\$ 819.554	\$ 20.579.931
41	\$ 1.273.223	\$ 436.295	\$ 836.929	\$ 19.743.002
42	\$ 1.273.223	\$ 418.552	\$ 854.671	\$ 18.888.331
43	\$ 1.273.223	\$ 400.433	\$ 872.790	\$ 18.015.540
44	\$ 1.273.223	\$ 381.929	\$ 891.294	\$ 17.124.247
45	\$ 1.273.223	\$ 363.034	\$ 910.189	\$ 16.214.058
46	\$ 1.273.223	\$ 343.738	\$ 929.485	\$ 15.284.573
47	\$ 1.273.223	\$ 324.033	\$ 949.190	\$ 14.335.383
48	\$ 1.273.223	\$ 303.910	\$ 969.313	\$ 13.366.070
49	\$ 1.273.223	\$ 283.361	\$ 989.862	\$ 12.376.207
50	\$ 1.273.223	\$ 262.376	\$ 1.010.847	\$ 11.365.360
51	\$ 1.273.223	\$ 240.946	\$ 1.032.277	\$ 10.333.082
52	\$ 1.273.223	\$ 219.061	\$ 1.054.162	\$ 9.278.921
53	\$ 1.273.223	\$ 196.713	\$ 1.076.510	\$ 8.202.411
54	\$ 1.273.223	\$ 173.891	\$ 1.099.332	\$ 7.103.079
55	\$ 1.273.223	\$ 150.585	\$ 1.122.638	\$ 5.980.441
56	\$ 1.273.223	\$ 126.785	\$ 1.146.438	\$ 4.834.003
57	\$ 1.273.223	\$ 102.481	\$ 1.170.742	\$ 3.663.261
58	\$ 1.273.223	\$ 77.661	\$ 1.195.562	\$ 2.467.699
59	\$ 1.273.223	\$ 52.315	\$ 1.220.908	\$ 1.246.791
60	\$ 1.273.223	\$ 26.432	\$ 1.246.791	\$ 0

## 8.2 Ingresos y Egresos

### 8.2.1 Ingresos

#### 8.2.1.1. Ingresos Propios del Negocio.

Los ingresos propios están conformados por nuestras 4 líneas de producto representadas en la siguiente tabla con el promedio de la ventas altas medias y bajas respectivamente:

**Tabla 31, Elaboracion Propia**

CANTIDAD	CAJA DE 100 PIEZAS	CAJA DE 250 PIEZAS	CAJA DE 500 PIEZAS	CAJA DE 1200
240	\$ 12'672.000	\$ 15'488.002	\$ 16'896.000	\$ 22'527.999
125	\$ 6.600.000	\$8.066.668	\$8.800.000	\$11.733.333

75	\$ 3'960.000	\$ 4'840.000	\$ 5'280.000	\$ 7'039.999
----	--------------	--------------	--------------	--------------

<b>VENTAS TOTALES POR PRODUCTO</b>			
<b>Ventas</b>			<b>Participación del total Ventas</b>
<b>PRODUCTOS</b>	Caja 100 Piezas	\$ 6.600.000,0	18,75%
	Caja de 250 Piezas	\$ 8.066.666,7	22,92%
	Caja de 500 Piezas	\$ 8.800.000,0	25,00%
	Caja de 1200 Piezas	\$ 11.733.333,3	33,33%
	<b>VENTAS TOTALES (VT)</b>	<b>\$ 35.200.000,1</b>	<b>100,00%</b>

En la tabla se explica la participación en ventas que cada producto tiene, aunque en las 4 líneas se planea vender la misma cantidad, lo que hace diferente estos porcentajes es el precio de cada producto. Verificando entonces esta tabla podemos deducir que el producto con mayor margen de contribución es la caja de 1200 piezas con una participación del 33.33% en las ventas.

## 8.2.2 Egresos

### 8.2.2.1 Inversiones

La compañía GOOD TOYS S.A.S cuenta con activos exigibles los cuales están clasificados muebles y equipos de informática.

<b>Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)</b>	<b>Valor</b>	<b>Depreciación Mensual</b>
--	--------------	-----------------------------

Muebles y Enseres (10 años)	\$ 6.977.600,0	\$ 58.146,0
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 6.018.600,0	\$ 167.183,0
	\$ 0,0	\$ 0,0

**Salarios:**

Los salarios de los empleados de la empresa alcanzan una suma de \$9.995.132 los cuales están discriminados de la siguiente manera:

**Salarios de Producción**

<b>COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES</b>
---

Salarios	\$ 1.200.000
Total Apropriaciones	\$ 622.266

Este salario de producción corresponde a la persona de comercio exterior encargada de hacer todo el trámite de importación y demás que sean necesarios, cubriendo todas las prestaciones sociales, parafiscales y seguridad social.

**Salario de Comercialización y Ventas**

<b>COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS</b>
--

Salarios	\$ 2.682.000
Total Apropriaciones	\$ 1.390.766

Este valor corresponde a los salarios de los vendedores, el jefe de mercadeo y el diseñador gráfico cubriendo todas las prestaciones sociales, parafiscales y seguro social.

### Salarios de Administración

<b>COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES</b>	
Salarios	\$ 2.700.000
Total Apropiações	\$ 1.400.100

Estos costos están destinados para el administrador, el gerente general y la persona de recursos humanos cubriendo todas las prestaciones, seguridad social y parafiscal.

### Gastos Pre operativos

<b>Gastos Pre operativos Disponibles</b>	<b>Valor</b>
Matricula y renovaciones	\$ 698.000,0
Registro de matriculas	\$ 103.000,0
Derechos por inscripción de libros	\$ 10.700,0
Formularios	\$ 4.300,0

Los gastos pre operativos de la compañía se fijaron según los costos de constitución y registro de la cámara de comercio de Bogotá, aun así estos son costos aproximados ya que pueden variar por motivos que corresponden a copias, certificados, y manejos que se presenten.

#### 8.2.2.2 Costos

### Costos Variables

En la siguiente tabla se evidencia los costos variables para cada referencia de GOOD TOYS S.A (Valor de la unidad esta está incluido el transporte, costos de importación, etc.) Ver tabla 13 costeo de importación.

<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Unidade s</b>	<b>Valor Total Por Componente</b>
Caja de 100 Piezas	\$ 6.938,00	1,00	Caja	\$ 6.938,00
<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Unidade s</b>	<b>Valor Total Por Componente</b>
Caja de 250 Piezas	\$ 16.618,00	1,00	Caja	\$ 16.618,00
<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Unidade s</b>	<b>Valor Total Por Componente</b>
Caja de 500 Piezas	\$ 27.708,00	1,00	Caja	\$ 27.708,00
<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Unidade s</b>	<b>Valor Total Por Componente</b>
Caja de 1200 Piezas	\$ 55.470,00	1,00	Caja	\$ 55.470,00

### Costos Fijos

A continuación se relacionan los costos fijos del producto tales como arriendo, salarios, prestaciones, servicios públicos etc.

<b>COSTOS FIJOS</b>
---------------------



TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 2.939.766,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 7.422.664,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 6.230.265,0
<b>COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)</b>	<b>\$16.592.695,0</b>

### 8.2.2.3 Gastos

En la siguiente tabla se especifican los gastos fijos de administración de la compañía:

<b>COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES</b>	
Salarios	\$ 2.700.000
Total Apropiaciones	\$ 1.400.100
Servicio Contabilidad	\$ 700.000
Arriendo Oficina	\$ 650.000
Papelería	\$ 147.650
Servicio de alarma	\$ 200.000
Comunicaciones	\$ 150.000
Servicio de mensajero	\$ 100.000
Imprevistos	\$ 604.775
Servicios Públicos	\$ 300.000
Implementos de aseo	\$ 80.000
Gastos Constitución empresa	\$ 68.000
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 322.139
<b>TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 7.422.664</b>

En la siguiente tabla se expresan los gastos de ventas

<b>COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS</b>
--

Salarios	\$ 2.682.000
Total Apropriaciones	\$ 1.390.766
Arrendamiento Local Comercial	\$ 1.107.143
Administración Local	\$ 210.357
Actividades Plan de Ventas Primer Año	\$ 203.333
Valla Publicitaria	\$ 125.000
Página Web (manejo y propiedad)	\$ 91.666
Telefonía	\$ 60.000
Implementos de aseo	\$ 80.000
Papelería	\$ 280.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS</b>	<b>\$ 6.230.265</b>

En esta tabla se relacionan los gastos que van directamente con la importación y almacenamiento de la mercancía.

<b>COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES</b>
---

Salarios	\$ 1.200.000
Total Apropriaciones	\$ 622.266
Arriendo Bodega	\$ 892.857
Administración Bodega	\$ 169.643
Póliza de Seguro	\$ 55.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 2.939.766</b>

#### 8.2.2.4 Gastos Financieros

En el punto 8.1.2 se puede visualizar las obligaciones financieras que debe de asumir la

empresa.

### 8.3 Estados Financieros Projectados

#### 8.3.1 Flujo de Caja

Esta es la proyección a 5 años que efectuamos con porcentajes tomados de varias fuentes como el banco de la república.

Ingreso Variación Porcentual Anual de Precios	1,55%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Ventas	10,50%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Costos	3,00%
Ingreso Inflación promedio estimada	2,79%

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		\$	\$	\$	\$	\$
+ Ingresos por venta		422.400.001	473.986.657	531.873.462	596.829.838	669.719.175
		\$	\$	\$	\$	\$
- Costos variables		187.851.840	193.487.395	199.292.017	205.270.778	211.428.901
		\$	\$	\$	\$	\$
- Costos fijos		199.112.340	205.085.710	211.238.282	217.575.430	224.102.693
		\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Producción		35.277.192	36.335.508	37.425.573	38.548.340	39.704.790
		\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Administración		89.071.968	91.744.127	94.496.451	97.331.344	100.251.285
		\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de comercialización y ventas		74.763.180	77.006.075	79.316.258	81.695.745	84.146.618
	\$ 0	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948
- No Desembolsables		\$	\$	\$	\$	\$
- Intereses Crédito		10.395.696	8.997.881	7.199.923	4.887.277	1.912.607
	\$ 0	\$ 22.336.177	\$ 63.711.722	\$ 111.439.292	\$ 166.392.405	\$ 229.571.025
= Utilidad Antes de Impuestos		\$	\$	\$	\$	\$
- Impuestos	\$ 0	\$ 7.594.300	21.661.986	37.889.359	56.573.418	78.054.149
	\$ 0	\$ 14.741.877	\$ 42.049.737	\$ 73.549.933	\$ 109.818.988	\$ 151.516.877
= Utilidad después de Impuestos		\$ 0	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 37.642.909
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Préstamos	43.000.000					
						\$
Recuperación Capital de trabajo						37.350.449
						\$
Valor de Salvamento						292.460
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	46.997.590	\$ 5.878.543	\$ 7.306.225	\$ 9.134.945	\$ 11.479.277	\$ 13.366.070

Activos Fijos	\$ 12.996.200					
Pago Crédito (Capital)		\$ 4.882.981	\$ 6.280.796	\$ 8.078.754	\$ 10.391.400	\$ 13.366.070
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000					
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390	\$ 995.562	\$ 1.025.429	\$ 1.056.191	\$ 1.087.877	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ 3.997.590</b>	<b>\$ 11.567.282</b>	<b>\$ 37.447.460</b>	<b>\$ 67.118.936</b>	<b>\$ 101.043.659</b>	<b>\$ 178.497.664</b>

Tasa Interna de Retorno	20,98%
Valor Presente Neto	185.081.476
Tasa Interna de Retorno	441,03%

En la proyección de 5 años observamos que según la tasa esperada la cual es del 20% anual obtenemos un VPN de \$185.081.476 y una TIR de 441.03%, son valores positivos dado que los aportes que obtenemos nos permite cubrir los gastos y generar rentabilidad para que la empresa se pueda sostener en el tiempo siempre y cuando se mantengan las ventas positivas.

### 8.3.2 Estados de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000
- Costo Variables	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320
- Costos Fijos Producción	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766
- Gastos Depreciación	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329
= Utilidad Bruta en Ventas	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585
- Costos fijos de Administración	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265

	ón												
-	Amortización de diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Operativa	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656
+	Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656
-	Impuestos	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403
=	UTILIDAD NETA	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	1.800.253	3.600.506	5.400.759	7.201.012	9.001.265	10.801.518	12.601.771	14.402.024	16.202.277	18.002.530	19.802.783	21.603.036

Aquí podemos visualizar que tenemos unas ventas de \$35.200.000 de manera mensual y que los costos que más demandan son los variables, por lo que de allí podríamos verificar cuales de estos podríamos minimizar para obtener una utilidad pues la que se evidencia en el proyecto aunque no es negativa, tampoco es lo suficientemente alta para justificar la inversión en el proyecto considerando así que no es viable.

#### 8.4 Evaluación Financiera del proyecto

### 8.4.1 Valor Presente Neto

Este es el valor presente neto con los valores consultados.

Ingreso Variación Porcentual Anual de Precios	1,55%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Ventas	10,50%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Costos	3,00%
Ingreso Inflación promedio estimada	2,79%

Valor Presente Neto	185.081.476
---------------------	-------------

### 8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Proyectado a 5 años.

Tasa Interna de Retorno	441,03%
-------------------------	---------

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

Flujo de caja real sin variaciones.

#### FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960
Medias	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Bajas	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Consolidado	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$	\$										\$
+ Ingresos por venta		35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000
- Costos variables		\$ 15.6	\$ 15.6	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.6

		54.3 20	54.3 20	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	54.3 20
		\$ 16.5	\$ 16.5	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$ 16.5
<b>- Costos fijos</b>	\$ 0	92.6 95	92.6 95	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	92.6 95
Costos fijos de Producción		\$ 2.93	\$ 2.93	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$ 2.93
		9.76 6	9.76 6	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	9.76 6
Costos fijos de Administración		\$ 7.42	\$ 7.42	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$ 7.42
		2.66 4	2.66 4	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	2.66 4
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 6.23	\$ 6.23	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$ 6.23
		0.26 5	0.26 5	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	0.26 5
<b>- No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 225. 329	\$ 225. 329	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225. 329
<b>- Intereses Credito</b>	\$ 0	\$ 911. 600	\$ 903. 934	\$ 896.1 05	\$ 888.1 10	\$ 879.9 45	\$ 871.6 08	\$ 863.0 94	\$ 854.3 99	\$ 845.5 20	\$ 836.4 52	\$ 827.1 93	\$ 817. 737
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 1.81 6.05 6	\$ 1.82 3.72 2	\$ 1.831. 551	\$ 1.839. 546	\$ 1.847. 711	\$ 1.856. 048	\$ 1.864. 562	\$ 1.873. 257	\$ 1.882. 136	\$ 1.891. 204	\$ 1.900. 463	\$ 1.90 9.91 9
<b>- Impuestos</b>	\$ 0	\$ 617. 459	\$ 620. 066	\$ 622.7 27	\$ 625.4 46	\$ 628.2 22	\$ 631.0 56	\$ 633.9 51	\$ 636.9 07	\$ 639.9 26	\$ 643.0 09	\$ 646.1 57	\$ 649. 372
<b>= Utilidad despues de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 1.19 8.59 7	\$ 1.20 3.65 7	\$ 1.208. 824	\$ 1.214. 101	\$ 1.219. 489	\$ 1.224. 992	\$ 1.230. 611	\$ 1.236. 350	\$ 1.242. 210	\$ 1.248. 194	\$ 1.254. 306	\$ 1.26 0.54 6
<b>+ Ajuste por No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 225. 329	\$ 225. 329	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225. 329
<b>+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)</b>	\$ 43.00 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.2 93.6 42
Prestamos	\$ 43.00 0.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.1 85.3 90
Valor de Salvamento													\$ 11.1 08.2 52
<b>- Otros Egresos no deducibles de impuesto</b>	\$ 46.99 7.590	\$ 361. 623	\$ 369. 289	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455. 486
Activos Fijos	\$ 12.99 6.200												
Pago Credito (Capital)		\$ 361. 623	\$ 369. 289	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455. 486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.0 00												
Capital de Trabajo	\$ 33.18 5.390												

FLUJO DE CAJA	-\$ 3.997 .590	\$ 1.06 2.30 3	\$ 1.05 9.69 6	\$ 1.057. 034	\$ 1.054. 316	\$ 1.051. 540	\$ 1.048. 706	\$ 1.045. 811	\$ 1.042. 855	\$ 1.039. 836	\$ 1.036. 753	\$ 1.033. 605	\$ 45.3 24.0 32
---------------	----------------------	-------------------------	-------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	--------------------------

Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	43.96 8.090
Tasa Interna de Retorno	35,81 %

Como se puede observar en este flujo de caja la TIR que arroja es del 35.81% que es mucho mejor que la tasa de rendimiento esperada la cual es del 1.60% mensual, lo que a su vez genera un VPN muy positivo de \$ 43.986.090, de esto se podría deducir aparentemente que el proyecto es altamente atractivo de llevar a cabo debido a la generación de valor por encima de las expectativas en las utilidades, sin embargo al analizar los flujos de caja, aunque la empresa se muestra rentable porque no genera perdidas es evidente el problema de liquidez, pues los flujos van en forma descendente lo que muestra que la empresa en el tiempo esta generando perdidas, ademas que la utilidad es muy baja dejando sin justificación la inversión que se realizo en el proyecto, de esta manera se considera que este no es viable para dicha inversión.

#### 8.4.4 Análisis de Sensibilidad

##### Variación de Precios

**Si el valor de los precios incrementa un 10%**

FLUJO DE CAJA (VARIANDO EL PRECIO)

Conceptos	Inver sión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
+ Ingresos por venta		38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos variables		15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos fijos	\$ 0	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Producción		2.939	2.939	2.939.	2.939.	2.939.	2.939.	2.939.	2.939.	2.939.	2.939.	2.939.	2.939



		.766	.766	766	766	766	766	766	766	766	766	766	.766
Costos fijos de Administración		\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 911.600	\$ 903.934	\$ 896.105	\$ 888.110	\$ 879.945	\$ 871.608	\$ 863.094	\$ 854.399	\$ 845.520	\$ 836.452	\$ 827.193	\$ 817.737
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 5.336.056	\$ 5.343.722	\$ 5.351.551	\$ 5.359.546	\$ 5.367.711	\$ 5.376.048	\$ 5.384.562	\$ 5.393.257	\$ 5.402.136	\$ 5.411.204	\$ 5.420.463	\$ 5.429.919
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.814.259	\$ 1.816.866	\$ 1.819.527	\$ 1.822.246	\$ 1.825.022	\$ 1.827.856	\$ 1.830.751	\$ 1.833.707	\$ 1.836.726	\$ 1.839.809	\$ 1.842.957	\$ 1.846.172
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 3.521.797	\$ 3.526.857	\$ 3.532.024	\$ 3.537.301	\$ 3.542.689	\$ 3.548.192	\$ 3.553.811	\$ 3.559.550	\$ 3.565.410	\$ 3.571.394	\$ 3.577.506	\$ 3.583.747
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.293.642
Préstamos	\$ 43.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.185.390
Valor de Salvamento													\$ 11.110.8252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.997.590	\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Activos Fijos	\$ 12.996.200												
Pago Crédito (Capital)		\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000												
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997.590</b>	<b>\$ 3.385.503</b>	<b>\$ 3.382.896</b>	<b>\$ 3.380.235</b>	<b>\$ 3.377.516</b>	<b>\$ 3.374.740</b>	<b>\$ 3.371.906</b>	<b>\$ 3.369.011</b>	<b>\$ 3.366.055</b>	<b>\$ 3.363.036</b>	<b>\$ 3.359.953</b>	<b>\$ 3.356.805</b>	<b>\$ 47.647.232</b>

Cambio Porcentual en el Precio	10,00 %
Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	69.151.268
Tasa Interna de Retorno	85,14 %

Al incrementar los precios incrementa el VPN lo cual es algo realmente positivo para la empresa, pero podría ser contraproducente por que como ya hemos analizado dentro de los precios que maneja el sector sería un costo elevado. Además aunque aumenta el valor en los flujos de caja frente al estado actual de la empresa, estos continúan disminuyendo a medida que pasan los meses afectando la liquidez que vista desde cualquier periodo siempre va a terminar por generar perdidas para la compañía, al igual que la utilidad que continua muy baja para justificar la inversión.

### Si el valor del precio disminuye un 10%

FLUJO DE CAJA (VARIANDO EL PRECIO)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000
- Costos variables		\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320
- Costos fijos	\$ 0	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695
Costos fijos de Producción		\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766
Costos fijos de Administración		\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 911.6 00	\$ 903.9 34	\$ 896.1 05	\$ 888.1 10	\$ 879.9 45	\$ 871.6 08	\$ 863.0 94	\$ 854.3 99	\$ 845.5 20	\$ 836.4 52	\$ 827.1 93	\$ 817.7 37
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 1.703 .944	-\$ 1.696 .278	-\$ 1.688 .449	-\$ 1.680 .454	-\$ 1.672 .289	-\$ 1.663 .952	-\$ 1.655 .438	-\$ 1.646 .743	-\$ 1.637 .864	-\$ 1.628 .796	-\$ 1.619 .537	-\$ 1.610 .081
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	-\$ 1.703 .944	-\$ 1.696 .278	-\$ 1.688 .449	-\$ 1.680 .454	-\$ 1.672 .289	-\$ 1.663 .952	-\$ 1.655 .438	-\$ 1.646 .743	-\$ 1.637 .864	-\$ 1.628 .796	-\$ 1.619 .537	-\$ 1.610 .081
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.00 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.29 3.642
Prestamos	\$ 43.00												

	0.000													
Recuperación Capital de trabajo														\$ 33.18 5.390
Valor de Salvamento														\$ 11.10 8.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.99 7.590	\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86	
Activos Fijos	\$ 12.99 6.200													
Pago Credito (Capital)		\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86	
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.0 00													
Capital de Trabajo	\$ 33.18 5.390													
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997 .590</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>\$ 42.45 3.404</b>

Cambio Porcentual en el Precio	10,00 %
Tasa de Retorno	1,60 %
Valor Presente Neto	12,66 5,922
Tasa Interna de Retorno	7,78 %

Una vez modificados los valores con lo referente al cambio porcentual en precio nos damos cuenta con dicha observación, que no podemos bajar el precio de venta pues el VPN disminuye en gran proporción por lo que se generaría solo perdidas lo cual también se ve reflejado en la tasa de retorno que bajo representativamente del 35,81% al 7,78%, adicional el valor es en la utilidad despues de impuestos es negativo al igual que la liquidez.

### Si disminuye un 3%

#### FLUJO DE CAJA (VARIANDO EL PRECIO)

Conceptos	Inver sión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14

DESARROLLO DE PROYECTO FINAL.docx-Plan de Negocios

		4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos variables		15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos fijos	\$ 0	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Producción		2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Administración		7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de comercialización y ventas		6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- No Desembolsables	\$ 0	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Intereses Credito	\$ 0	911.6 00	903.9 34	896.1 05	888.1 10	879.9 45	871.6 08	863.0 94	854.3 99	845.5 20	836.4 52	827.1 93	817.7 37
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	760.0 56	767.7 22	775.5 51	783.5 46	791.7 11	800.0 48	808.5 62	817.2 57	826.1 36	835.2 04	844.4 63	853.9 19
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Impuestos	\$ 0	258.4 19	261.0 26	263.6 87	266.4 06	269.1 82	272.0 16	274.9 11	277.8 67	280.8 86	283.9 69	287.1 17	290.3 32
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	501.6 37	506.6 97	511.8 64	517.1 41	522.5 29	528.0 32	533.6 51	539.3 90	545.2 50	551.2 34	557.3 46	563.5 86
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	43.00 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.29 3.642
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Prestamos	43.00 0.000												
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.18 5.390
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Valor de Salvamento													\$ 11.10 8.252
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	46.99 7.590	361.6 23	369.2 89	377.1 18	385.1 13	393.2 78	401.6 15	410.1 29	418.8 24	427.7 03	436.7 71	446.0 30	455.4 86
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Activos Fijos	12.99 6.200												
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Pago Credito (Capital)		361.6 23	369.2 89	377.1 18	385.1 13	393.2 78	401.6 15	410.1 29	418.8 24	427.7 03	436.7 71	446.0 30	455.4 86
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gastos PREOPERATIVOS	816.0 00												
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Capital de Trabajo	33.18 5.390												
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
FLUJO DE CAJA	-3.997 .590	365.3 43	362.7 36	360.0 74	357.3 56	354.5 80	351.7 46	348.8 51	345.8 95	342.8 76	339.7 93	336.6 45	44.62 7.072

Cambio Porcentual en el Precio	-	3,00
--------------------------------	---	------

	%
Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	36,41 3.136
Tasa Interna de Retorno	26,19 %

Podemos observar que si disminuimos el precio en un 3% aunque la TIR y el VPN continúan siendo positivos y no se generan pérdidas pero las utilidades serían demasiado bajas, pues si con los valores actuales la compañía tan solo logra sostenerse no sería rentable ya que los ingresos apenas darían para cubrir los gastos si generar mucho valor agregado, al igual que liquidez que también se ve bastante afectada y continua con tendencia a la baja, por lo que no contemplaríamos la opción de disminuir los costos ni en el más mínimo porcentaje.

### Variación de la Demanda (Ventas)

#### Si las ventas aumentan el 10%

#### FLUJO DE CAJA (VARIACION DE LAS VENTAS)

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas		1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056
Medias		550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550
Bajas		330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330
Consolidado		645	645	645	645	645	645	645	645	645	645	645	645

CONCEPTOS	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
+ Ingresos por venta		38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000
- Costos variables		\$ 17.21 9.752	\$ 17.21 9.752	\$ 17.21 9.752	\$ 17.21 9.752	\$ 17.21 9.752	\$ 17.21 9.752	\$ 17.21 9.752	\$ 17.21 9.752	\$ 17.21 9.752	\$ 17.21 9.752	\$ 17.21 9.752	\$ 17.21 9.752
- Costos fijos	\$ 0	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695
Costos fijos de Producción		\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766
Costos fijos de Administración		\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422

		.664	.664	664	664	664	664	664	664	664	664	664	.664
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 911.600	\$ 903.934	\$ 896.105	\$ 888.110	\$ 879.945	\$ 871.608	\$ 863.094	\$ 854.399	\$ 845.520	\$ 836.452	\$ 827.193	\$ 817.737
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 3.770.624	\$ 3.778.290	\$ 3.786.119	\$ 3.794.114	\$ 3.802.279	\$ 3.810.616	\$ 3.819.130	\$ 3.827.825	\$ 3.836.704	\$ 3.845.772	\$ 3.855.031	\$ 3.864.487
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.282.012	\$ 1.284.619	\$ 1.287.281	\$ 1.289.999	\$ 1.292.775	\$ 1.295.610	\$ 1.298.504	\$ 1.301.461	\$ 1.304.479	\$ 1.307.562	\$ 1.310.711	\$ 1.313.926
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.488.612	\$ 2.493.672	\$ 2.498.839	\$ 2.504.115	\$ 2.509.504	\$ 2.515.007	\$ 2.520.626	\$ 2.526.365	\$ 2.532.225	\$ 2.538.209	\$ 2.544.321	\$ 2.550.561
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.293.642
Prestamos	\$ 43.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.185.390
Valor de Salvamento													\$ 11.108.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.997.590	\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Activos Fijos	\$ 12.996.200												
Pago Credito (Capital)		\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000												
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997.590</b>	<b>\$ 2.352.318</b>	<b>\$ 2.349.711</b>	<b>\$ 2.347.049</b>	<b>\$ 2.344.331</b>	<b>\$ 2.341.555</b>	<b>\$ 2.338.720</b>	<b>\$ 2.335.826</b>	<b>\$ 2.332.869</b>	<b>\$ 2.329.851</b>	<b>\$ 2.326.768</b>	<b>\$ 2.323.619</b>	<b>\$ 46.614.046</b>

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00 %
Tasa de Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	57.951.679
Tasa Interna de Retorno	60,79 %

Según la simulación si hay un aumento en la demanda del 10%, si bien aumentan las variables

de ingresos por ventas y la utilidad (en un muy bajo porcentaje), los costos variables suben entonces la diferencia seria minima en la utilidad que aumenta restándole a la misma participación.

### Si las ventas disminuyen un 10%

#### FLUJO DE CAJA (VARIACION DE LAS VENTAS)

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	864	864	864	864	864	864	864	864	864	864	864	864
Medias	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Bajas	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270
Consolidado	528	528	528	528	528	528	528	528	528	528	528	528

CONCEPTOS	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000	\$ 31.68 0.000
+ Ingresos por venta		\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888
- Costos variables		\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695
- Costos fijos	\$ 0	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766
Costos fijos de Producción		\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664
Costos fijos de Administración		\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 911.6 00	\$ 903.9 34	\$ 896.1 05	\$ 888.1 10	\$ 879.9 45	\$ 871.6 08	\$ 863.0 94	\$ 854.3 99	\$ 845.5 20	\$ 836.4 52	\$ 827.1 93	\$ 817.7 37
- Intereses Credito	\$ 0	-\$ 138.5 12	-\$ 130.8 46	-\$ 123.0 17	-\$ 115.0 22	-\$ 106.8 57	-\$ 98.52 0	-\$ 90.00 6	-\$ 81.31 1	-\$ 72.43 2	-\$ 63.36 4	-\$ 54.10 5	-\$ 44.64 9
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 43.00 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.29 3.642
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)													

	\$												
Prestamos	43.00 0.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.18 5.390
Valor de Salvamento													\$ 11.10 8.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.99 7.590	\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86
Activos Fijos	\$ 12.99 6.200												
Pago Credito (Capital)		\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.0 00												
Capital de Trabajo	\$ 33.18 5.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997 .590</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>\$ 44.01 8.836</b>

Cambio Porcentual en las Ventas	- 10,00 %
Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	29,63 4,996
Tasa Interna de Retorno	19,46 %

Si las ventas disminuyen en un 10% automáticamente se estaría generando destrucción de valor lo cual se evidencia en los flujos que son totalmente negativos, demostrando solo perdidas en el tiempo sin ningún tipo de rentabilidad para la empresa, aun no soportaría nisiquiera los costos fijos mensuales, pues el VPN pasaría de \$ 43.960.090 que es el actual a \$ 29.634.996 disminuyendo en un 67%, al gual que la TIR

**Si las ventas disminuyen un 5%**

**FLUJO DE CAJA (VARIACION DE LAS VENTAS)**

<b>VENTAS PROYECTADAS</b>		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
-------------------------------	--	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------



(Unidades)													
Altas		912	912	912	912	912	912	912	912	912	912	912	912
Medias		475	475	475	475	475	475	475	475	475	475	475	475
Bajas		285	285	285	285	285	285	285	285	285	285	285	285
Consolidado		557	557	557	557	557	557	557	557	557	557	557	557

CONCEPTOS	Inver sión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
+ Ingresos por venta		33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos variables		14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos fijos	\$ 0	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Producción		2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Administración		7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de comercialización y ventas		6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- No Desembolsables	\$ 0	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Intereses Credito	\$ 0	911.6 00	903.9 34	896.1 05	888.1 10	879.9 45	871.6 08	863.0 94	854.3 99	845.5 20	836.4 52	827.1 93	817.7 37
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	838.7 72	846.4 38	854.2 67	862.2 62	870.4 27	878.7 64	887.2 78	895.9 73	904.8 52	913.9 20	923.1 79	932.6 35
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Impuestos	\$ 0	285.1 82	287.7 89	290.4 51	293.1 69	295.9 45	298.7 80	301.6 75	304.6 31	307.6 50	310.7 33	313.8 81	317.0 96
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	553.5 90	558.6 49	563.8 16	569.0 93	574.4 82	579.9 84	585.6 04	591.3 42	597.2 02	603.1 87	609.2 98	615.5 39
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	43.00 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.29 3.642
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Prestamos	43.00 0.000												
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.18 5.390
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Valor de Salvamento													\$ 11.10 8.252
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	46.99 7.590	361.6 23	369.2 89	377.1 18	385.1 13	393.2 78	401.6 15	410.1 29	418.8 24	427.7 03	436.7 71	446.0 30	455.4 86
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Activos Fijos	12.99 6.200												
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Pago Credito (Capital)		361.6 23	369.2 89	377.1 18	385.1 13	393.2 78	401.6 15	410.1 29	418.8 24	427.7 03	436.7 71	446.0 30	455.4 86

Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000													
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390													
FLUJO DE CAJA	-\$ 3.997.590	\$ 417.295	\$ 414.689	\$ 412.027	\$ 409.309	\$ 406.533	\$ 403.698	\$ 400.803	\$ 397.847	\$ 394.828	\$ 391.745	\$ 388.597	\$ 44.679.024	

Cambio Porcentual en las Ventas	5,00 %
Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	36.976.295
Tasa Interna de Retorno	26,82 %

Aunque las ventas disminuyan en un 5% y el panorama aparentemente continúe siendo positivo, pues la TIR y el valor de la VPN sigue siendo alentador, no se puede considerar la mas minima disminuci3n ya que los flujos de caja en si son muy bajos y adicional tienden a disminuir al pasar de los meses, evindecando que en un corto plazo la empresa la empresa solo generara perdidas.

### Si los costos variables aumentan un 10%

#### FLUJO DE CAJA (VARIACION COSTOS VARIABLES)

Conceptos	Inver si3n	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000
- Costos variables		\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752
- Costos fijos	\$ 0	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695
Costos fijos de Producci3n		\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766
Costos fijos de Administraci3n		\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664
Costos fijos de comercializaci3n y ventas		\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265

- No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 911.600	\$ 903.934	\$ 896.105	\$ 888.110	\$ 879.945	\$ 871.608	\$ 863.094	\$ 854.399	\$ 845.520	\$ 836.452	\$ 827.193	\$ 817.737
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 250.624	\$ 258.290	\$ 266.119	\$ 274.114	\$ 282.279	\$ 290.616	\$ 299.130	\$ 307.825	\$ 316.704	\$ 325.772	\$ 335.031	\$ 344.487
- Impuestos	\$ 0	\$ 85.212	\$ 87.819	\$ 90.481	\$ 93.199	\$ 95.975	\$ 98.810	\$ 101.704	\$ 104.661	\$ 107.679	\$ 110.762	\$ 113.911	\$ 117.126
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 165.412	\$ 170.472	\$ 175.639	\$ 180.915	\$ 186.304	\$ 191.807	\$ 197.426	\$ 203.165	\$ 209.025	\$ 215.009	\$ 221.121	\$ 227.361
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.293.642
Prestamos	\$ 43.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.185.390
Valor de Salvamento													\$ 11.108.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.997.590	\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Activos Fijos	\$ 12.996.200												
Pago Crédito (Capital)		\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000												
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997.590</b>	<b>\$ 29.118</b>	<b>\$ 26.511</b>	<b>\$ 23.849</b>	<b>\$ 21.131</b>	<b>\$ 18.355</b>	<b>\$ 15.520</b>	<b>\$ 12.626</b>	<b>\$ 9.669</b>	<b>\$ 6.651</b>	<b>\$ 3.568</b>	<b>\$ 419</b>	<b>\$ 44.290.846</b>

Cambio Porcentual Costos Variables	10,00 %
Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	32.768.501
Tasa Interna de Retorno	22,40 %

Como se ha mencionado, los costos variables son lo que se llevan el mayor porcentaje dentro de la empresa, por lo que no es conveniente permitir que estos aumenten pues

automáticamente se disminuye el VPN haciendo que la liquidez sea casi nula según los flujos de caja, así que se debe intentar que estos antes de incrementar disminuyan.

### Si los costos Variables disminuyen un 10%

#### FLUJO DE CAJA (VARIACION COSTOS VARIABLES)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000
- Costos variables		\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888
- Costos fijos	\$ 0	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695
Costos fijos de Producción		\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766
Costos fijos de Administración		\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 664
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 265
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 911.6 00	\$ 903.9 34	\$ 896.1 05	\$ 888.1 10	\$ 879.9 45	\$ 871.6 08	\$ 863.0 94	\$ 854.3 99	\$ 845.5 20	\$ 836.4 52	\$ 827.1 93	\$ 817.7 37
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 3.381 .488	\$ 3.389 .154	\$ 3.396 983	\$ 3.404 978	\$ 3.413 143	\$ 3.421 480	\$ 3.429 .994	\$ 3.438 689	\$ 3.447 568	\$ 3.456 .636	\$ 3.465 .895	\$ 3.475 .351
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.149 .706	\$ 1.152 .313	\$ 1.154 974	\$ 1.157 693	\$ 1.160 469	\$ 1.163 303	\$ 1.166 .198	\$ 1.169 154	\$ 1.172 173	\$ 1.175 .256	\$ 1.178 .404	\$ 1.181 .619
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.231 .782	\$ 2.236 .842	\$ 2.242 009	\$ 2.247 286	\$ 2.252 674	\$ 2.258 177	\$ 2.263 .796	\$ 2.269 535	\$ 2.275 395	\$ 2.281 .379	\$ 2.287 .491	\$ 2.293 .732
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.00 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.29 3.642
Prestamos	\$ 43.00 0.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.18 5.390
Valor de Salvamento													\$ 11.10 8.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.99 7.590	\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86
Activos Fijos	\$ 12.99 6.200												
Pago Credito		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$

(Capital)		361.6 23	369.2 89	377.1 18	385.1 13	393.2 78	401.6 15	410.1 29	418.8 24	427.7 03	436.7 71	446.0 30	455.4 86
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.0 00												
Capital de Trabajo	\$ 33.18 5.390												
FLUJO DE CAJA	-\$ 3.997 .590	\$ 2.095 .488	\$ 2.092 .881	\$ 2.090 .220	\$ 2.087 .501	\$ 2.084 .725	\$ 2.081 .891	\$ 2.078 .996	\$ 2.076 .040	\$ 2.073 .021	\$ 2.069 .938	\$ 2.066 .790	\$ 46.35 7.217

Cambio Porcentual Costos Variables	- 10,00 %
Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	55.16 7.679
Tasa Interna de Retorno	55,17 %

Este panorama es totalmente positivo ya que la mayor carga de los costos de la empresa se encuentra en los variables, de esta manera la empresa continuaría siendo aparentemente sostenible ya que automáticamente incrementa el VPN sobre el actual en \$ 11.199.589, permitiendo que haya mejor liquidez, sin embargo esta según los flujos continua con tendencia a la baja mostrando una empresa que no se mantendrá por mucho tiempo.

### Si los costos fijos aumentan un 10%

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000
- Costos variables		\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320
- Costos fijos	\$ 0	\$ 18.25 1.965	\$ 18.25 1.965	\$ 18.25 1.965	\$ 18.25 1.965	\$ 18.25 1.965	\$ 18.25 1.965	\$ 18.25 1.965	\$ 18.25 1.965	\$ 18.25 1.965	\$ 18.25 1.965	\$ 18.25 1.965	\$ 18.25 1.965
Costos fijos de Producción		\$ 3.233 .743	\$ 3.233 .743	\$ 3.233 .743	\$ 3.233 .743	\$ 3.233 .743	\$ 3.233 .743	\$ 3.233 .743	\$ 3.233 .743	\$ 3.233 .743	\$ 3.233 .743	\$ 3.233 .743	\$ 3.233 .743
Costos fijos de Administración		\$ 8.164 .930	\$ 8.164 .930	\$ 8.164 .930	\$ 8.164 .930	\$ 8.164 .930	\$ 8.164 .930	\$ 8.164 .930	\$ 8.164 .930	\$ 8.164 .930	\$ 8.164 .930	\$ 8.164 .930	\$ 8.164 .930
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 6.853 .292	\$ 6.853 .292	\$ 6.853 .292	\$ 6.853 .292	\$ 6.853 .292	\$ 6.853 .292	\$ 6.853 .292	\$ 6.853 .292	\$ 6.853 .292	\$ 6.853 .292	\$ 6.853 .292	\$ 6.853 .292
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3

		29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
- Intereses Credito		\$ 911.600	\$ 903.934	\$ 896.105	\$ 888.110	\$ 879.945	\$ 871.608	\$ 863.094	\$ 854.399	\$ 845.520	\$ 836.452	\$ 827.193	\$ 817.737
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 156.787	\$ 164.453	\$ 172.282	\$ 180.277	\$ 188.441	\$ 196.779	\$ 205.293	\$ 213.988	\$ 222.867	\$ 231.934	\$ 241.194	\$ 250.649
- Impuestos	\$ 0	\$ 53.307	\$ 55.914	\$ 58.576	\$ 61.294	\$ 64.070	\$ 66.905	\$ 69.800	\$ 72.756	\$ 75.775	\$ 78.858	\$ 82.006	\$ 85.221
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 103.479	\$ 108.539	\$ 113.706	\$ 118.983	\$ 124.371	\$ 129.874	\$ 135.493	\$ 141.232	\$ 147.092	\$ 153.076	\$ 159.188	\$ 165.429
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 47.612.181
Prestamos	\$ 43.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 36.503.929
Valor de Salvamento													\$ 11.108.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 50.316.129	\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Activos Fijos	\$ 12.996.200												
Pago Credito (Capital)		\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000												
Capital de Trabajo	\$ 36.503.929												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 7.316.129</b>	<b>-\$ 32.815</b>	<b>-\$ 35.422</b>	<b>-\$ 38.083</b>	<b>-\$ 40.802</b>	<b>-\$ 43.578</b>	<b>-\$ 46.412</b>	<b>-\$ 49.307</b>	<b>-\$ 52.263</b>	<b>-\$ 55.282</b>	<b>-\$ 58.365</b>	<b>-\$ 61.513</b>	<b>\$ 47.547.453</b>

Cambio Porcentual Costos Fijos	10,00 %
Tasa de Esperada	1,60%
Valor Presente Neto	31.521.598
Tasa Interna de Retorno	16,61 %

Los costos fijos son lo que se llevan el menor porcentaje dentro de la empresa de forma individual, pero juntos forman un porcentaje bastante alto generando pérdidas representativas

y mostrando una empresa que no se alcanzaría siquiera a sostener ya que VPN disminuye al igual que la TIR que baja más del 50% sobre la actual que es de 38,8 %.

### Si los costos fijos disminuyen un 10%

#### FLUJO DE CAJA (VARIANDO COSTOS FIJOS)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000
- Costos variables		\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320
- Costos fijos	\$ 0	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426
Costos fijos de Producción		\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789
Costos fijos de Administración		\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29
- Intereses Credito		\$ 911.6 00	\$ 903.9 34	\$ 896.1 05	\$ 888.1 10	\$ 879.9 45	\$ 871.6 08	\$ 863.0 94	\$ 854.3 99	\$ 845.5 20	\$ 836.4 52	\$ 827.1 93	\$ 817.7 37
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 3.475 .326	\$ 3.482 .992	\$ 3.490 821	\$ 3.498 816	\$ 3.506 980	\$ 3.515 318	\$ 3.523 .832	\$ 3.532 527	\$ 3.541 406	\$ 3.550 .473	\$ 3.559 .733	\$ 3.569 .188
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.181 .611	\$ 1.184 .217	\$ 1.186 879	\$ 1.189 597	\$ 1.192 373	\$ 1.195 208	\$ 1.198 .103	\$ 1.201 059	\$ 1.204 078	\$ 1.207 .161	\$ 1.210 .309	\$ 1.213 .524
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.293 .715	\$ 2.298 .775	\$ 2.303 942	\$ 2.309 218	\$ 2.314 607	\$ 2.320 110	\$ 2.325 .729	\$ 2.331 468	\$ 2.337 328	\$ 2.343 .312	\$ 2.349 .424	\$ 2.355 .664
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.00 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 40.97 5.103
Préstamos	\$ 43.00 0.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 29.86 6.851
Valor de Salvamento													\$ 11.10 8.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 43.67 9.051	\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86
Activos Fijos	\$ 12.99 6.200												
Pago Credito		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$

(Capital)		361.6 23	369.2 89	377.1 18	385.1 13	393.2 78	401.6 15	410.1 29	418.8 24	427.7 03	436.7 71	446.0 30	455.4 86
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.0 00												
Capital de Trabajo	\$ 29.86 6.851												
FLUJO DE CAJA	-\$ 679.0 51	\$ 2.157 .421	\$ 2.154 .814	\$ 2.152 .152	\$ 2.149 .434	\$ 2.146 .658	\$ 2.143 .823	\$ 2.140 .929	\$ 2.137 .972	\$ 2.134 .954	\$ 2.131 .871	\$ 2.128 .722	\$ 43.10 0.610

Cambio Porcentual Costos Fijos	- 10,00 %
Tasa de Retorno	1,60 %
Valor Presente Neto	56.41 4.582
Tasa Interna de Retorno	317,5 9%

En si el valor de los costos fijos no han sido impedimento para que la empresa sea sostenible, así que al disminuir más está contribuyendo en que el VPN aumente pero más la TIR, ya que la actual es de 35,81 y aumentaría hasta el 317,59%, sin embargo la utilidad continua siendo baja respecto a lo que se espera como inversionista al igual que la liquidez.

### Si aumenta la rentabilidad en un 15%

FLUJO DE CAJA (Variacion Tasa de Retorno)													
VENTAS PROYECTADAS (Unidades)		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas		960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960
Medias		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Bajas		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Consolidado		587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587

Conceptos	Inver sión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000
- Costos variables		\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320
- Costos fijos		\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59



		2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695
Costos fijos de Producción		\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766
Costos fijos de Administración		\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265
- No Desembolsables		\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
- Intereses Credito		\$ 911.600	\$ 903.934	\$ 896.105	\$ 888.110	\$ 879.945	\$ 871.608	\$ 863.094	\$ 854.399	\$ 845.520	\$ 836.452	\$ 827.193	\$ 817.737
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 1.816.056	\$ 1.823.722	\$ 1.831.551	\$ 1.839.546	\$ 1.847.711	\$ 1.856.048	\$ 1.864.562	\$ 1.873.257	\$ 1.882.136	\$ 1.891.204	\$ 1.900.463	\$ 1.909.919
- Impuestos	\$ 0	\$ 617.459	\$ 620.066	\$ 622.727	\$ 625.446	\$ 628.222	\$ 631.056	\$ 633.951	\$ 636.907	\$ 639.926	\$ 643.009	\$ 646.157	\$ 649.372
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 1.198.597	\$ 1.203.657	\$ 1.208.824	\$ 1.214.101	\$ 1.219.489	\$ 1.224.992	\$ 1.230.611	\$ 1.236.350	\$ 1.242.210	\$ 1.248.194	\$ 1.254.306	\$ 1.260.546
+ Ajuste por No Desembolsables		\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.293.642
Prestamos	\$ 43.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.185.390
Valor de Salvamento													\$ 11.108.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.997.590	\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Activos Fijos	\$ 12.996.200												
Pago Credito (Capital)		\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000												
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997.590</b>	<b>\$ 1.062.303</b>	<b>\$ 1.059.696</b>	<b>\$ 1.057.034</b>	<b>\$ 1.054.316</b>	<b>\$ 1.051.540</b>	<b>\$ 1.048.706</b>	<b>\$ 1.045.811</b>	<b>\$ 1.042.855</b>	<b>\$ 1.039.836</b>	<b>\$ 1.036.753</b>	<b>\$ 1.033.605</b>	<b>\$ 45.324.032</b>

Tasa Esperada	15,00 %
Valor Presente Neto	9.980.924
Tasa Interna de Retorno	35,81 %

En el caso de que aumente la rentabilidad esperada en un 15% vemos que no modifica la tasa interna de retorno ya que continua por debajo de esta, tampoco el estado actual de la empresa en cuanto a sus costos y utilidad, pero en cambio es notable la disminución del VPN considerando que la tasa esperada es un porcentaje muy exigente para la capacidad de la empresa respecto a la demanda generada.

### Si disminuye la rentabilidad en un 15%

FLUJO DE CAJA (Variacion Tasa de Retorno)													
VENTAS PROYECTADAS (Unidades)		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas		960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960
Medias		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Bajas		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Consolidado		587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20
+ Ingresos por venta		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
		\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65
- Costos variables		4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320
		\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59
- Costos fijos		2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695
Costos fijos de Producción		2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939
		.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766
Costos fijos de Administración		7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422
		.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664
Costos fijos de comercialización y ventas		6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230
		.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265
- No Desembolsables		225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3
		29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
- Intereses Credito		911.6	903.9	896.1	888.1	879.9	871.6	863.0	854.3	845.5	836.4	827.1	817.7
		00	34	05	10	45	08	94	99	20	52	93	37
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	1.816	1.823	1.831	1.839	1.847	1.856	1.864	1.873	1.882	1.891	1.900	1.909
		.056	.722	551	546	711	048	562	257	136	204	463	.919
- Impuestos	\$ 0	617.4	620.0	622.7	625.4	628.2	631.0	633.9	636.9	639.9	643.0	646.1	649.3
		59	66	27	46	22	56	51	07	26	09	57	72

= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 1.198.597	\$ 1.203.657	\$ 1.208.824	\$ 1.214.101	\$ 1.219.489	\$ 1.224.992	\$ 1.230.611	\$ 1.236.350	\$ 1.242.210	\$ 1.248.194	\$ 1.254.306	\$ 1.260.546
+ Ajuste por No Desembolsables		\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.293.642
Prestamos	\$ 43.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.185.390
Valor de Salvamento													\$ 11.108.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.997.590	\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Activos Fijos	\$ 12.996.200												
Pago Credito (Capital)		\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000												
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997.590</b>	<b>\$ 1.062.303</b>	<b>\$ 1.059.696</b>	<b>\$ 1.057.034</b>	<b>\$ 1.054.316</b>	<b>\$ 1.051.540</b>	<b>\$ 1.048.706</b>	<b>\$ 1.045.811</b>	<b>\$ 1.042.855</b>	<b>\$ 1.039.836</b>	<b>\$ 1.036.753</b>	<b>\$ 1.033.605</b>	<b>\$ 45.324.032</b>

Tasa Interna de Retorno	15,00 %
Valor Presente Neto	349.272.651
Tasa Interna de Retorno	35,81 %

En este otro caso en el que la rentabilidad disminuye vemos que tampoco afecta los ingresos de la empresa y la TIR no cambia de su 35.81% actual, pero lo que en este caso aumenta representativamente es el VPN respecto al actual que es de \$ 43.968.090 debido a que la tasa espera esta muy debajo de la que realmente se exige por la demanda, saliéndose de lo que indican los estudios de mercado realizados para la ejecucion del proyecto.

## 9. Consideraciones Finales

En el transcurso de la elaboración del proyecto partiendo de la información encontrada en el estudio de mercado es evidente que el producto que ofrece GOOD TOYS S.AS (Juguetes Biodegradables), a pesar de la competencia que hay en productos sustitutos la cual no es directa, continua siendo un producto diferente capaz de fijar un nuevo mercado por su capacidad de innovación y la creación de conciencia por el cuidado del medio ambiente ya tan necesario por estos días, sin embargo los juguetes con tecnología tienen acaparado al consumidor de este tipo de artículo encontrando la primera causa que desfavorece su venta.

Desde la evaluación financiera se encontró que el proyecto no es viable por diferentes causas, pues inicialmente el estado de la compañía muestra una propuesta de proyecto altamente atractiva de llevar a cabo debido a la generación de valor por encima de las expectativas en las utilidades, ya que la tasa de rendimiento esperada fue superada representativamente por la TIR, y a la vez el VPN es muy positivo dado a que la inversión es baja y se cuenta con buen apalancamiento financiero, sin embargo analizando desde el punto de vista de otras variables como lo es el flujo de caja, donde aunque los valores son positivos y la empresa no genera pérdidas es evidente el problema de liquidez, pues los flujos van en forma descendente lo que muestra que la empresa en el tiempo está generando pérdidas aunque de manera mínima pero con a corto plazo finalmente no será sostenible ni rentable, además la utilidad es muy baja dejando sin justificación la inversión que se realizó en el proyecto, considerándose no viable desde el punto de vista de los inversionistas.

Para comprobar lo anterior y analizar otras alternativas para una posible solución al problema

latente de liquidez y generación de utilidad, se realizaron diferentes simulaciones en las respectivas variables tanto incrementando como disminuyendo, de esto se concluyó que la compañía no tolera ningún cambio; inicialmente se encontró que es imposible disminuir las ventas, pues con las planteadas inicialmente por la empresa apenas logra cubrir sus costos fijos y generar muy poca utilidad, lo cual no sería lo más viable, en el caso contrario aumentarlas tampoco es una alternativa a considerar, pues para que se refleje un cambio importante en la utilidad y los flujos de caja se debe aumentar como mínimo en un 50% lo cual es un porcentaje totalmente desfasado para la demanda permitida e irreal, pues es imposible lograr este volumen en ventas cuando apenas se cuenta con un solo punto para la distribución. Aparentemente otra de las soluciones sería aumentar el costo de venta lo cual puede ser contraproducente, ya que los costos serían muy elevados respecto a los que se encuentran en el mercado evitando que el producto sea adquirido, entonces afectaría las ventas mensuales por ende los ingresos y la utilidad, aun en el caso hipotético donde si se pudieran aumentar los costos hasta el punto máximo, no se lograría aumentar la rentabilidad y la liquidez lo suficiente para que el proyecto fuera atractivo y genere valor a los inversionistas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Abc Publicitario (2014). Tarifas Medios. Recuperado de:  
<http://www.abcpublicitario.com/medios/tarifas.php?ag=20807>

Alcaldía Mayor de Bogotá (2008) Resolución 3388 de 2008 Ministerio de la Protección Social. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=32545>

ANDI (2013) Balance 2013 y Perspectivas 2014. Recuperado de:  
<http://www.andi.com.co/Archivos/file/ANDI%20%20Balance%202013%20y%20perspectivas%202014.pdf>

Bancoldex. Guía Básica S.A.S. (2009). Recuperado de:  
[http://www.bancoldex.com/documentos/2180\\_Guia\\_SAS-web.pdf](http://www.bancoldex.com/documentos/2180_Guia_SAS-web.pdf)

Banco de la Republica de Colombia (2014) Índice de Precios al Consumidor. Recuperado de:  
<http://www.banrep.gov.co/es/ipc>

Bazar ED Online. Bloques de Construcción. Recuperado de:  
<http://www.bazaredonline.cl/productos/Bloques-de-contruccion-1200-piezas>

Cámara de Comercio Bogotá D.C. Paso a paso para crear empresa (2014). Recuperado de:  
<http://camara.ccb.org.co/crearempresa/pasoapasocrearempresa.aspx>

Cámara de Comercio Bogotá D.C. Tarifas Tramites (2014) Recuperado de:  
[http://camara.ccb.org.co/documentos/13492\\_tarifas\\_2014.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/13492_tarifas_2014.pdf)

DANE (2005) Boletín Censo General 2005 Bogotá. Recuperado de:  
[https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL\\_PDF\\_CG2005/11000T7T000.PDF](https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/11000T7T000.PDF)

Dinero.com Publicación Junio 2013. Juguetes vs Tabletas. Recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/juguetes-vstabletas/168857>

Dinero.com Publicación Agosto 2014. ¿Cuál será la Inflación esperada en Colombia y sus implicaciones? Recuperado de: <http://www.dinero.com/economia/articulo/implicaciones-del-repunte-inflacion/198298>

El empleo.com (2014) Perfil Empleado. Recuperado de: <http://www.empleo.com/colombia/trabajo/CONTADOR-1881560856>

Finanzas Personales.com.co (2014) Salario Básico para empleadores. Recuperado de: <http://www.finanzaspersonales.com.co/calculadoras/articulo/salario-basico-para-empleadores/39928>

Finanzas Personales.com.co (2014) ¿Cuánto debe de aumentar el canon de su arriendo en 2014? Recuperado de: <http://www.finanzaspersonales.com.co/ahorro-e-inversion/articulo/cuanto-debe-aumentar-arriendo-casa-2014/52495>

Happy Blocks (2014) Juguetes Biodegradables. Recuperado de: <http://www.happyblocks.cl/>

Juguetes Biodegradables SPA (2014) Recuperado de: <https://www.linkedin.com/company/juguetes-biodegradables-spa>

Portafolio.Co. Publicación Diciembre 2011. Importación de juguetes a crecido un 40.5%. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/negocios/importacion-juguetes-ha-aumentado-405>

Soluciones Empresariales Globales SAS. (2014) Outsourcing Contabilidad. Recuperado de: <http://sempreg.com/outsourcing-contable.html>

Sura. (2014) Póliza de Seguros. Recuperado de: <http://www.sura.com/soluciones-empresas/seguro-de-incendio.aspx>

Universia Colombia (2014). 90% de los colombianos practica libremente su religión en el trabajo. Recuperado de: <http://noticias.universia.net.co/actualidad/noticia/2014/03/11/1087336/90-colombianos->

[practica-libremente-religion-trabajo.html](http://practica-libremente-religion-trabajo.html)

Viajar.com (2014) Conversor de Monedas. Recuperado de:

<http://www.viajar.com/servicios/conversor/cop/>

Zona Prop (2014) Locales Comerciales. Recuperado de: <http://aviso.zonaprop.com.co/locales-comerciales-otro-salitre-modelia-occidente-bogota-dc-2350216>

Zona Prop (2014) Bodega Comercial. Recuperado de:

<http://aviso.zonaprop.com.co/oficinas-modelia-occidental-fontibontintal-occidente-bogota-dc-8147460>



## 10. ANEXOS

### Anexo numero 1: Cotizacion Producto

El 15 de septiembre de 2014, 8:46, Maria Estela Tofé<[metofe@juguetesbiodegradables.com](mailto:metofe@juguetesbiodegradables.com)> escribió:  
Hola Marcela,

Aquí te envío una presentación de nuestros productos y los precios de referencia al público en dólares americanos.

Agradecería me enviaras una cantidad aproximada de compra para poder mandarte precios de distribuidor acordes a ella.

Cuéntame por curiosidad, cómo nos conociste?

Quedo atenta a cualquier pregunta. Si me quieres contactar por whatsapp mi celular es el [+569 7447 0584](tel:+56974470584)

Pd. Perdón el retraso de mi respuesta, pero estaba de viaje, ahora la comunicación tendrá más fluidez.

Saludos

María Estela Tofé Lira

Cel. 7447 0584

[www.happyblocks.cl](http://www.happyblocks.cl)

[www.facebook.com/happyblocks](https://www.facebook.com/happyblocks)

El 15 de septiembre de 2014, 11:50, Maria Estela Tofé<[metofe@juguetesbiodegradables.com](mailto:metofe@juguetesbiodegradables.com)> escribió:  
Hola Marcela,

Por el volumen que tiene y el poco peso, creo que conviene más llevarlos en barco, aquí te envío una tabla con las medidas y pesos aproximados.

Cuéntame un poco más de tu idea para recomendarte cantidades, vas a venderle a tiendas? Ya tienes los clientes o vas a buscarlos? Eres tú sola o tienes vendedores?

Para que te hagas una idea acá normalmente cada tienda me compra un pack completo de cada presentación, es decir

30 de las de 100  
20 de las de 250  
12 de las de 500 y  
6 de las de 1.200

Quedo atenta a tus novedades,

Saludos

María Estela Tofé Lira  
Cel. 7447 0584  
[www.happyblocks.cl](http://www.happyblocks.cl)  
[www.facebook.com/happyblocks](https://www.facebook.com/happyblocks)

El 19 de septiembre de 2014, 14:15, Maria Estela Tofé<[metofe@juguetesbiodegradables.com](mailto:metofe@juguetesbiodegradables.com)> escribió:  
Hola Marcela

disculpa la tardanza pero en Chile son las fiestas patrias y estamos en feriado. acá te envío los precios en dólares y lostotales por 200 unidades.

caja de 100 a \$2,59 cada una. \$518 total (sería el mismo precio para los álbumes)  
caja de 250 a \$6,21 cada una. \$1.242 total  
caja de 500 a \$10,35 cada una. \$2.070 total  
caja de 1.200 a \$20,72 cada una. \$4.144 total

da un total de \$7.974 dólares

cualquier pregunta, por favor envíame un mail.

Saludos

María Estela

### Anexo numero 2: Cotizacion Transporte

**Envigado, 17 de Septiembre de 2014**

Buenos días Sra. Marcela.

De acuerdo a su solicitud a continuación presentamos cotización solicitada.

Descripción de la mercancía	Juguetes Infantiles
Piezas	5 pallets
Valor de la mercancía	USD 7.974
Metros Cúbicos	7.07 M3
Termino de Negociación	DDP

Transporte Interno Fabrica – Puerto	<b>USD 350.00</b>
Costos aduaneros de exportación	<b>USD 165.00</b>

Tarifa para carga General no peligrosa ni extradimensionada.

Trayecto	San Antonio – Buenaventura (Directo)
Flete Marítimo LCL USD 25 ton/M3	176.75
Elaboración BL USD	25.00
Desconsolidación USD 15 Ton/M3	106.05
Radicación BL	55.00
Uso de Instalaciones 3.75 Ton/M3	26.51
Liberación	15.00
Collect Fee 2% costos de Operación Min	20.00
CAF 2% Valor Fac Min	20.00
Seguro	58.00
Handling	150.00

**Transito estimado 10 días aproximados.**

<b>Costos en Destino</b>	
Nacionalización 0.4% del Vlr Fac Min	250.00 + IVA
Documentación	25.00
Gastos Varios	80.00

**Costo de Importación y Nacionalización USD 1.047.31**



**ALL IN CARGO S.A.S**

Juan Diego Aristizabal Velez  
Gerente Comercial  
Tel (574) 448 65 45  
Dir. Cra 43 No. 36 Sur 29 Of 303  
**Skype: juan.aristizabal27**  
[comercial2allin@une.net.co](mailto:comercial2allin@une.net.co)  
[www.allincargo.com](http://www.allincargo.com)  
Envigado, Colombia

### 3.11





---

# **IMPORTACION Y COMERCIALIZACION DE JUGUETES BIODEGRADABLES**

---

**GOOD TOYS S.A.S**  
COMERCIO INTERNACIONAL  
AGOSTO - 2014

**IMPORTACION Y  
COMERCIALIZACION DE JUGUETES  
BIODEGRADABLES**

**Good Toys S.A.S  
Departamento de Comercio Internacional  
Medellín, Agosto, 2014**



Escriba su Copyright

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

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



# **NOMBRE DEL PROYECTO**

## **Contenido - Plan de Negocio**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

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

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

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

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

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

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

- 4.7.4. Política de Precios
- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

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

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción
- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
  - 5.5.1. Locaciones
  - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
  - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
  - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
  - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

## **6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

- 6.1. Procesos Administrativos
  - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
  - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
  - 6.2.1. Organigrama
  - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
  - 6.3.1. Locaciones
  - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
  - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
  - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
  - 6.3.5. Requerimientos de personal
- 6.4. Programa de administración

## **7. ASPECTOS LEGALES**

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

## **8. ASPECTOS FINANCIEROS**

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
  - 8.1.1. Recursos Propios
  - 8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios
- 8.2. Ingresos y Egresos
  - 8.2.1. Ingresos
    - 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.
    - 8.2.1.2 Otros Ingresos
  - 8.2.2. Egresos
    - 8.2.2.1. Inversiones
    - 8.2.2.2. Costos
    - 8.2.2.3. Gastos

8.2.2.4.Gastos Financieros

8.3. Estados Financieros Proyectados

8.3.1. Flujo de Caja

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

8.3.3. Balance General

8.4. Evaluación financiera del proyecto

8.4.1. Valor Presente Neto

8.4.2. Tasa Interna de Retorno

8.4.3. Indicadores Financieros proyectados

8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda)

8.4.5. Análisis de sensibilidad (Variación del Precio)

**9. CONSIDERACIONES FINALES**

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**10. ANEXOS**

## RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto se presenta con el fin de dar a conocer una propuesta de negocio viable con respecto a la comercialización de juguetes biodegradables que decidimos importar desde Chile, este producto aun no se encuentra en nuestro país y el cual consideramos tiene algunas ventajas que pudimos deducir de la investigación realizada durante todo el semestre, si bien es un campo donde la competencia está saturada también es una oportunidad de comercializar algo diferente que a parte de ser novedoso es amigable con el medio ambiente. El producto inicialmente será comercializado en la ciudad de Bogotá y posteriormente abarcar más ciudades a nivel nacional y ampliar nuestro portafolio de productos puesto que vemos un gran potencial en la materia prima de la cual están hechos los juguetes y consideramos que podríamos utilizarla para producir otros artículos.

Para llevar a cabo como tal nuestra idea fue necesario enfocarnos en el público al cual va dirigido este producto por lo que incurrimos en una ardua investigación del comportamiento de el sector juguetero del país, aunque no fue fácil definir como tal la información exacta tuvimos las herramientas necesarias para considerar que podríamos participar en una demanda interesante para el proyecto, esta se trata de un porcentaje del 20% con respecto a las ventas efectuadas por una de las tiendas más prestigiosas del país la cual es Pepe Ganga empresa que fue nuestra base de partida para considerar que podríamos vender 4.000 unidades anuales del producto. A esta conclusión se llega verificando datos y encuestas realizadas por el DANE el cual nos arrojó una población objetiva muy interesante para lanzar nuestra tienda en la ciudad de Bogotá.

Para constituir nuestro proyecto creamos la empresa GOOD TOYS S.A la cual esta conformada por 2 socios la cual realizan un aporte de \$10.000.000 cada una, adicionalmente fue necesario tomar un crédito por valor de \$43.000.000 con la entidad financiera colpatria a un termino de 60 meses para poder respaldar las obligaciones y las operaciones que deben de efectuarse para emprender el proyecto.

Despues de analizar todos los costos e inversiones de las cuales requiere el proyecto verificamos que la utilidad que deja como tal la empresa aunque en porcentaje es positiva no llena las expectativas como tal de los socios inversionistas puesto que esta utilidad no es atractiva para emprender el proyecto ya que a cualquier variación que se pueda presentar en el mercado nos afectaría sustancialmente, verificando financieramente a la empresa esta muy al limite de cualquier eventualidad es decir si por alguna razón la demanda llega a bajar asi sea en un pequeño porcentaje la afectación en la utilidad seria grande.

Sin embargo podemos decir que estamos satisfechas del resultado, ya que creimos en el desde el principio y consideramos que dándole una restructuración al mismo se puede llevar a cabo puesto que apartir de los análisis que hicimos durante todo este semestre concluimos que podría ser exitoso.

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

Yurani Marcela Cano					
<b>Identificación:</b>	1128278537	<b>Teléfono:</b>	5210681	<b>Celular:</b>	3002882440
<b>Dirección:</b>	Carrera 46 A # 97 – 20		<b>Barrio:</b>	Aranjuez	
<b>Ciudad</b>	Medellín	<b>Correo electrónico:</b>	ymarcela.cano@gmail.com		
<b>Estudios:</b>	<b>Técnicos</b>	<b>Tecnológicos</b>	x	<b>Universitarios</b>	
<b>Otros Estudios:</b>					

Angela Maria Echavarria Hernandez					
<b>Identificación:</b>	1036620942	<b>Teléfono:</b>	3731750	<b>Celular:</b>	3004815226
<b>Dirección:</b>	Calle 63 # 61 – 13		<b>Barrio:</b>	Calatrava	
<b>Ciudad</b>	Itagüí	<b>Correo electrónico:</b>	angelita182008@hotmail.com		
<b>Estudios:</b>	<b>Técnicos</b>	<b>Tecnológicos</b>	x	<b>Universitarios</b>	
<b>Otros Estudios:</b>					

<b>Identificación:</b>		<b>Teléfono:</b>		<b>Celular:</b>	
<b>Dirección:</b>				<b>Barrio:</b>	
<b>Ciudad</b>		<b>Correo electrónico:</b>			
<b>Estudios:</b>	<b>Técnicos</b>	<b>Tecnológicos</b>		<b>Universitarios</b>	
<b>Otros Estudios:</b>					

- **PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS**

El plan de negocios surge con el proposito de desarrollar el proyecto de grado para aplicar los conocimientos adquiridos durante los semestres vistos en la Tecnologia de Comercio Internacional, el cual trata de un producto innovador para la importacion o exportacion y asi poder culminar el ciclo de la tecnologia, asi es como a raiz de la investigacion nos encontramos con juguetes Bio SPA, una empresa dedicada a la produccion, importacion y comercializacion de juguetes innovadores e inteligentes hechos a base de Almidon de maiz, lo cual nos llamo la atencion, ya que a parte de ser un producto creativo, llamativo para la vista, su labor es muy bonita, pues fomenta la creatividad en los niños, desarrolla su motricidad y conciencia por el medio ambiente, haciendo de este algo poco convencional, pues en Colombia se encuentra mucha variedad de juguetes pero no hay ninguno de este tipo ya que la tecnologia a desplazado en gran parte los juegos didacticos.

Despues, en el proceso de la elaboracion de la idea del plan de negocios, al ver que es un producto que puede ser apto para la importacion y comercializacion, se ha decidido emprender este proyecto con toda la seriedad y dedicacion que implica, pues no descartamos la idea de que sea un proyecto viable el cual se pueda desarrollar realmente en un mediano plazo y recibir una remuneracion economica o hacer de este proyecto una empresa real, adecuando este producto a las exigencias y necesidades del comprador.

- **INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

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

GOOD TOYS S.A.S

### **3.2 Descripción de la Empresa**

Es una empresa dedicada a importar y comercializar juguetes innovadores y amigables con el medio ambiente. Nuestro almacén de venta se encuentra ubicado en la ciudad de Bogotá.

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

#### **MISION**

Somos una empresa dedicada a importar y comercializar juguetes innovadores y amigables con el medio ambiente, que fomentan el desarrollo de la creatividad y la motricidad de forma entretenida en los niños, los cuales son nuestra razón de ser, con el aditivo de cultivar en ellos una conciencia temprana del cuidado para preservar el medio ambiente, ya que nuestra compañía GOOD TOYS S.A.S está altamente comprometida con la ecología.

#### **VISION**

Ser en el año 2019 la empresa líder y reconocida a nivel nacional en la importación y comercialización de juguetes, artículos y productos amigables con el medio ambiente que puedan



ser utilizados en las escuelas, el hogar y las empresas, apoyados por un equipo comprometido con los objetivos y valores de la empresa.

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

#### Objetivos a Corto Plazo

- Brindar un producto novedoso y llamativo para el público.
- Hacer campañas publicitarias que permitan el reconocimiento de la compañía
- Cambiar el concepto del término “juguete” ampliándolo a algo didáctico

#### Objetivos a Mediano Plazo

- Incursionar en nuevos productos utilizando la materia prima biodegradable
- Participar y visitar ferias internacionales
- Expandir las tiendas a los diferentes centros comerciales del país

#### Objetivos a Largo Plazo

- Expandir la empresa a nivel internacional
- Vender la franquicia a otros países interesados en tener las tiendas **GOOD TOYS**
- Ser los productores directos de los juguetes

### 3.5 Ventajas Competitivas

La empresa GOOD TOYS S.A.S es diferente a las demás comercializadoras de juguetes ya

que no solo brinda a su público objetivo un artículo novedoso sino que a su vez preserva el medio ambiente, esto con miras a crear también conciencia entre nuestros clientes.

La tecnología ha desplazado los juguetes didácticos disminuyendo cada vez la capacidad de aprendizaje, GOOD TOYS S.A.S conserva e incentiva el desarrollo y aprendizaje continuo en los niños de forma tradicional pero entretenida, lo cual es apreciado por los padres quienes juegan un papel muy importante, ya que son los compradores finales.

La compañía desarrollara su sitio web para que los padres e hijos puedan acceder, allí encontraran especificaciones y videos para el uso del material, la creación de figuras y diseños nuevos de forma constante y fácil para que los niños elaboren.

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

De acuerdo con las investigaciones desarrolladas, se ha evidenciado que durante años ha sido considerado de alta importancia que los niños aprendan mediante juegos, ya que es una forma sencilla, didáctica y divertida de adquirir conocimientos; sin embargo con el auge de los juegos electrónicos y la tecnología ha quedado de un lado este concepto, desplazando en gran parte los juegos tradicionales, pues hoy en día la mayoría de los niños prefieren estar sentados frente al computador jugando que tomar un juguete y simplemente divertirse con este, lo cual en parte disminuye su capacidad de aprendizaje e intelecto ya que al ser algo totalmente sistematizado y casi que automático, no crea a los niños la necesidad de esforzarse mentalmente o ser creativos, aumentado así la preocupación y quejas frecuentes de los padres ya que los videojuegos abarcan gran tiempo de los niños desconcentrándolos de lo académico y creando dependencia de estos, y peor aún se ven obligados a seguir “caprichos” y a adquirir algo que además es más costoso y se vuelve obsoleto con el tiempo por las nuevas tendencias tecnológicas.

Según lo anterior hay una necesidad latente de los padres que quieren que sus hijos jueguen pero lo más importante, y es que también estén en crecimiento constante de sus habilidades motrices, que aumente su intelecto y creatividad, esto es lo que precisamente pretende dar GOOD TOYS S.A.S que aunque nos son juegos electrónicos, si están elaborados para que sean divertidos e innovadores para los niños, pues estos tienen múltiples funciones que no permiten que sea algo monótono y conserva lo tradicional de los juegos que ayudan a su desarrollo.

### **3.7 Relación de productos y/o servicios**

Inicialmente **GOOD TOYS** se comercializa en tres presentaciones: Caja de 250 piezas, caja de 500 piezas y caja de 1200 piezas, donde se incluirán algunos accesorios como instrucciones de uso, plantillas recortables, ejemplos para la elaboración de figuras, entre otros y algunas figuras ya elaboradas.

### **3.8 Justificación del Negocio**

Los juguetes comercializados en GOOD TOYS S.A.S permiten el desarrollo motriz en los niños llevándolos a probar diferentes diseños para sus juguetes, además de esto buscamos concientizar tanto a padres e hijos de la importancia de cuidar el medio ambiente ya tan deteriorado por estos días. No hay nada igual en el mercado de la juguetería en Colombia por ello queremos ser la primera compañía que pueda implementar este esquema en el campo, y con los análisis que se han realizado y aunque hay mucha competencia en este mercado creemos firmemente que los juguetes biodegradables serán exitosos.

### **3.9 Análisis del entorno y del sector**

La industria juguetera debe de tener un enfoque basado en el conocimiento del mercado para que pueda avanzar, es decir que permita no solo concentrarse en el diseño del mismo si no también tener un gran aporte para la preservación del medio ambiente, dominando todo el proceso y el ciclo de vida del producto. Lo que hoy en día haría más consiente a esta parte del mercado de la importancia de contribuir a dicha preservación ya que lo que se puede observar actualmente es que hay una invasión de productos chinos que han abarcado casi todo el mercado nacional y que no son amigables con el medio ambiente. Gracias a esta invasión de productos asiáticos es un poco difícil la penetración al mercado de algo diferente pero eso es lo que pretendemos cambiar con este producto tan especial. Con respecto a la información que se conoce hoy en día del entorno se puede decir que la competencia es grande pero que no hay nada en el mercado que nos pueda igualar debido a las características de nuestro producto.

Aquí en este punto analizamos varios factores que afectan nuestra penetración en el mercado y que hemos considerado para tomar las mejores decisiones con respecto a la planeación y estrategias que se van a implementar para esto.

Unos de los más importantes es respecto al factor SOCIAL:

La empresa GOOD TOYS S.A.S evaluó los siguientes aspectos que podrían tener impacto en la oferta y demanda de nuestro producto. El primer aspecto es la ventaja de que Colombia sea un país capitalista, lo que hace que tenga cierta tendencia a las compras. Como segundo aspecto social encontramos que: la mayoría de los niños a lo largo de sus etapas tienen el deseo de tener juguetes, cambiando sus preferencias acorde a la edad en la que se encuentren, dándonos una visión positiva primero en ser un producto que se va a utilizar de manera masiva y segundo dándonos una herramienta que son las etapas para las cuales ofreceremos productos

que se acomoden a las necesidades y requerimientos de los niños, basados en sus intereses, habilidades motrices y de aprendizaje. Sin embargo evaluamos que en los “círculos sociales” desde muy temprana edad se empiezan a crear esas costumbres de acoplarse a dicha sociedad y esto implica estar dentro de lo que se considera “lo mejor” es decir se toman decisiones a partir del hecho del “que dirán” por ello siempre están pensando en tener juguetes mas tecnológicos, de la marca que este de moda en el momento, y eso que solo son a penas unos niños, algo en lo que totalmente intervienen los padres por estar sujetos a esa misma presión social, en esto tenemos una desventaja ya que nuestro producto es totalmente biodegradable y no es tecnológico. Pero esto no será un impedimento grande ya que precisamente lo que queremos hacer con este proyecto es cambiar ese pensamiento en los padres para que hagan más consientes a sus hijos, además del valor agregado de que pueden aprender jugando.

En el aspecto ECONOMICO hemos analizado los componentes de esta que nos pueden afectar directa e indirectamente una de ella la inflación que ha tenido el país durante el (2012, 2013 e índices que ha mostrado en el 2014) ya que esto podría afectar los precios de los productos, evidenciamos que la inflación que ha tenido el país como tendencia es un porcentaje relativamente bajo y estable siendo un factor muy favorable y dándonos un panorama muy positivo. También se analizó la tasa de cambio durante este año ya que va en constantes alzas y bajas y su promedio es de aproximadamente \$1800 lo cual nos favorece como empresa en el tema de la importación. Según información suministrada por la ANDI la demanda del país por consumo e inversión en un 10.8% algo muy favorecedor por que la tendencia indica que seguirá aumentando. Es importante también observar el comportamiento del desempleo en Colombia el cual a obtenido muy buenos resultados :

ANDI (2013) “Los buenos resultados de la economía, se han reflejado también en el mercado

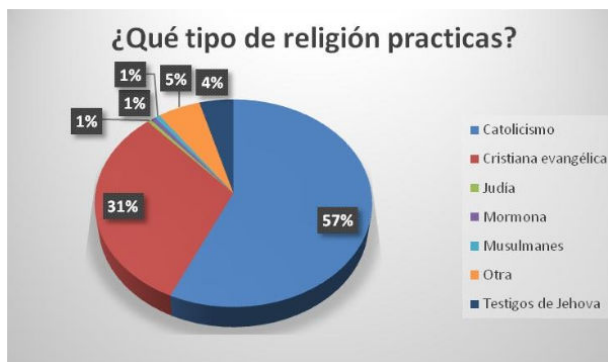
laboral. Por primera vez en muchos años, la tasa de desempleo fue inferior al 8%, debido fundamentalmente a la mayor tasa de ocupación que aumentó de 59,9% a 60,9%, alcanzando su nivel más alto desde 2001. También en materia de informalidad hemos avanzado, medido bien sea por ocupados en empresas con menos de 5 trabajadores o empleando el indicador de ocupados afiliados a la seguridad social.”

Este es un buen panorama para empezar a conformar nuestra empresa y para corroborar que si puede ser viable el proyecto con respecto a las condiciones económicas actuales en el país.

El otro factor a analizar es de la CULTURA colombiana aquí contamos con un entorno favorable para nuestro producto, ya que la tendencia de este mercado es hacer ventas en todas las épocas del año, siendo los niños los mayores impulsores que tenemos a favor para nuestros potenciales compradores. La navidad es una fecha cultural en la cual las ventas de juguetes tienden a subir de manera acelerada y masiva, siendo este un dato muy positivo para nuestra empresa; esto también nos ayuda a desarrollar planes estratégicos de como penetrar el mercado y estar listos para la demanda que pueda presentarse para estas fechas ya que el consumo masivo de juguetes abarcaría los meses de (octubre, noviembre y diciembre). Aquí en lo que debemos trabajar como ya se ha mencionado antes es en la concientización y en la creación de ese gusto por la preservación del medio ambiente ya que esa costumbre en el país no está muy arraigada ni se practica como en otros países. Otro tema que nos afecta en lo cultural es la religión, que en el país es bastante diversa y no en todas se les tiene permitido el uso de juguetes por lo que estaríamos perdiendo un mercado de compradores potenciales, encontramos un análisis reciente de esto indicado gráficamente así:

Universia (2014) “Según la encuesta, el catolicismo es la religión con más seguidores con un

57%, seguido de la cristiana evangélica con un 31%, la musulmana con un 4% y con el mismo porcentaje, 1%, se ubican la religión judía, mormona y musulmana. El 5% afirmó profesar una religión diferente a las anteriormente señaladas.”



**Grafico 1 (Universia Colombia 2014)**

Como se puede visualizar hay un gran porcentaje de compradores potenciales para la empresa que por su religión no tienen permitido la compra de juguetes, por ello para el mercado meta debemos basarnos también en estos estudios para tomar la mejor decisión con respecto a que en qué lugar del país empezaremos a comercializar el producto.

En el sector POLITICO hemos evidenciado que Colombia es un país muy flexible y asequible en cuanto al tema de entrada y salida de mercancías y que además se cuentan con acuerdos comerciales que nos permite tener algunos beneficios, las relaciones diplomáticas en el momento están bien con los demás países lo que nos favorece para la actividad que vamos a llevar a cabo. Por el momento no hay restricciones que nos afecten.

Con respecto al factor LEGAL debemos regirnos según las disposiciones que el ministerio de la protección social nos exige para poder comercializar los juguetes, una de ellas es la resolución 003388 DE 2008 en esta se informa que debemos de contar con todos los requisitos sanitarios que deben tener los juguetes en sus componentes, accesorios y demás, que se fabriquen, importen, exporten, almacenen y se comercialicen en el territorio nacional con el fin

de prevenir riesgos en la salud. En esta parte antes de empezar a importar debemos de tener la aprobación de las autoridades competentes para poder empezar el proyecto.

Por otro lado encontramos el TECNOLÓGICO este aspecto es algo que puede afectarnos de manera negativa ya que, la mayoría de juguetería que se encuentra en el mercado maneja una tecnología muy avanzada, es un juguete de nuevo milenio que refleja y tiene objetivos muy diferentes al nuestro; debido a que nosotros buscamos una interacción más por decirlo así “sana” entre el niño y su juguete cambiando el concepto que el consumismo nos ha planteado como sociedad en donde “ el carrito a control remoto “ “ la muñeca multifunciones” no permiten un aprendizaje y desarrollo de las habilidades motrices y analíticas del niño; es un aspecto que puede perjudicarnos fuerte ya que no se puede cambiar un concepto de la noche a la mañana y a futuro tal vez tengamos que implementar tecnología a nuestros juguetes para no ser obsoletos en el mercado.

También debemos que tener en cuenta que el concepto de “tecnología” ya es algo fugaz, cada vez son más los avances que se hacen frente a este tema haciendo que hoy algo sea muy ágil, novedoso y tecnológico pero mañana sea totalmente obsoleto. GOOD TOYS S.A.S desarrollara planes de acción que nos mantengan en constantes cambios y mejoras adaptándose a los requerimientos y giros que pueda dar el mercado en relación con la tecnología.

Y tenemos por ultimo en nuestro análisis el aspecto AMBIENTAL que en los últimos años se ha presentado una nueva conciencia en todo lo relacionado con la naturaleza, los recursos y el medio ambiente. Hay una lucha constante que se ha hecho muy evidente por la preservación y cuidado de este en todas las industrias, ya todos los campos buscan contribuir con la preservación del planeta. GOOD TOYS S.A.S utiliza este factor de manera muy positiva y estratégica para llegar a la preferencia de los clientes, ya que nuestro mayor factor innovador



es el material biodegradable amigable con el medio ambiente. Este es un entorno totalmente a nuestro favor pues nuestro mayor propósito es incentivar tanto a los niños como a los padres, creando conciencia temprana de cómo podemos ayudar a proteger nuestra naturaleza.

## **ANALISIS SECTOR JUGUETERIA**

GOOD TOYS S.A.S encontró en su investigación del sector que la juguetería genera 660000 millones de pesos anuales, los juguetes importados representan 88000 millones de pesos y han tenido un crecimiento del 40%. El sector juguetero se muestra como un gran generador de crecimiento económico, contando con una gran variedad de productos, con unas ventas anuales muy llamativas y grandes empresas competidoras. El sector ha proyectado un gran crecimiento constante en las ventas como también en los productos rotativos del mercado.

Contamos con varios grandes competidores en este sector de los cuales encontramos los siguientes datos estadísticos:

Portafolio.co (2011) “El principal importador de juguetes fue Mattel Colombia, con 13,5 millones de dólares, seguido por Milhem Continente, con 11 millones de dólares, Almacenes Éxito, con 4,9 millones de dólares y Almacenes Máximo, con 4,5 millones de dólares. La cadena chilena Falabella y la francesa Carrefour también se aprovisionaron de buenos inventarios de juguetes para la temporada y en los 7 primeros meses de 2011 adquirieron en el exterior mercancía de ese tipo por 4 y 3,7 millones de dólares, respectivamente.

Por ello, si se mira en conjunto, las grandes superficies, con 17 millones de dólares, fueron los mayores compradores de juguetes extranjeros. Paralelamente fue uno de los principales

canales de comercialización de esos artículos, pues importaron el 19,2 por ciento de los juguetes foráneos.

Posteriormente, en el séptimo puesto, se situó Hasbro - uno de los principales jugadores a nivel mundial del sector y que a comienzo del año entró a operar directamente en Colombia- con 3,2 millones de dólares y el 3,6 por ciento.

Las compras de muñecos para la Cajita Feliz, por parte de la franquicia de la multinacional McDonald's, a través de la firma Franchises System de Colombia, totalizaron 1,7 millones de dólares.

La compañía Ronda S.A. -que maneja tres líneas: juegos de mesa, rompecabezas y didácticos- y Máximo están previendo por su lado un buen remate de año para la venta de los artículos. Aunque la primera es una productora local, hizo compras externas de juguetes por 243.000 dólares.

La directora de Desarrollo de Nuevos Negocios de Ronda, Victoria Eugenia Casasbuenas, dijo que inician el proceso de fabricación en julio y en octubre realizan los primeros envíos a los almacenes, y así las vitrinas tienen buena oferta. Mientras que Pepe Ganga está proyectando un crecimiento anual del 15 por ciento anual en las ventas de juguetes, del cual la temporada navideña representa el 7 %”

El sector juguetero cuenta con muchas empresas para abastecer las necesidades de los clientes, una gran variedad de productos provenientes de las anteriores empresas son los preferidos por los niños. Este panorama nos sitúa en que no será fácil penetrar este sector, pero también la investigación de nuestros competidores nos arrojó la mayor ventaja que tenemos como empresa “material biodegradable y un producto completamente diferente.

Con respecto a las barreras y salidas del sector encontramos que no es muy difícil entrar las

mercancías importadas al país además de que ha habido un gran incremento en los juguetes importados, pero también se presenta el tema de la protección nacional, ya que el gobierno ha llevado a cabo varios proyectos para duplicar la producción de juguetes nacionales y competir con la oferta de productos importados, GOOD TOYS S.A.S analizo esto hecho de forma tal que, el país al ver el beneficio que ofrece nuestro material Master-Bio al proteger el medio ambiente sea acogido de manera masiva y no sea visto como una amenaza a la producción nacional sino como un punto a favor que puede cambiar nuestra industria.

La época navideña mueve más de 250000 millones de pesos, encontramos que en esta época se venden más de la mitad de todo lo que se vende en el año, punto que nos favorece enormemente como empresa pero que también nos prevé de la preparación que debemos tener para esas fechas; el día del niño también es una fecha que mueve mucho este sector y disparan las ventas.

Por ellos determinamos lo siguiente:

El sector juguetero tiene una expectativa y panorama muy bueno, contamos con grandes compañías competidoras y dominantes del mercado pero también confirmamos nuestro valor agregado “ el material biodegradable” ya que todas estas compañías manejan el plástico y otros materiales muy contaminantes para el medio ambiente, con respecto a la publicidad que se realiza en el sector juguetero encontramos que se hace de una forma medianamente masiva y decidimos optimizar nuestras propagandas y proyecto de protección al medio ambiente.

### **3.10 Conocimientos para entrar al Negocio**

Mediante las investigaciones que se efectuaron para realizar este proyecto identificamos que

debemos de tener conocimientos acerca del entorno, el sector y el cliente al cual va dirigido este producto, la fuerza de ventas, la contratación de personal, las certificaciones y requisitos para poder constituir la empresa, las adecuaciones que se deben de realizar en el local donde se va a comercializar el producto, es importante conocer el comportamiento de la competencia para la toma de decisiones con respecto a las estrategias que se van a implementar, y adicional a ello para fijar los precios teniendo en cuenta los costos el margen de utilidad y rentabilidad que se desea para el negocio partiendo de un estudio del mercado y de la oferta y la demanda con la que cuenta el producto. Es indispensable analizar muy bien cada aspecto ya que de este depende el éxito del negocio o de evitar una mala inversión.

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

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

###### **Objetivos a Corto Plazo**

- Implementar estrategias publicitarias en los diferentes medios de comunicación con el fin de dar a conocer la marca.
- Brindar al cliente una infraestructura adecuada de nuestros almacenes, para así hacer de este un espacio atractivo e innovador.
- Crear un ambiente innovador y llamativo en la tienda.

###### **Objetivos a Mediano Plazo**

- Añadir a nuestro portafolio otros artículos novedosos aprovechando la materia prima de la cual están hechos los juguetes.

- Ingresar a otras zonas del país las cuales son potenciales para la venta del producto, expandiéndonos a nivel nacional.

### **Objetivos a Largo Plazo**

- Obtener contratos a nivel internacional para la expansión y crecimiento de la empresa.
- Ubicar nuestras tiendas en los principales centros comerciales del país.
- Ser marca líder en el sector juguetero.

## **4.2 Descripción del Portafolio**

GOOD TOYS es un juguete biodegradable, ecológico 100% de eco - construcción con un amplio estilo y diseño, está hecho a base de almidón de maíz, el cual no es toxico ya que su color se obtiene de los mismos colorantes utilizados para productos alimenticios, por lo que se maneja una amplia paleta de colores en las piezas de los juguetes.

Las piezas están elaboradas con un material inteligente que potencia la creatividad y concentración de los niños, además estimula la motricidad y refuerza el concepto de ecología. Sus piezas se pegan entre si tan solo usando agua, conformando figuras en 2 y 3 dimensiones, lo cual lo hace muy versátil ya que el consumidor puede elegir el diseño que prefiera. Este material no solo interactúa entre si, también puede ser utilizado para pegarlo en papel, cartón, vidrio o cualquier superficie porosa, además es más firme que la plastilina permitiendo que las figuras no se despeguen.

GOOD TOYS puede reutilizarse una vez ya se haya efectuado el diseño del juguete, es decir se le puede dar una forma diferente lo que lo hace aun mas novedoso. Por sus componentes este se mantendrá en la forma que el cliente así lo desee, siempre y cuando no se exponga a la humedad.

El juguete es apto desde los 3 años de edad, de allí en todas las edades ayudara a desarrollar la creatividad y la motricidad, a continuación se demuestra cómo funciona.



Imagen 1 (Happy Blocks; 2014)

Estos son algunos diseños que se pueden elaborar con las piezas:



Imagen 2 (Happy Blocks; 2014)

El producto GOOD TOYS viene en 4 presentaciones:



**Imagen 3 (Happy Blocks; 2014)**

CAJA DE 100 PIEZAS:

Esta Incluye:

- 100 Good Toys
- 1 Esponja
- 1 Cuchillo
- Tríptico de Instrucciones

CAJA DE 250 PIEZAS:

Esta Incluye:

- 250 Good Toys
- 6 Plantillas recortables incluidas en la caja para rellenar
- Instrucciones de Uso
- Ejemplos

CAJA DE 500 PIEZAS

Esta Incluye:

- 500 Good Toys
- 1 Cuchillo de punta redonda (apto para el uso de los niños)
- 1 Esponja
- 6 Figuras recortables incluidas en la caja para rellenar
- Instrucciones de Uso
- Ejemplos

CAJA DE 1200 PIEZAS

Esta Incluye:

- 1.200 Good Toys
- 2 Cuchillos de punta redonda (apto para el uso de los niños)
- 1 Esponja
- 1 álbum con laminas para rellenar
- 6 Figuras recortables para rellenar
- Instrucciones de Uso
- Ejemplos

La ventaja de este producto es que no solo puede utilizarse como un juguete si no que también puede usarse como implemento para realizar maquetas o algunas actividades escolares, incluso para decorar diferentes espacios esto lo hace un producto versátil e innovador. Como



servicio post-venta, a través de la página web se montaran videos como guía para la elaboración de las figuras; también se realizaran talleres mensuales en un stand dentro del centro comercial para que los niños aprendan hacer diferentes figuras.

Para la importación, este producto puede ser transportado en cualquier medio de transporte ya que no es una mercancía considerada peligrosa ni perecedera, pero preferiblemente ir palletizada por su tipo de empaque, las cajas tienen las siguientes medidas según la referencia:

**Tabla 1, Elaboración Propia**

Producto	Piezas	Peso aproximado unidad	Tamaño	cajas contenedoras (packaging para tiendas)	Peso aproximado caja contenedora	Tamaño
Caja 100 piezas	100	60 gr.	10x6x17	30 unidades	2,0 kl	31x31x40
Caja 250 piezas	250	148 gr.	15x10,5x20	20 unidades	3,510 kl	41x41x51
Caja 500 piezas	500	235 gr.	20x14x30	12 unidades	3,40 kl	41x41x51
Caja 1.200 piezas	1200	465 gr.	30x14x40	6 unidades	3,50 kl	41x41x51

## 4.3 MERCADO META

### 4.3.1 El Mercado Meta

Para la selección del mercado meta se llevó a cabo el análisis de distintas variables que afectan directamente la adquisición de los juguetes, también de las diferentes ciudades de Colombia, de esta manera se ha decidido ingresar con este nuevo producto en la ciudad de Bogotá D.C, que aunque es una de las ciudades con mayor competencia en nuestro campo, también es una de las que posee mayor población infantil y una muy buena cifra de tasa de empleo del 65.5% con un buen número de hogares constituidos. Según el último censo la población de Bogotá es

de 7.881.156 dentro de los cuales hay un alentador número de población infantil. Nuestro mercado es para aquellos padres que desean que sus hijos aprendan jugando y para aquellos niños que desean algo novedoso y diferente a todo lo demás.

#### **4.3.2 Estudio del Mercado Consumidor**

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

###### **Objetivos a Corto Plazo**

- Conocer las preferencias de los clientes potenciales con respecto a la compra de juguetes.
- Establecer por medio de la información recopilada nuestro campo de acción para la penetración del producto

###### **Objetivos a Mediano Plazo**

- Determinar en que sectores del país podemos ingresar nuestras tiendas
- Generar conciencia para la preservación del medio ambiente.

###### **Objetivos a Largo Plazo**

- Generar recordación de marca
- Abarcar gran parte del sector juguetero del país.

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

Esta investigación se haría a través de los datos encontrados en la información del DANE que

es el mayor proveedor de datos estadísticos en el país, también a través de encuestas que nos permitan identificar la aceptación que tendría el producto para los consumidores, si les es agradable y si lo comprarían, también para recopilar ideas a través de las opiniones del público ya que lo que la empresa desea no es solo incursionar en los juguetes si no también en otros productos utilizando la misma materia prima.

### **c) Aplicación de los Medios**

La encuesta se realiza en un principio a niños en colegios cercanos a nuestras residencias, en la ciudad de Medellín, aunque el producto estará inicialmente en Bogotá tomamos como referencia la opinión de los niños en esta ciudad. Se realizaron 100 encuestas entre los sectores de Itagüí, Aranjuez y Robledo.

Primera encuesta realizada:



**NOMBRE:** SAMUEL CARDENAS

**EDAD:** 6 AÑOS

1. Te gusta armar juguetes? Si  No
2. Aprendes armándolos? Si  No   
Porque|descubro como hacerlo y como hacer cosas nuevas.
3. Sabe que es un juguete Biodegradable? Si  No
4. Cual el tipo de juguete que mas le gusta? Tecnológico   
Electrónico  Educativos  Otros \_\_\_\_\_  
Porque solo debe de manejarlo por medio de una tecla.
5. Compraría GOOD TOYS? Si  No   
Porque me gusta armar cosas

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

##### **Población Consumidora**

Para nuestro producto el consumidor final será la población infantil a través de nuestra venta directa en la tienda ubicada en un centro comercial inicialmente en la ciudad de Bogota D..C.

##### **Criterios de Compra:**

Los criterios como precio se fijara después de verificar las variables implicadas pero será

acorde a la información recopilada y al público que deseamos atender al igual que la temporada, aunque bien los juguetes tienen mayor demanda en la temporada navideña Good Toys, por ser un juguete totalmente diferente puede ser adquirido en diferentes momentos del año (Temporada navideña, escolar, etc); en cuanto a la forma de pago según el historial de compras de juguetes por lo general el pago es de contado así que apunta a que esta sea la primera opción, entre otras está la posibilidad de diseñar bonos, tarjetas de crédito de la marca para brindar más facilidades ya que es un medio que se está utilizando bastante en la actualidad. La investigación a través de las encuestas nos indica que hay un desconocimiento altamente elevado de lo que es un producto biodegradable por lo que esto nos indica el grado de estrategias a utilizar para crear conciencia de una manera atractiva.

### **Perfil del Consumidor**

En cuanto a la descripción específica de nuestro consumidor estos serán niños (hombres y mujeres) entre los 3 años en adelante, estudiantes que les guste desarrollar sus conocimientos a través de juguetes didácticos como este y que desean ayudar a conservar el medio ambiente. Usualmente deben estar en familias cuyos padres también tengan esta conciencia para llegar más fácilmente a este consumidor final.

### **La Ubicaciones de los consumidores:**

Inicialmente se atenderá la ciudad de Bogotá ya que es la ciudad que más potencial tiene para la adquisición de los juguetes según los análisis realizados, de esto parte de que el almacén estará ubicado en un centro comercial al occidente de esta ciudad.

### **Determinación de la Demanda**

El segmento se establece a través de las cifras recopiladas por medio del DANE en el censo realizado en el 2005 que nos da un indicio de cual seria nuestra demanda en el mercado meta, para esto se tuvieron en cuenta las siguientes variables:

**Tabla 2, Elaboración Propia**

POBLACION BOGOTA D.C.	7.881.156
HOGARES EN BOGOTA D.C.	1.931.372
POBLACION ENTRE 3 A 24 AÑOS = 69.1%	1.334.578
NIÑOS ENTRE 3 A 19 AÑOS = 20%	200.187

En esta primera tabla observamos un mercado potencial de 200.187 niños a los cuales les estaríamos dirigiendo nuestro producto y esta información se estableció así:

La población de Bogotá D.C al último censo efectuado por el DANE en el 2005 es de 7.881.156

Los hogares en Bogotá son 1.931.372 indicado en la siguiente tabla:

**Tabla 3, (DANE 2005)**

<b>Viviendas, Hogares y Personas</b>				
<b>Área</b>	<b>Viviendas Censo</b>	<b>Hogares General</b>	<b>Personas 2005</b>	<b>Proyección Población 2010</b>
Cabecera	1.758.344	1.927.390	6.763.325	7.347.795
Resto	4.341	3.982	15.366	15.987
<b>Total</b>	<b>1.762.685</b>	<b>1.931.372</b>	<b>6.778.691</b>	<b>7.363.782</b>

La población infantil se tomo a través de el porcentaje de población entre los 3 a 24 años que

asisten a establecimientos de educación formal (ya que no se encontró una cifra específica de la población infantil en Bogotá)

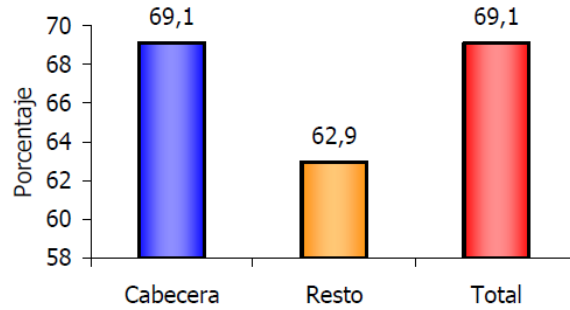


Grafico 2 (DANE 2005)

Y nuestro mercado meta que estaría entre los 3 a 14 años de edad sería de un 15% aproximadamente, tomando como base la siguiente gráfica

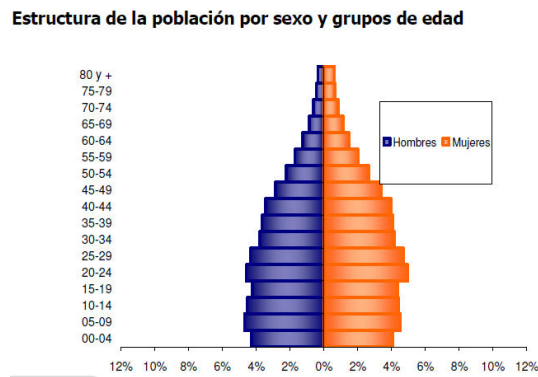


Grafico 3 (DANE 2005)

Ya en este punto validamos nuestros competidores y cuál es su participación en el mercado. Tomamos como referencia la gran cadena de juguetería Pepe Ganga quien vendió el año pasado 20.000 unidades de juguetes básicos es decir que no son tecnológicos y se encuentran

en el mismo rango que el nuestro en diferentes marcas (no están específicas)



Consideramos que podríamos participar en un 38% de esa cifra con nuestro nuevo producto por su diferencia con las demás es decir que nuestra demanda sería de 7.600 unidades anuales promediando lo anteriormente planteado.

#### 4.4 El Mercado Proveedor







##### 4.4.1 Proveedores





Para el buen desarrollo de las actividades comerciales de GOOD TOYS S.A se hace necesaria la adquisición de los siguientes bienes inmuebles y enseres:

**Tabla 4, Elaboración Propia con los datos indicados**

Insumo	Valor	Imagen	Lugar de la Cotización
LOCAL MENSUAL	\$2.000.000 380.000 + de administración		ZonaProp.com <a href="http://aviso.zonaprop.com.co/locales-comerciales-otro-salitre-modelia-occidente-bogota-dc-2350216">http://aviso.zonaprop.com.co/locales-comerciales-otro-salitre-modelia-occidente-bogota-dc-2350216</a>
PUFF 6	\$185.900		<a href="http://www.tugo.co/index.php?option=com_virtuemart&amp;page=shop.product_details&amp;flypage=flypagproduct.tpl&amp;product_id=7661&amp;category_id8&amp;categoria=">http://www.tugo.co/index.php?option=com_virtuemart&amp;page=shop.product_details&amp;flypage=flypagproduct.tpl&amp;product_id=7661&amp;category_id8&amp;categoria=</a>



TELEFONO 1	\$129.900		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/233772/Telefono-inalambrico-2-auriculares-con-identificador-y-contestador?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/233772/Telefono-inalambrico-2-auriculares-con-identificador-y-contestador?color=&amp;passedNavAction=push</a>
PC 1	\$1.349.900		<a href="http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2142325/All-in-One-21,5%22-Pantalla-Touch-500GB--C460-Blanco?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2142325/All-in-One-21,5%22-Pantalla-Touch-500GB--C460-Blanco?color=&amp;passedNavAction=push</a>
IMPRESORA 1	\$99.900		<a href="http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2027756/Multifuncional-Deskjet-DV1515?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2027756/Multifuncional-Deskjet-DV1515?color=&amp;passedNavAction=push</a>
ESCRITORIO 1	\$279.900		<a href="http://www.loencontraste.com/escritorios/moduar-t-escritorio-pretta-wengueverde-02020003000027">http://www.loencontraste.com/escritorios/moduar-t-escritorio-pretta-wengueverde-02020003000027</a>
SILLA 1	\$ 229.900		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/221946/Silla-escritorio-gerente-negra?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/221946/Silla-escritorio-gerente-negra?color=&amp;passedNavAction=push</a>
ESTANTERIA A 4	\$580.000 C/U		<a href="http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-411970909-estanteria-o-biblioteca-muebles-ninos-_JM">http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-411970909-estanteria-o-biblioteca-muebles-ninos-_JM</a>

PAPELERA 1	\$27.900 C/U		<a href="http://tienda.easy.com.co/p/basurera-5l-paz">http://tienda.easy.com.co/p/basurera-5l-paz</a>
REPISA FLOTANTE 4	\$79.000c/u		<a href="http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-412267277-repisa-o-estanteria-flotante-en-madera-lacada-ref-diamante-_JM">http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-412267277-repisa-o-estanteria-flotante-en-madera-lacada-ref-diamante-_JM</a>
PAPELERIA	\$280.000		<a href="http://www.marion.com.co/Catalogo/Site/Step2.aspx">http://www.marion.com.co/Catalogo/Site/Step2.aspx</a>
IMPLEMENTOS ASEO	\$80.000		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat80044/Limpieza-banos-y-cocina">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat80044/Limpieza-banos-y-cocina</a>

#### 4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

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

Para la comercialización de GOOD TOYS se cuenta con un proveedor, Bio Spa quien es la única empresa dedicada a la producción, desarrollo de productos, importación y comercialización de los juguetes innovadores que deseamos ingresar al país; la empresa se encuentra ubicada en Del Inca 5781, Las Condes Santiago, Región Metropolitana Chile y realiza ventas al por mayor, lo cual nos representa una ventaja en costos de importación por estar ubicados en el mismo continente, sin embargo al ser el único proveedor es una barrera puesto que dependemos solo de ellos para la importación de los juguetes, a través de la página

web es evidente que es una compañía por los menos reconocida en Chile puesto que se puede notar a la gran cantidad de establecimientos a los que les provee juguetes, a la fecha no se conoce el tiempo de entrega pero hay diferentes sitios web donde se pueden adquirir los juguetes y el tiempos de entrega varía entre 30 y 45 días a partir de la solicitud del pedido, esto nos da una noción del tiempo en que se recibirían, también se pueden ver los precios de venta al público lo cual nos da una referencia para el valor de venta en nuestra compañía, a continuación se relaciona el valor del producto según la cotización enviada por la empresa proveedora:

**Tabla 5, Elaboración Propia. Fuente Happy Blocks (2014)**

PRESENTACION	IMAGEN	VALOR	VALOR \$
Bloques de 100 piezas		\$ 2.59	\$ 4.662
Bloques de 250 piezas		\$ 6.21	\$ 11.178
Bloques de 500 Piezas		\$ 10.35	\$ 18.630
Bloques de 1200 piezas		\$ 20.72	\$ 37.296

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

En vista de que al inicio no se obtuvo información por parte del proveedor directamente, la mayor fuente fue la internet, pues al ingresar al sitio web de la empresa proveedora, se encuentran varios link que llevan a diferentes establecimientos que ya comercializan estos juguetes en Chile y venden a través de la página web todos con valores muy similares, así que esto nos dando una idea de los costos del producto, posteriormente respondieron a través del correo, medio por el cual se recibió mayor información de los productos y más exacta, permitiendo así aclarar las respectivas dudas, y nos indicaron el valor exacto de distribución al público en Chile que nos ayudó para tener un costo base para la venta en GOOD TOYS y el valor para la compañía por ser una compra al por mayor.

**c) Aplicación de la Medios**

En vista de que Bio Spa es el único productor, comercializador y distribuidor directo de los juguetes, es la única compañía de la cual registra inmediatamente información ingresando varios criterios de búsqueda a través de internet, como clientes donde se encuentran almacenes, librerías, guarderías, bazares muy reconocidos de Chile de quienes también se encuentra información completa; otro de los aspectos que genero credibilidad es la información de las actividades, ferias, eventos a los que asisten para la promoción y venta de los juguetes, lo cual habla de una empresa real que existe; sin embargo para tener mayor confianza y credibilidad nos comunicamos a los teléfonos de contacto y la respuesta fue positiva, también recibimos un comunicado al correo electrónico, y en las redes sociales se nota la acogida de quienes adquieren estos juegos por parte de dicha compañía, lo que consideramos son datos relevantes para la calificación y seguridad respecto a este proveedor.

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

Como se ha mencionado anteriormente se cuenta con un único proveedor del cual se relacionan su datos:

**Tabla 6, Elaboración Propia.**

<b>Nombre:</b> Bio Spa		
<b>Dirección:</b> Del Inca 5781, Las Condes Santiago, Región Metropolitana Chile		
<b>Contacto:</b> María Estela		
<b>Teléfono:</b> +562 2220 9420 +569-74470584		
<b>Correo:</b> info@juguetesbio.com		
<b>Debilidades:</b> Respuesta inoportuna respecto a las cotizaciones, difícil contacto		
<b>Fortalezas:</b> Cercanía, Confiabilidad, Es proveedor directo sin intermediarios		
<b>Productos</b>	<b>Precio</b>	<b>Forma de Pago</b>
Bloque de construcción de 100 piezas	\$ 4.662	60 Días
Bloque de construcción de 250 piezas	\$ 11.178	60 Días
Bloque de construcción de 500 piezas	\$ 18.630	60 Días
Bloque de construcción de 1200 piezas	\$ 37.296	60 Días

## 4.5 MERCADO COMPETIDOR

### 4.5.1 Competidores:

Pepe Ganga:

Cuenta con 19 sedes en la ciudad de Bogotá incluidos outlets, la mayoría de estos ubicados en los principales centros comerciales de la ciudad. Su sede principal en Bogotá está ubicada en el

centro comercial hoyuelos y el contacto de nuestro competidor en Bogotá es (57) (1)4865050, [encontacto@pepeganga.net](mailto:encontacto@pepeganga.net).

Dima juguetes:

Está ubicado en la ciudad de Bogotá, +57 (1) 634 8488 Calle 106 # 54 - 68 | Bogotá, Colombia. Esta empresa es una de las mayores distribuidoras e importadoras de juguetería además de importar juguetería diferente a las de las dos grandes multinacionales del ramo y atiende tres segmentos de mercado: Institucional, Mayoristas & Distribuidores de todo el país.

Almacenes Falabella:

Está ubicado en la ciudad de Bogotá Dirección: Calle 99 No. 11 A - 32, Bogotá-Colombia. Teléfono: Bogotá 5878002, [servicioalcliente@falabella.com.co](mailto:servicioalcliente@falabella.com.co). Falabella se ha constituido como una gran empresa importadora de una gran variedad de productos entre esos una gran gama de juguetería.

#### **4.5.2 Estudio del Mercado Competidor**

##### **a) Variables estudiadas del mercado competidor**

Principalmente las variables que GOOD TOYS S.AS deseo investigar acerca de sus competidores fueron: productos, promedio de precios, atención al cliente, facilidad y acceso a los productos, formas de compra, canales de distribución, sedes, formas de pago, fuerza de ventas, además de buscar si estas empresas competidoras podrían tener un producto sustituto actualmente en el mercado.

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

Utilizamos como medio principal la información que se encuentra en internet acerca de estas

empresas, analizando su historia, su forma de llegar al público, por medio de sus tiendas virtuales las cuales nos fueron de gran utilidad a la hora de analizar los precios que manejan actualmente y su catálogo de productos.

### **c) Aplicación de los medios**

El medio fue aplicado a lo largo del transcurso de la semana en el equipo de trabajo la mayor parte en la universidad e individualmente cada una en sus casas. Se realizó la búsqueda de las páginas oficiales de la competencia y se desglosó cada uno de sus ítems que nos fueran de utilidad para despejar las variables planteadas.

### **d) Resultados del estudio de la competencia:**

#### **Almacenes Pepe Ganga:**

Pepe Ganga lleva más de 70 años en el mercado, en 1971 abrieron su primera tienda, fueron creciendo y abrieron una tienda con la línea baby ganga en el año 1997 y en 1999 debido a su gran acogimiento del público formaron pepe ganga. En el año 2012 implementaron las tiendas virtuales con el servicio domiciliario; pepe ganga no solo es una gran importadora de juguetería sino que también brinda muchos otros productos de hogar y belleza, su portafolio maneja una amplia gama de marcas y precios.

Los precios y productos:

En su portafolio tiene bloques, juguetes infantiles, juguetes de niño de niña, juegos al aire libre, videojuegos entre otros. Los precios de pepe ganga oscilan alrededor de 50000 y 150000 siendo esto una base promedio ya que hay otros de más alta gama a mayores precios.

Fuerza de venta y publicidad:

Pepe ganga cuenta con una gran fuerza de ventas, su publicidad es de un gran alcance en los medios, además de contar con una gran tienda virtual que muestra todos sus productos, tiene una página web con un excelente diseño y de agrado para los clientes. Es una empresa que abarca la necesidad del público, presta un servicio eficiente y constante.

Tiempos de entrega y formas de pago:

Pepe ganga maneja los siguientes tiempos de entrega, en Bogotá y alrededores 3 días hábiles, en las ciudades de Cali, Medellín, Ibagué, Tunja, Manizales, Bucaramanga, Neiva y Armenia 5 días hábiles , en otras ciudades a nivel nacional 7 días hábiles y poblaciones lejanas 10 días hábiles; las tarifas de envío son las siguientes:

**Tabla 7, Elaboración Propia. Fuente Pepe Ganga**

TARIFA	COMPRAS DE PRODUCTOS	
RANGO	DESTINO	VALOR ENVIO
1	Bogota	\$ 13.000
2	Cali, Medellin, Pereira, B/manga, Ibague, Tunja, Neiva	\$ 20.000
3	B/quilla, Cartagena, Cucuta	\$ 35.000
4	Popayan, Pasto, Santa Marta	\$ 40.000

Las formas de pago que ofrece almacén pepe ganga es con tarjetas débito o crédito si la compra es online y no reciben tarjetas internacionales.

Garantías: pepe ganga ofrece el servicio de garantías en cualquier punto oficial mostrando la factura y llevando el producto.

**Dima juguetes:**



Nació en el año de 1974 como distribuidora de juguetería y productos de hogar, durante sus primeros años se concentró en los mercados del centro del país y principales ciudades. En 1991 con la apertura económica del país se consolidó como distribuidora actualmente Dima juguetes no solo es comercializador sino que también es institucional, mayorista y distribuidor. Esta es una empresa la cual basa su portafolio solo en productos de juguetería, importa más de mil marcas y además de esto tiene una estrategia comercial basada en contratos con empresas que dan regalos a los hijos de sus trabajadores, esto lo hace una competencia más fuerte y directa. Esa empresa representa más de 50 fábricas de Asia en Colombia y manejan un 80% de exclusividad en sus productos

Los precios y los productos: su portafolio se divide en juguetes para bebés, preescolar, niñas, niños y jóvenes con una muy alta variedad de juguetería, marcas, diseños, colores, funcionalidades nos deja ver sus precios y no cuenta con tienda online punto que nos favorece muy positivamente ya que aunque cuenta con gran número de sedes y bodegas no ha implementado las tiendas online que dan más accesibilidad y facilidad a los clientes.

Fuerza de venta y publicidad: Dima juguetes tiene su fuerza de ventas y publicidad en la venta directa en sus almacenes y bodegas, también cuenta con un portafolio virtual que ofrece el conocer de manera detallada cuales son los productos que ofrece. También brinda la asesoría de aspectos a tener en cuenta a la hora de comprar un juguete los cuales son: corporal, socio afectivo, cognitivo y estético en su página web los detalla paso a paso dando una idea a los padres de cómo se debe escoger el juguete correcto lo que nos parece una muy buena forma de llegar al cliente. Esta empresa no cuenta actualmente con ningún juguete sustituto al nuestro.

Tiempos de entrega y formas de pago: ya que Dima juguetes no tiene tiendas online las

ventas son directamente en el punto de venta haciendo que el tiempo de entrega sea inmediato, los medios de pago son efectivo, tarjeta débito o crédito.

Garantías: Dima juguetes no expresa nada acerca de sus garantías pero uno de sus valores institucionales es la honestidad y su prioridad el servicio al cliente.

### **Almacenes Falabella:**

Esta empresa tuvo sus inicios en el año de 1889 por Salvatore Falabella quien inicio la primera sede de sastrería en Chile luego con la ayuda y vinculación de Alberto Solari amplio sus productos e intensifico su impacto. En la década de los 60 Falabella implemento la tarjeta CMR Falabella para facilitar la forma de pago de sus clientes cuenta con 5,5 millones de tarjetas Falabella en Latinoamérica. En el año 2003 se fusiona con Sodimac s.a.s creando una más amplia gama de almacenes e implementando nuevos servicios como los viajes y seguros Falabella.

Los precios y los productos: su portafolio se define en las siguientes categorías; juguetes para niño, para niña, juegos de mesa, juegos para exteriores y juegos eléctricos para montar además de consolas y videojuegos. Sus precios son muy favorables los juguetes para niños y niñas oscilan entre 30000 a 100000 manejando una gran variedad de marcas. También manejan una tabla categórica de precios basados en la marca y la gama del juguete así:

#### Precio

- e) \$20.000 - \$50.000 (6)
- f) \$50.000 - \$100.000 (4)
- g) \$100.000 - \$200.000 (2)

- h) \$200.000 - \$300.000 (1)
- i) \$300.000 - \$500.000 (2)
- j) \$500.000 - \$1.000.000 (3)
- k) \$1.000.000 - \$2.000.000 (1)

#### Marca

- l) Disney (1)
- m) Exxel (3)
- n) Intex (6)
- o) Little Tikes (4)
- p) Play Wow (1)
- q) Reditoys (2)
- r) Sportsall (2)

#### **Fuerza de venta y publicidad:**

Falabella cuenta con una excelente publicidad, televisiva, en puntos de ventas, tienda online además de unas excelentes estrategias de venta como lo son los madrugones Falabella, los excelentes descuentos, la organización y presentación de sus almacenes además de una muy ingeniosa propaganda mostrada en los comerciales llamando cada vez más la atención de compradores nuevos. Esta compañía maneja estrategias de mercadeo y atracción del cliente muy eficiente e innovadora.

Tiempos de entrega y formas de pago de Falabella :

Tabla 8, (Falabella 2014)

Tamaño	Descripción	Ejemplo
Pequeño	Embalaje menor a 40 x 40 x 40 cm	Perfumes, microondas, iPod, Tablets
Grande	Embalaje es igual o mayor a 40 x 40 x 40 cm	Refrigeradores, cocinas, LCD 40"
Supergrande	Aplica para ciertas categorías de mayor tamaño	Camas de todas los tamaños, juegos de comedor, juegos de living

La siguiente tabla aparece en la página web de la tienda online de Falabella, en la cual se basan para la cotización del envío, además expresan que el tiempo de entrega depende del lugar donde se encuentre ubicado el comprador. Las formas de pago abarcan todas las tarjetas incluidas las internacionales y por supuesto su mayor forma de pago que es la CMR Falabella.

Garantías: Falabella ofrece una garantía de cambio de 10 días hábiles y por daños o defectos la garantía estipulada a la hora de la compra y es necesaria la presentación de la factura a la hora del reclamo.

En resumen nuestro estado de resultados de los competidores arrojó datos muy importantes para GOOD TOYS SAS en cuanto a precios, garantías servicios y estrategias que podemos implementar para tener una penetración en el mercado objetivo y alcanzar la posible demanda calculada anteriormente.

## 4.6 MERCADO DISTRIBUIDOR

### 4.6.1 Distribución

GOOD TOYS SAS no tendrá distribuidores sino que tendrá una venta directa en el almacén.

**4.6.2** La distribución a través de terceros no aplica ya que será venta directa como se

menciona en el punto anterior.

#### 4.6.3 Distribución directa:

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

La distribución de nuestro producto se realizara mediante un punto de venta oficial ubicado en la ciudad de Bogotá en el centro comercial Salitre. También se realizara la distribución a domicilio de nuestros productos comprados por medio de la tienda online.

##### b) Fuerza de ventas:

**Tabla 9, Elaboración Propia**

PERSONAL	NUMERO DE EMPLEADOS	COMPETENCIAS	COSTO DEL PERSONAL
Vendedor	2	Personas con carisma y que les guste trabajar en equipo. Experiencia en ventas y excelente servicio al cliente además de una buena presentación personal	El costo para la empresa por un sueldo de \$616.000 sería de \$935,430 por cada vendedor es decir por los 2 empleados asumiríamos un costo mensual de \$1.870.860
Jefe de Mercadeo	1	Se requiere persona creativa, que tenga iniciativa de promover y representar la marca Good Toys, que tenga conocimientos que permitan impulsar la marca.	El costo por asumir para este empleado por un sueldo de \$750.000 seria de una valor de \$1.138.917 mensual
Diseñador Grafico	1	Persona comprometida y creativa para mantener actualizada e innovadora la página web de la compañía y que aporte	El costo por asumir por un sueldo de \$700.000 es de \$ 1.062.989

		ideas para crear nuevos productos y diseños del mismo.	
--	--	--	--

#### 4.6.4 Manejo de Inventarios

Nuestros inventarios serán regulados por el método UEPS (primeras en entrar primeras en salir) de esta manera GOOD TOYS SAS manejará las unidades salientes y existentes. Nuestro stock será un stock de ciclo que es el que atenderá a la demanda presente de nuestros clientes y tendremos un stock de seguridad para las demandas imprevistas que puedan presentarse tales como cambios, averías, mal estado, ventas extraordinarias o demoras del proveedor.

#### 4.6.5 Comunicación:

1. Nombre comercial: GOOD TOYS
2. El empaque de nuestros productos es en una caja la cual viene en presentaciones de 100, 250, 500 y 1200 piezas, su empaque, colores, logo – símbolo será la misma que maneja el proveedor que es igual en todas las presentaciones, solo varía en su tamaño de acuerdo a número de piezas, como se representa en la siguiente imagen:



Imagen 4, (Happy Blocks 2014)

### 3. Nombre de la empresa GOOD TOYS SAS

### 4. Colores de la Empresa

Los colores de la empresa serán los mismos del punto de venta, que consta de un logotipo en color rojo, blanco, azul y violeta para darle vida ya que es una empresa de juguetes.



Imagen 5, Elaboración Propia

#### 4.6.6 Actividades de Promoción y Divulgación:

Nuestra empresa en su primer día de inauguración contratara dos promotores disfrazados, los cuales repartirán globos y volantes con el logotipo de la empresa y la descripción de nuestros productos, también se pagara una valla publicitaria invitando a las personas a conocer nuestra

página web, en donde visualizaran el portafolio de GOOD TOY SAS; para este día también se obsequiarán piezas de los juguetes y se contratará a una persona que estará en el local enseñando a los niños a crear diferentes figuras con estas para que se familiaricen con los juguetes.

Además de esto mensualmente estaremos realizando constantes campañas promocionando nuestros juguetes biodegradables de la mano a campañas relacionadas con el medio ambiente, el reciclable y el cuidado de los recursos los cuales se relacionan en el plan de ventas anual.

**Tabla 10, Elaboración Propia**

Dos promotores contratados durante 2 días para la inauguración	Cada promotor tiene un costo de \$70.000 por día. Total: \$280.000
Valla publicitaria	\$1.500.000 anuales por la permanencia de la valla
Página web	\$800.000 anual por creación \$300.000 anual por manejo y propiedad
Globos y volantes para actividad de inauguración	\$250.000
Persona de manualidades contratada por dos días para la inauguración	Valor por día: \$70.000 Total: \$140.000



## 4.7 Precios de los Productos

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

Nuestro producto se encuentra ubicado en la posición arancelaria 9503.009200 (Los demás juguetes de construcción)

A continuación se relacionan los aspectos más relevantes e influyentes en la determinación de los precios:

**Tabla 11, Elaboración propia**

<b>COMPETENCIA</b>	En Colombia existen muchos tipos de juguetes, sin embargo <b>GOOD TOYS</b> es totalmente nuevo en el mercado, lo que nos permitió tomar una decisión más libre respecto al valor ya que no tenemos un distribuidor con el que se nos pueda comparar en cuanto a producto y por ende precio, sin embargo no se puede dejar atrás que debe ser un precio acorde con el ofertado en el mercado de los juguetes aunque sean sustitutos, ya que la competencia sigue, así sea de forma indirecta
<b>VALOR DE VENTA EN EL PAIS DE ORIGEN</b>	El precio que la empresa proveedora le da a los productos en sus puntos de venta directos y el que le dan quienes lo distribuyen en Chile fue un punto de partida para la determinación del valor
<b>VALOR AGREGADO</b>	Más que un juguete contribuye al aprendizaje de los niños y a generar conciencia por el cuidado del medio ambiente, lo que no se ve con los juguetes actuales, además con las piezas también se pueden crear diseños decorativos, lo cual es un valor agregado para la determinación de compra.
<b>EL VALOR DE LA IMPORTACION</b>	Al realizar el costeo de la importación, se obtuvo más certeza del valor final ya que a través de este se evidencio en gran parte los costos en que se van a incurrir
<b>RENTABILIDAD</b>	Se espera que sea un producto que a medida que pase el tiempo, la demanda sea mayor y genere la rentabilidad esperada, después de haber analizado todos los costos.
<b>CALIDAD</b>	El material del cual están elaboradas las piezas es lo suficientemente consistente ya que después de armar una figura, se puede desarmar y reutilizar las piezas para hacer una nueva, con esto es claro que es de alta durabilidad

Tabla 12, Elaboración Propia

Para el costeo a continuación, se tomo en cuenta el valor del producto entregado por el proveedor y la cotización del operador logístico de transporte Allin Cargo para traer la mercancía (ver anexos 1 y 2)

<b>Costeo</b>		
<b>Valor Usd</b>	<b>7974</b>	<b>Valor USD</b>
<b>Unidades</b>	<b>800</b>	
<b>EXW</b>	<b>\$14.353.200</b>	<b>7974,00</b>
<b>Transporte Interno Fabrica - Puerto</b>	<b>\$630.000</b>	<b>350,00</b>
<b>Costos Aduaneros de Exportación</b>	<b>\$297.000</b>	<b>165,00</b>
<b>Documentos del Transporte Internacional</b>	<b>\$144.000</b>	<b>80,00</b>
<b>Consolidación ( Desconsolidacion, Manejo, Cargue al Container )</b>	<b>\$190.890</b>	<b>106,05</b>
<b>Handling</b>	<b>\$270.000</b>	<b>150,00</b>
<b>FOB</b>	<b>\$15.885.090</b>	<b>8825,05</b>
<b>Flete Marítimo</b>	<b>\$318.150</b>	<b>176,75</b>
<b>Collect Fee</b>	<b>\$36.000</b>	<b>20,00</b>
<b>CAF</b>	<b>\$36.000</b>	<b>20,00</b>
<b>CFR</b>	<b>\$16.275.240</b>	<b>9041,80</b>
<b>Seguro Internacional</b>	<b>\$104.400</b>	<b>58,00</b>
<b>CIF</b>	<b>\$16.379.640</b>	<b>9099,80</b>
<b>Operación en Puerto</b>	<b>\$900.000</b>	<b>500,00</b>
<b>Uso de las Instalaciones</b>	<b>\$47.718</b>	<b>26,51</b>
<b>Documentación</b>	<b>\$45.000</b>	<b>25,00</b>
<b>Gastos Varios</b>	<b>\$144.000</b>	<b>80,00</b>
<b>Transporte Buenaventura - Bogotá</b>	<b>\$900.000</b>	<b>500,00</b>
<b>DAP</b>	<b>\$18.416.358</b>	<b>10231,31</b>
<b>Iva</b>	<b>\$2.381.400</b>	<b>1323,00</b>
<b>Gravamen</b>	<b>\$0</b>	<b>0,00</b>
<b>Liberación</b>	<b>\$27.000</b>	<b>15,00</b>
<b>Nacionalización</b>	<b>\$522.000</b>	<b>290,00</b>
<b>DDP</b>	<b>\$21.346.758</b>	<b>11859,31</b>

<b>TRM</b>	<b>\$1.800,00</b>
------------	-------------------

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

**Tabla 13. Elaboración Propia**

<b>ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO</b>				
Ingrese el Nombre del Producto:	Caja 100 Piezas			
Ventas Estimadas por Mes (Unidades)				
Altas (optimista)	240	Unidad de Medida	Unidad	
Medias (medio)	125	Precio Unitario Venta	\$ 45.000	
Bajas (pesimista)	75	Consolidado (Medio)	147	
<b>ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO</b>				
Ingrese el Nombre del Producto:	Caja de 250 Piezas			
Ventas Estimadas por Mes (Unidades)				
Altas (optimista)	240	Unidad de Medida	Unidad	
Medias (medio)	125	Precio Unitario Venta	\$ 55.000	
Bajas (pesimista)	75	Consolidado (Medio)	147	
<b>ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO</b>				
Ingrese el Nombre del Producto:	Caja de 500 Piezas			
Ventas Estimadas por Mes (Unidades)				
Altas (optimista)	240	Unidad de Medida	Unidad	
Medias (medio)	125	Precio Unitario Venta	\$ 60.000	
Bajas (pesimista)	75	Consolidado (Medio)	147	
<b>ESTIMADO DE VENTAS Y COSTO VARIABLE DEL PRODUCTO</b>				
Ingrese el Nombre del Producto:	Caja de 1200 Piezas			
Ventas Estimadas por Mes (Unidades)				
Altas (optimista)	240	Unidad de Medida	Unidad	

Medias (medio)	125	Precio Unitario Venta	\$ 80.000
Bajas (pesimista)	75	Consolidado (Medio)	147

### Factores que definen el precio:

Analizando todos los costos podemos determinar el precio del producto para que podamos contar con el margen de contribución necesario para generar utilidad a la compañía, tenemos una ventaja y es que el producto se compra a un muy buen precio lo que nos permite tener por cada referencia una participación considerable en la utilidad es decir por ejemplo en el producto uno la caja de 100 piezas se visualiza que la contribución sería aproximadamente del 18% lo cual representa una buena cifra para lograr la rentabilidad esperada.

Los aspectos que tomamos para definir los precios fue como tal el precio de venta que nos da el proveedor, los costos de importación, los costos de administración, producción (es decir salarios y demás) y de ventas, las actividades de divulgación y promoción en fin los costos normalmente generados para el excelente funcionamiento de la empresa.

### 4.7.3 Precios productos propuestos

**Tabla 14, Elaboración propia**

Cantidades producto	Precios producto
Caja de 100 piezas	\$ 45.000
Caja de 250 piezas	\$ 55.000
Caja de 500 piezas	\$ 60.000
Caja de 1200 piezas	\$ 80.000

Estos precios se calcularon teniendo en cuenta los costos de importación de la mercancía, y

demás aspectos tales como la competencia la oferta y la demanda que tiene el producto y también para cubrir todos los costos de administración, producción y comercialización del producto también con miras a cumplir los objetivos planteados anteriormente para ampliar el portafolio de productos.

#### 4.7.4 Política de precios

Nuestra empresa GOOD TOYS S.AS en busca siempre de la satisfacción de nuestros clientes creamos una política de precios que favorezca a la fidelización de nuestros productos. Otorgando excelentes beneficios por las compras masivas y constantes de los juguetes, está establecido en nuestra política lo siguiente:

1. **Bonos**, se otorgara unos bonos al cliente los cuales serán redimibles a la tercera y quinta compra que serán del 10 % de descuento en cualquiera de los productos que el cliente desee.
2. **Formas de pago:** por compra superiores a \$ 100.000 pagadas en efectivo se dará un descuento del 2% sobre el valor de la compra total.
3. **Premios y regalos:** si el cliente acumula una compra total de 8 artículos de nuestras tiendas se obsequiara una caja de la línea de 100 piezas.
4. **Descuentos por volumen:** por compras de más de 50 unidades se dará el 20% de descuento sobre el total del valor a pagar. Además por forma de pago a estas compras masivas se les hará el siguiente descuento: pago en efectivo 10% del valor a pagar, pronto pago 5/10 3/20.
5. **Tarjeta de puntos:** GOOD TOYS S.A.S cuenta con una tarjeta acumulable de puntos la cual deberá presentarse en el punto de venta. Con estos puntos el cliente podrá

obtener descuentos, regalos y participar en rifas.

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

Para la venta de los juguetes se arrendara un local ubicado en un centro comercial de la ciudad de Bogotá, el área construida es de 62 (m2), también cuenta con una área privada de 50 (m2) (destinada para la bodega) y un baño, el cual tiene un valor mensual correspondiente al arrendamiento de \$ 2.000.000 con un valor de administración de \$380.000, por los 62 (m2) del almacén, de este valor corresponde un arrendamiento mensual de \$ 1.107.143 (incluye acueducto, energía y vigilancia) y a un valor de administración mensual por este espacio de \$ 210.357 ya que el otro porcentaje corresponde a la bodega (costo que se especificara en el análisis de producción), estas son las imágenes del local desde diferentes ángulos.



Imagen 6, (ZonaProp, 2014)



Imagen 7 (ZonaProp, 2014)



Imagen 8, (ZonaProp, 2014)

Para los costos de comercialización también se tomó en cuenta la factura correspondiente al servicio de telefonía y los valores relacionados en la tabla 9 y 10, los implementos de aseo y papelería tabla 4; los costos de volantes, promotores para la inauguración, el material didáctico se encuentra especificados dentro de los costos de las actividades que se llevaran a cabo en el plan de ventas anual, el cual se especifica posteriormente en el mismo.

**Tabla 15, Elaboración propia**

COSTOS	CANTIDAD	VALOR MENSUAL
ARRIENDO LOCAL	1	\$ 1.107.143
ADMINISTRACION LOCAL	1	\$ 210.357

TELEFONIA	1	\$	60.000
PAGINA WEB	1	\$	91.666
VALLA PUBLICITARIA	1	\$	125.000
VENDEDORES	2	\$	1.870.860
JEFE DE MERCADEO	1	\$	1.138.917
DISEÑADOR GRAFICO	1	\$	1.062.989

#### 4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

##### Riesgos:

Competidores que manejen el mismo producto, aunque aún no lo hay en el mercado es probable que puedan sacar un producto similar al nuestro.

Uno de los más altos es que a los consumidores no les atraiga el producto por que como ya se ha mencionado frecuentemente no es juguete tecnológico y en el momento según estudios realizados los niños prefieren estos.

Alta competencia en este sector que podría hacer que el producto no sea muy sobresaliente ante los demás.

Tener un solo proveedor nos pone en riesgo por el tema de abastecimiento.

##### Oportunidades:

Apertura de nuevos mercados a nivel nacional e internacional

Ser productores de la materia prima para así lograr desarrollar nuevos artículos, unos de los objetivos más claros que tiene la compañía.

Participar en ferias que nos permitan dar a conocer el producto permitiendo así alianzas comerciales.



Distribuir a grandes cadenas jugueteras una vez posicionado nuestro producto.

#### 4.10 Plan de ventas

Se ha definido un plan de ventas de 12 meses iniciando en el mes de Diciembre con diferentes actividades en las que esperamos estés sean las ventas que se realicen, ya que en el estudio de mercado realizado anteriormente se obtuvo una demanda potencial de 4.000 unidades anualmente, este plan ha sido diseñado con una respectiva actividad con la que consideramos se podrían vender las unidades expresadas en la siguiente tabla, y aumentar el número de unidades potenciales que podemos vender según los estudios efectuados, igualmente se tiene en cuenta la temporada baja y alta en la que se mueve el producto en el mercado:

**Tabla 16, Elaboración Propia**

MES	VENTAS ESPERADAS	ACTIVIDADES	COSTO DE LA ACTIVIDAD
DICIEMBRE	700	Lanzamiento de la marca en local comercial por dos días donde se realizaran actividades lúdicas en este para dar a conocer la tienda, esto incluye los volantes, promotores y globos	\$670.000
ENERO	300	Descuento en los productos y entrega de volantes	\$100.000
FEBRERO	400	Taller mensual con GOOD TOYS, para lo cual se contratara una persona encargada de las manualidades por un este día.	\$70.000
MARZO	500	Desplazamiento de persona contratada para que este por el centro comercial para promocionar la tienda por dos días	\$140.000
ABRIL	800	Celebración del día del niño, para lo cual se contratara un pinta caritas, se repartirán volantes, globos y dulces	\$250.000

MAYO	600	Taller mensual con GOOD TOSY enfocado al cuidado del medio ambiente, para lo cual se contratara una persona encargada de manualidades	\$70.000
JUNIO	500	Talleres vacacionales para niños con el producto GOOD TOYS por dos fines de semana, volantes	\$250.000
JULIO	650	Taller mensual con GOOD TOYS, para lo cual se contratara una persona encargada de las manualidades por un este día	\$ 70.000
AGOSTO	400	Descuentos en la tienda	\$0
SEPTIEMBRE	800	Evento de amor y amistad en el almacén, por la compra de productos GOOD TOYS se obsequiaran figuras realizadas con estos para lo cual se contratara a la persona encargada de elaborarlas	\$70.000
OCTUBRE	750	Celebración de Halloween, actividad lúdica con figuras acordes a la época	\$150.000
NOVIEMBRE	960	Publicidad época navidad, impulso del producto en todo el centro comercial, con obsequios recordatorios para los niños	\$ 600.000

Para el cálculo de las ventas altas se tomó como referencias el mes de noviembre que es el mes en que más se venderá y se divido por el número de productos que son cuatro, pues se presupuestó vender en cada mes la misma cantidad de cada referencia, de igual forma se aplicó para las ventas medias donde el mes de referencia fue marzo y para las bajas enero considerando que es el mes más bajo en ventas por la temporada.

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

### 5.1 Objetivos de Producción

#### Corto Plazo

- Establecer una excelente relación con el productor en el extranjero.
- Obtener tarifas estratégicas en el proceso de importación

- Manejar en el proceso de importación entidades serias en el cumplimiento de la entrega de la mercancía.

### Mediano Plazo

- Elaborar estrechas relaciones comerciales con las entidades involucradas en el proceso de importación.
- Realizar visitas al proveedor para conocer y poder implementar procesos más eficientes para el éxito de la importación del producto.

### Largo Plazo

- Adquirir un transporte terrestre propio para ahorrar costos
- Contar con una bodega en zona franca ya que la empresa también tiene como objetivo ser productor del producto y esto nos daría ventaja para optimizar tiempo y costos.

## 5.2 Descripción del proceso de producción



Imagen 9 (Google,2004)

La importación del producto se realizara después de que se efectuó la negociación con el proveedor y se tengan pactadas las cantidades a despachar, es decir cuando ya esté concretada la orden de compra, el término de negociación que se utilizara es EXW ya que los valores de la mercancía que brindo el proveedor es puesta en fabrica, de esta manera GOOD TOYS S.A.S asumirá todos los costos a partir de que la mercancía salga de la empresa hasta llegar a Bogotá a la bodega del almacén, donde será inventariada e inspeccionada para garantizar que el producto llego en excelentes condiciones para poder exhibirlo en el almacén y entregarlo al consumidor final. En vista de que la empresa venderá los juguetes tal cual los entrega el vendedor no se requiere de ningún tipo de maquinaria o personal para producir; al ser una negociación EXW el operador logístico que contratara la empresa se encarga de dejar la mercancía en la bodega, y la revisión de calidad será realizada por el jefe de importación.

### **5.3 Capacidad de producción**

En vista de que no somos productores y nuestra actividad está enfocada solo en la comercialización de los juguetes biodegradables, lo que se detallara es la capacidad, la liquidez con que cuenta la compañía para adquirir los productos. El capital presupuestado para importaciones de manera mensual es de \$ 30.000.000, con este dinero cubriríamos los costos y gastos de la importación, es decir todas las actividades logísticas según el costeo realizado anteriormente, también incluye el pago a proveedor en el extranjero. La idea es poder contar siempre con este capital teniendo en cuenta que las ventas sean las esperadas o aumenten posibilitando la oportunidad de tener este flujo de caja.

### **5.4 Plan de Producción**

Lo ideal es que la importación de las cantidades se realice de forma mensual o bimensual según la necesidad y de acuerdo al plan de ventas presupuestado, contando con que este se cumplirá a cabalidad, sin embargo inicialmente se tomara como periodo de prueba los tres primeros meses; de esta manera el primer mes se realizara la importación de 800 unidades, es decir 200 unidades por cada referencia para suplir las ventas de este, para el segundo y tercer mes se importara nuevamente 800 unidades, pues a la fecha se presupuesta ya estar cumpliendo al 100% el plan de ventas inicial.

**Tabla 17, Elaboración Propia**

<b>Unidades Por Referencia</b>					
<b>Mes de Importación</b>	<b>100 piezas</b>	<b>250 piezas</b>	<b>500 piezas</b>	<b>1200 piezas</b>	<b>Ventas Mes</b>
<b>Diciembre: 700 plan de ventas + 100 stock de seguridad</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>800</b>
<b>Enero: 300 plan de ventas Febrero: 400 plan de ventas + 100 stock de seguridad</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>800</b>

En este plan de importación no solo se está teniendo la disponibilidad de la mercancía sino también la meta en inventario y stock de seguridad.

## 5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

### 5.5.1 Locaciones

Para la importación se cuenta con un área privada de 50 (m<sup>2</sup>) la cual está incluida dentro del arriendo y administración del local comercial que será destinada para bodega, de esta manera la proporción a pagar por el arriendo para esta área será de \$ 892.857 (incluye acueducto, energía y vigilancia) más la administración de \$ 169.643 para un canon total mensual de \$ 1.062.500, no requiere de adecuaciones ya que es solo para almacenamiento de la mercancía en cajas de cartón separadas por referencias, y este cuenta con todos los requerimientos para que la mercancía se mantenga en excelente estado.

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

En el caso como GOOD TOYS S.A.S se encargara de importar el producto ya terminado y lo comercializara con el empaque del proveedor no es necesario ningún tipo de maquinaria para la producción, sin embargo se incluirán la estanterías para la acomodación de la mercancía.

**Tabla 18, Elaboración Propia**

MUEBLES REQUERIDOS			
INSUMO	VALOR	IMAGEN	LUGAR DE COTIZACION
Estantería	\$ 100,000		<a href="http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-412678779-estanteria-liviana-_JM">http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-412678779-estanteria-liviana-_JM</a>

### 5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Como ya se ha mencionado a lo largo del proyecto no requerimos ninguna materia prima para

la producción puesto que solo somos importadores y comercializadores del producto terminado. Los insumos que requerimos como computadores, papelería y demás ya están mencionados en los de administración.

#### 5.5.4 Requerimiento de Servicios:

Como se mencionó en las locaciones para la producción, el canon por arrendamiento cubre los servicios de acueducto, luz al igual que la vigilancia ya que la bodega se encuentra dentro del centro comercial el cual es monitoreado constantemente, así que los costos se verán especificado en el análisis de los costos de producción dentro de lo que son las locaciones, se adiciona la póliza de seguros

**Tabla 19, Elaboración Propia.**

SERVICIOS REQUERIDOS	PROVEEDOR	COSTOS
Póliza de Seguro	SURA	\$55,000/mes

#### 5.5.5 Requerimientos de personal:

Para nuestra empresa se hace necesaria la contratación de una persona encargada de todas las importaciones de la mercancía y tramitar los documentos correspondientes a estas, además de la revisión de calidad cuando los juguetes llegan a la bodega.

**Tabla 20, Elaboración Propia.**

CARGO	PERFIL	COSTO
-------	--------	-------

Jefe de Comercio Exterior	Persona en capacidad para realizar todo el proceso de importación del producto con experiencia mínimo de 2 años, también se encarga de la revisión de calidad de la mercancía apenas llega a bodega	El sueldo para este cargo es de \$1,200,000 lo que equivale a un costo mensual de \$1,822,266
---------------------------	---	---

### 5.6 Programa de producción

Estas actividades se efectuaran iniciando en el mes de octubre ya que la tienda será inaugurada en el mes de noviembre

Tabla 21, Elaboracion Propia

ACTIVIDADES	PRIMER MES																													
Operativas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Importacion	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
almacenamiento																														
abastecimiento local																														

## 6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

### 6.1 Proceso de Administrativos

#### 6.1.1 Descripción de los procesos administrativos.

**Gerencia:** Administrar la compañía y el buen funcionamiento de esta, toma y aprobación de decisiones importantes y finales para la compañía, también realizara el estudio y selección de



los mercados a los cuales podemos ingresar, elaboración de estrategias y ejecución de las mismas, todas las demás áreas dependerán de esta y deben dar los informes necesarios, también servirá de apoyo para crear trabajo en equipos y un excelente ambiente laboral.

**Contabilidad:** Este proceso se tercerizara con una compañía encargada de ello, pero la persona tendrá su espacio dentro de la empresa para realizar su función, esta llevara todos los libros contables de la compañía deberá elaborar informes mensuales del comportamiento de las finanzas y estrategias para su mejoramiento.

**Administración:** Este proceso tendrá a su cargo el manejo de los vendedores y el almacén principalmente, a través de este también se generaran los informes necesarios para la gerencia respecto a las ventas, compras etc.

### 6.1.2 Procesos administrativos externalizados

El proceso que se tendrá como externo en la compañía será el contable. Para esto solicitamos la cotización de la siguiente empresa que se encuentra ubicada en Bogotá sede de nuestra tienda.

**Tabla 22, Elaboración Propia**

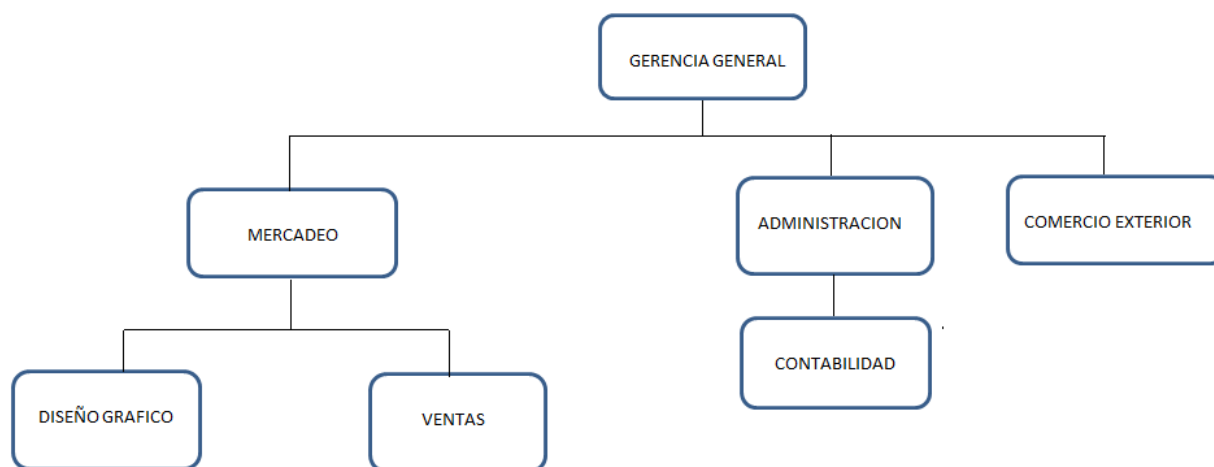
TERCERIZACION		VALOR DEL SERVICIO
PROCESO	PROVEEDOR	
CONTABILIDAD	SEMPREG	\$700.000 Mensual

Esta empresa nos brinda todos los servicios de contabilidad que requiere la compañía como elaboración de estados financieros, de reportes a entidades de control, liquidación y registro de

las importaciones, elaboración de declaraciones tributarias, en fin todo lo relacionado con el tema además de asesorarnos para el mejoramiento de la finanzas. La empresa se encuentra ubicada en la Cra. 12 No. 140-43 Oficina 316 / Bogotá D.C.

## 6.2 Estructura Organizacional del Negocio

### 6.2.1 Organigrama



**Organigrama 1, Elaboración Propia**

### 6.2.2 Descripción funcional de la Organización

**Gerente:** Este se encargara de administrar la compañía y velar por el buen funcionamiento de esta, tomara y aprobara las decisiones importantes y finales de la organización, también realizara el estudio y selección de los mercados a los cuales podemos ingresar, y será el encargado de la elaboración de estrategias y ejecución de las mismas, todas las demás áreas dependerán de este.

**Contabilidad:** Esta persona se encargara de llevar a cabo todos los procesos contables de la

compañía y manejar los libros, también elaborara informes mensuales del comportamiento de las finanzas y estrategias para su mejoramiento.

**Administración:** Esta persona será la encargada de los vendedores y el almacén, también velara por el cumplimiento de la meta de ventas mensual, a través de se generaran los informes necesarios para la gerencia respecto a las ventas, compras etc.

### 6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

#### 6.3.1 Locaciones

Para la administración se arrendara una oficina al occidente de la ciudad de Bogotá, con una ubicación estratégica ya que se encuentra cerca del local comercial, su área es de 40 (m2) lo cual es un espacio suficiente para las personas que se encontraran en esta, además cuenta con cocineta y un baño, las adecuaciones corren por parte del administrador del inmueble ya que normalmente este tipo de costos están contemplados en el contrato de arrendamiento y deben ser cubiertos por este, tampoco se requiere de pago de administración, y el valor del este arriendo es de \$ 650.000 mensual.

A continuación la información y fotos del predio:

TIPO DE INMUEBLE	
Arriendo de Oficinas	
OFICINA en alquiler en MODELIA	
Área construida 40,00 m <sup>2</sup>	Baños 1
Características Generales	
Área Construida (m2):	40
Área Privada (m2):	40
Estrato:	4
Baños:	1

**Imagen 10, (2014, Zona Prop)**



**Imagen 11, (2014, Zona Prop)**






**Imagen 12, (2014 Zona Prop)**

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

A continuación se detallan los muebles y enseres requeridos para la administración

**Tabla 23, Elaboración Propia**

Insumo	Valor	Imagen	Lugar de la Cotización
TELEFONO 3	\$129.90 0		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/233772/Telefono-inalambrico-2-auriculares-con-identificador-y-contestador?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/233772/Telefono-inalambrico-2-auriculares-con-identificador-y-contestador?color=&amp;passedNavAction=push</a>
PC 5	\$1.349.900		<a href="http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2142325/All-in-One-21,5%22-Pantalla-Touch-500GB--C460-Blanco?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2142325/All-in-One-21,5%22-Pantalla-Touch-500GB--C460-Blanco?color=&amp;passedNavAction=push</a>



IMPRESORA 3	\$99.900		<a href="http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2027756/Multifuncional-Deskjet-DV1515?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.falabella.com.co/falabella-co/product/2027756/Multifuncional-Deskjet-DV1515?color=&amp;passedNavAction=push</a>
ESCRITORIO 5	\$279.900		<a href="http://www.loencontraste.com/escritorios/moduar-t-escritorio-pretta-wengueverde-02020003000027">http://www.loencontraste.com/escritorios/moduar-t-escritorio-pretta-wengueverde-02020003000027</a>
ARCHIVADOR 1	\$ 524.900		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/215210/Archivador-papelero-negro?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/215210/Archivador-papelero-negro?color=&amp;passedNavAction=push</a>
PAPELERA 5	\$27.900 C/U		<a href="http://tienda.easy.com.co/p/basurera-51-paz">http://tienda.easy.com.co/p/basurera-51-paz</a>
SILLAS 5	\$ 229.900		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/221946/Silla-escritorio-gerente-negra?color=&amp;passedNavAction=push">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/221946/Silla-escritorio-gerente-negra?color=&amp;passedNavAction=push</a>
IMPLEMENTOS ASESOS	\$80.000		<a href="http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat80044/Limpieza-banos-y-cocina">http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat80044/Limpieza-banos-y-cocina</a>

### 6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina

A continuación se detallan los materiales de oficina que se requieren para la administración

**Tabla 24, Elaboración Propia**

Producto	Cantidad	Proveedor	Precio
	Agenda 2	Papelería marión	\$ 10000 c/u
	Archivador 4	Papelería marión	\$ 7300 c/u
	Bolígrafo Paquete x 10 1	Almacenes éxito	\$ 12550
	Comprobante de ingreso y egresos  2 talonarios	Papelería marión	\$ 10000 c/u
	Resma de papel blanco 1	Papelería marión	\$ 15000
	Cosedora y grapas  3	Papelería marión	\$ 6300 c/u
	Sello comercial 1	Papelería marión	\$ 20000

	Carpetas Paquete x 20 unidades 1	Papelería marión	\$ 5500
	Resaltadores Paquete x 4 1	Papelería marión	\$ 6500

### 6.3.4 Requerimientos de servicios

Para el funcionamiento del área administrativa es necesario contar con los siguientes servicios.

**Tabla 25, Elaboración Propia**

Servicio	descripción	Proveedor	precio
comunicaciones	Servicio de fax, conmutador, internet y telefonía ilimitada	Une telecomunicaciones	\$ 150.000 mensual
Servicio de Alarma y monitoreo	Supervisión de la oficina a través de equipos electrónicos en caso de atraco, intrusión, incendio	Metroalarmas	\$ 200.000 mensual
Mensajería	Debido a la tercerización que realizaremos con la contabilidad y a las demás diligencias que se puedan presentar necesitamos una persona no vinculada directamente a la empresa que nos preste este servicio	Juan Camilo Gómez Mensajero Tel: 320 514 33 56	\$ 100.000 mensual

	de forma externa.		
Acueducto, Luz	Para esto se tiene un estimado según facturas de las empresas prestadoras de servicios	Empresa de acueducto y luz de Bogotá	\$ 300.000 mensual

### 6.3.5 Requerimientos de personal

**Tabla 26, Elaboración Propio**

Cargo	Perfil	Funciones	Salario
Gerente general	Profesional con especialización en gerencia de proyectos. Poseer un espíritu emprendedor. Gestión de cambio y desarrollo de la organización. Habilidades interpersonales, comunicativas. Liderazgo. Motivación y dirección del personal.	Desarrollar planes de acción que puedan responder a las principales necesidades que atiende esta gerencia la determinación del concepto de la empresa y su naturaleza, el ¿por qué esta allí?, ¿Para quién? y ¿para qué?, cuáles son sus principios y valores, y el futuro que la empresa debe tener.	El sueldo de este será de \$1.800.000 lo cual nos indica un costo para asumir de \$2.733.400



Administrador	Profesional en administración de empresas, Tomador de decisiones, por la naturaleza de su profesión, en dos dimensiones: la personal y la empresarial. Con valores morales y principios éticos. Con autonomía intelectual que le permite ser un crítico constructivo y formular los cuestionamientos necesarios cuando sea indispensable.	analizar los recursos físicos, financieros y humanos con los que cuenta, planear y distribuir los mismos de una manera estratégica y eficiente, y de la misma manera evaluar continuamente cómo puede optimizar cada uno de estos recursos para el beneficio de la empresa GOOD TOYS S.A.S	El sueldo de este será de \$900.000 lo que implica un costo para la empresa de manera mensual de \$1.366.700
Contador	Profesional en contaduría pública. Que el servicio que nos presta la empresa contratada nos garantice el buen manejo de la información y el cumplimiento de la promesa de servicio.	Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.	El valor que nos cobra la empresa por ofrecer el servicio el cual ya esta indicado en la tabla 21 y está relacionado en nuestros costos de administración.

#### 6.4 Programa de administración

Este es el pla que se tiene para el primer mes de actividades preoperativas la cual se tienen dispuestas para el mes de septiembre.

**Tabla 27, Elaboracion Propia**

ACTIVIDADES	PRIMER MES																													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Pre Operativas																														
Contratacion Perosnal																														
Capitacion Personal																														
Adecuacion Tienda																														
Compra Enseres																														
Ubicacion de Mercancia																														

## 7. ASPECTOS LEGALES

### 7.1 Tipo de Organización empresarial

En la constitución de la empresa GOOD TOYS se decidió que sería de naturaleza S.A.S (sociedad por acciones simplificadas) ya que esto nos permite tener múltiples ventajas a la hora de iniciar y desarrollar la actividad empresarial, pues permite fijar las propias reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad y hacer acuerdos libres entre los socios, también se puede constituir como documento privado, lo que permite que sea más fácil y económico ya que no hay que hacer reformas estatutarias, no se requiere de revisor fiscal bajando así los costos de operación, además a través de la S.A.S se puede realizar cualquier actividad de naturaleza civil o mercantil siempre y cuando esta sea lícita.

### **Características de la S.A.S**

- Su constitución, transformación o disolución es a través de escritura pública antes el notario o por documento privado.
- Mínimo 1 accionista y no tiene límite máximo de estos.
- Su capital se divide por acciones las cuales son de libre negociación.
- La formación de capital puede ser: autorizado el cual indica cuantía fija que determina el tope máximo de capitalización de la sociedad, suscrito que es la parte del capital autorizado que los accionistas se comprometen a pagar a plazo (máximo en 2 años), al momento de su constitución no es necesario pagar, pues se puede pagar hasta en 2 años, la totalidad suscrita y el pagado que es la parte del suscrito que los accionistas efectivamente han pagado y que ha ingresado a la sociedad.
- La responsabilidad de los accionistas es hasta por el monto de sus aportes por las obligaciones sociales, en caso de la S.A.S sea utilizada para defraudar la ley o perjudicar a terceros, responderán solidariamente.
- El revisor fiscal es voluntario, siempre y cuando los activos brutos al 31 de diciembre del año anterior no sean iguales o superior a 5.000 Smmlv.

### **7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas**

Para constituir nuestra empresa en Bogotá siendo persona jurídica debemos de seguir tener los siguientes requisitos:

- Original del documento de Identidad de quien realiza el trámite con el respectivo poder.

- Formulario del Registro Único Tributario RUT administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar la compañía y las actividades que realiza.
- Formulario disponible de la Cámara de Comercio de Bogotá a través de su portal electrónico.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) el cual integra información como la de registro mercantil.
- Carátula única empresarial y anexos según corresponda (Persona Natural, Persona Jurídica, Establecimiento de Comercio, Proponente)
- Se debe de verificar el nombre que se le va a otorgar a la compañía y que este no este repetido.
- Verificar y consultar el código CIIU.
- Tipo de sociedad de la empresa.
- Escritura pública la cual se tramita en una notaría.

Con la presentación de todos estos documentos podemos acceder a matricular la empresa

Hay dos formas de registrar las especificaciones de socios y sus respectivos porcentajes. El primero de ellos es por medio de documento público, el cual lo realizan los socios antes de ir al registro y lo presentan en la cámara de comercio y la segunda que es la que aplicaremos a nuestra empresa GOOD TOYS SAS es directamente en la cámara de comercio.

A partir de este registro en la cámara de comercio ellos envían el reporte a industria y comercio. De ser aceptado el registro queda constituida legalmente la empresa y otorgan el

certificado de existencia y representación. Y con esto la empresa puede abrir una cuenta a su nombre, realizar actividades comerciales, prestamos arriendos entre otros.

A partir del registro mensualmente comienza a llegar la cuota asignada a pagar por el municipio.

Costos cámara de comercio en los que incurrirá GOOD TOYS SAS:

**Tabla 28, Elaboración Propia**

Descripción	Costos
Matrículas y renovaciones ( decreto 393 del 4 de marzo del 2002 Capital en el rango: \$97328000- \$107800000	\$698000 anual
Registro de matrículas, de establecimientos, sucursales y agencias. Rango de activos: \$10472000 en adelante	\$ 103000 anual
Derechos por inscripción de libros y documentos. Numeral 3	\$ 10700 anual
Formularios : formulario para registro mercantil	\$ 4300 único
Impuesto industria y comercio Código CIU 4719	$29179336.34 / 1000 * 11.04 = 322.139$ mensual

### Certificaciones

Nuestro producto es importado y totalmente terminado, por eso a la hora de la negociación indagamos acerca de la seguridad del producto y el reconocimiento que tiene a nivel internacional para permitir su venta confiable, además investigamos las normas colombianas acerca de la disposición de juguetes y encontramos que:

Para la comercialización de juguetes importados se debía de comprobar que el producto

cumpliera con todos los requisitos y disposiciones dadas en RESOLUCIÓN 003388 DE 2008 (septiembre 8) por la cual se expide el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios de los juguetes, sus componentes y accesorios, que se comercialicen en el Territorio Nacional, y se dictan otras disposiciones. Ministro de la protección social en ejercicio de sus atribuciones legales, en especial las conferidas en el artículo 551 de la Ley 9ª de 1979, la Ley 170 de 1994 y el numeral 17 del artículo 2º del Decreto 205 de 2003.

Luego de leer detalladamente esta resolución confrontamos los requisitos exigidos y nuestro producto comprobando que las piezas de Happy Blocks han pasado la norma internacional de juguete y tiene la certificación: ASTM D4236 (toxicidad por ingestión, irritación de la piel, irritación de ojos, etc.), ASTM F963 (riesgos mecánicos, inflamabilidad, etc.), EN71 y BPI y es libre de tolueno. Todas estas anteriores mencionadas en la resolución, es decir nuestro producto cumple con todas las normas y es libre de venta; en cuanto a costos de certificación GOOD TOYS S.A.S no asumió ningún costo ya que el producto contaba con ellas desde un principio.

## 8. ASPECTOS FINANCIEROS

### 8.1 Estructura Financiera

#### 8.1.1 Recursos Propios

Estos son los aportes que efectuaron los socios.

**Tabla 29, Elaboración Propia**

SOCIOS	APORTE	FECHA DE APORTE
CANO YURANI MARCELA	\$10,000,000	01/09/2014
ECHAVARRIA ANGELA MARIA	\$10,000,000	01/09/2014

### 8.1.2 Créditos y Préstamos Bancarios

El préstamo se gestionara por la suma de \$43.000.000 con la entidad financiera Colpatria a un plazo 60 de meses, a una tasa de interés del 2.12% MV el cual está calculado sin los montos de seguro que exige el banco. La cuota mensual es de \$1.273.223 en la línea de crédito de consumo para libre inversión. Estos recursos serán destinados para cubrir los costos que implica el funcionamiento de la empresa en un lapso de 60 días.



> **Simulador Crédito de Consumo**

Tabla de Crédito de consumo					
Tasa de interes nominal mensual : 2.12% Tasa de interes efectivo anual : 28.6% Valor: \$43,000,000.00 Plazo : 60 Meses					
Numero Cuota	Valor Cuota	Abono Capital	Intereses	Saldo de Capital	
1	1,273,223	361,623	911,600	42,638,377	
2	1,273,223	369,289	903,934	42,269,087	
3	1,273,223	377,118	896,105	41,891,969	
4	1,273,223	385,113	888,110	41,506,856	
5	1,273,223	393,278	879,945	41,113,578	
6	1,273,223	401,615	871,608	40,711,963	
7	1,273,223	410,129	863,094	40,301,833	
8	1,273,223	418,824	854,399	39,883,009	
9	1,273,223	427,703	845,520	39,455,306	
10	1,273,223	436,771	836,452	39,018,535	
11	1,273,223	446,030	827,193	38,572,505	
12	1,273,223	455,486	817,737	38,117,019	

Este es el detalle como tal del préstamo que estaría efectuando:

**Tabla 30, Elaboracion Propia**

Nombre entidad financiera	Colpatria
Monto total	43.000.000
Destinación	Libre inversión
Intereses (efectivo mensual)	2.12 % MV
Plazo (meses)	60
Modalidad de préstamo	Cuota fija
Valor cuota mensual	<b>\$1.273.223</b>

Tabla de Amortización Préstamo (Mensual)

Periodo	Cuota Préstamo	Intereses	Capital	Saldo
0				\$ 43.000.000
1	\$ 1.273.223	\$ 911.600	\$ 361.623	\$ 42.638.377
2	\$ 1.273.223	\$ 903.934	\$ 369.289	\$ 42.269.087
3	\$ 1.273.223	\$ 896.105	\$ 377.118	\$ 41.891.969
4	\$ 1.273.223	\$ 888.110	\$ 385.113	\$ 41.506.856
5	\$ 1.273.223	\$ 879.945	\$ 393.278	\$ 41.113.578
6	\$ 1.273.223	\$ 871.608	\$ 401.615	\$ 40.711.963
7	\$ 1.273.223	\$ 863.094	\$ 410.129	\$ 40.301.833
8	\$ 1.273.223	\$ 854.399	\$ 418.824	\$ 39.883.009
9	\$ 1.273.223	\$ 845.520	\$ 427.703	\$ 39.455.306
10	\$ 1.273.223	\$ 836.452	\$ 436.771	\$ 39.018.535
11	\$ 1.273.223	\$ 827.193	\$ 446.030	\$ 38.572.505
12	\$ 1.273.223	\$ 817.737	\$ 455.486	\$ 38.117.019
13	\$ 1.273.223	\$ 808.081	\$ 465.142	\$ 37.651.877
14	\$ 1.273.223	\$ 798.220	\$ 475.003	\$ 37.176.874
15	\$ 1.273.223	\$ 788.150	\$ 485.073	\$ 36.691.800
16	\$ 1.273.223	\$ 777.866	\$ 495.357	\$ 36.196.443
17	\$ 1.273.223	\$ 767.365	\$ 505.858	\$ 35.690.585
18	\$ 1.273.223	\$ 756.640	\$ 516.583	\$ 35.174.002
19	\$ 1.273.223	\$ 745.689	\$ 527.534	\$ 34.646.468
20	\$ 1.273.223	\$ 734.505	\$ 538.718	\$ 34.107.750
21	\$ 1.273.223	\$ 723.084	\$ 550.139	\$ 33.557.611
22	\$ 1.273.223	\$ 711.421	\$ 561.802	\$ 32.995.809
23	\$ 1.273.223	\$ 699.511	\$ 573.712	\$ 32.422.098
24	\$ 1.273.223	\$ 687.348	\$ 585.875	\$ 31.836.223
25	\$ 1.273.223	\$ 674.928	\$ 598.295	\$ 31.237.928
26	\$ 1.273.223	\$ 662.244	\$ 610.979	\$ 30.626.949
27	\$ 1.273.223	\$ 649.291	\$ 623.932	\$ 30.003.017
28	\$ 1.273.223	\$ 636.064	\$ 637.159	\$ 29.365.858
29	\$ 1.273.223	\$ 622.556	\$ 650.667	\$ 28.715.191
30	\$ 1.273.223	\$ 608.762	\$ 664.461	\$ 28.050.730
31	\$ 1.273.223	\$ 594.675	\$ 678.548	\$ 27.372.182
32	\$ 1.273.223	\$ 580.290	\$ 692.933	\$ 26.679.250
33	\$ 1.273.223	\$ 565.600	\$ 707.623	\$ 25.971.627
34	\$ 1.273.223	\$ 550.598	\$ 722.625	\$ 25.249.002
35	\$ 1.273.223	\$ 535.279	\$ 737.944	\$ 24.511.058
36	\$ 1.273.223	\$ 519.634	\$ 753.589	\$ 23.757.469
37	\$ 1.273.223	\$ 503.658	\$ 769.565	\$ 22.987.904
38	\$ 1.273.223	\$ 487.344	\$ 785.879	\$ 22.202.025
39	\$ 1.273.223	\$ 470.683	\$ 802.540	\$ 21.399.485



40	\$ 1.273.223	\$ 453.669	\$ 819.554	\$ 20.579.931
41	\$ 1.273.223	\$ 436.295	\$ 836.929	\$ 19.743.002
42	\$ 1.273.223	\$ 418.552	\$ 854.671	\$ 18.888.331
43	\$ 1.273.223	\$ 400.433	\$ 872.790	\$ 18.015.540
44	\$ 1.273.223	\$ 381.929	\$ 891.294	\$ 17.124.247
45	\$ 1.273.223	\$ 363.034	\$ 910.189	\$ 16.214.058
46	\$ 1.273.223	\$ 343.738	\$ 929.485	\$ 15.284.573
47	\$ 1.273.223	\$ 324.033	\$ 949.190	\$ 14.335.383
48	\$ 1.273.223	\$ 303.910	\$ 969.313	\$ 13.366.070
49	\$ 1.273.223	\$ 283.361	\$ 989.862	\$ 12.376.207
50	\$ 1.273.223	\$ 262.376	\$ 1.010.847	\$ 11.365.360
51	\$ 1.273.223	\$ 240.946	\$ 1.032.277	\$ 10.333.082
52	\$ 1.273.223	\$ 219.061	\$ 1.054.162	\$ 9.278.921
53	\$ 1.273.223	\$ 196.713	\$ 1.076.510	\$ 8.202.411
54	\$ 1.273.223	\$ 173.891	\$ 1.099.332	\$ 7.103.079
55	\$ 1.273.223	\$ 150.585	\$ 1.122.638	\$ 5.980.441
56	\$ 1.273.223	\$ 126.785	\$ 1.146.438	\$ 4.834.003
57	\$ 1.273.223	\$ 102.481	\$ 1.170.742	\$ 3.663.261
58	\$ 1.273.223	\$ 77.661	\$ 1.195.562	\$ 2.467.699
59	\$ 1.273.223	\$ 52.315	\$ 1.220.908	\$ 1.246.791
60	\$ 1.273.223	\$ 26.432	\$ 1.246.791	\$ 0

## 8.2 Ingresos y Egresos

### 8.2.1 Ingresos

#### 8.2.1.1. Ingresos Propios del Negocio.

Los ingresos propios están conformados por nuestras 4 líneas de producto representadas en la siguiente tabla con el promedio de la ventas altas medias y bajas respectivamente:

**Tabla 31, Elaboracion Propia**

CANTIDAD	CAJA DE 100 PIEZAS	CAJA DE 250 PIEZAS	CAJA DE 500 PIEZAS	CAJA DE 1200
240	\$ 12'672.000	\$ 15'488.002	\$ 16'896.000	\$ 22'527.999
<b>125</b>	<b>\$ 6.600.000</b>	<b>\$8.066.668</b>	<b>\$8.800.000</b>	<b>\$11.733.333</b>

75	\$ 3'960.000	\$ 4'840.000	\$ 5'280.000	\$ 7'039.999
----	--------------	--------------	--------------	--------------

<b>VENTAS TOTALES POR PRODUCTO</b>			
<b>Ventas</b>			<b>Participación del total Ventas</b>
<b>PRODUCTOS</b>	Caja 100 Piezas	\$ 6.600.000,0	18,75%
	Caja de 250 Piezas	\$ 8.066.666,7	22,92%
	Caja de 500 Piezas	\$ 8.800.000,0	25,00%
	Caja de 1200 Piezas	\$ 11.733.333,3	33,33%
	<b>VENTAS TOTALES (VT)</b>	<b>\$ 35.200.000,1</b>	<b>100,00%</b>

En la tabla se explica la participación en ventas que cada producto tiene, aunque en las 4 líneas se planea vender la misma cantidad, lo que hace diferente estos porcentajes es el precio de cada producto. Verificando entonces esta tabla podemos deducir que el producto con mayor margen de contribución es la caja de 1200 piezas con una participación del 33.33% en las ventas.

## 8.2.2 Egresos

### 8.2.2.1 Inversiones

La compañía GOOD TOYS S.A.S cuenta con activos exigibles los cuales están clasificados muebles y equipos de informática.

<b>Activos Fijos Exigibles (Vida Útil)</b>	<b>Valor</b>	<b>Depreciación Mensual</b>
--	--------------	-----------------------------

Muebles y Enseres (10 años)	\$ 6.977.600,0	\$ 58.146,0
Equipos de Informática y Comunicaciones (3 años)	\$ 6.018.600,0	\$ 167.183,0
	\$ 0,0	\$ 0,0

### Salarios:

Los salarios de los empleados de la empresa alcanzan una suma de \$9.995.132 los cuales están discriminados de la siguiente manera:

### Salarios de Producción

#### COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES

Salarios	\$ 1.200.000
Total Apropriaciones	\$ 622.266

Este salario de producción corresponde a la persona de comercio exterior encargada de hacer todo el trámite de importación y demás que sean necesarios, cubriendo todas las prestaciones sociales, parafiscales y seguridad social.

### Salario de Comercialización y Ventas

#### COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS

Salarios	\$ 2.682.000
Total Apropriaciones	\$ 1.390.766

Este valor corresponde a los salarios de los vendedores, el jefe de mercadeo y el diseñador gráfico cubriendo todas las prestaciones sociales, parafiscales y seguro social.

### Salarios de Administración

<b>COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES</b>	
Salarios	\$ 2.700.000
Total Apropriaciones	\$ 1.400.100

Estos costos están destinados para el administrador, el gerente general y la persona de recursos humanos cubriendo todas las prestaciones, seguridad social y parafiscal.

### Gastos Pre operativos

<b>Gastos Pre operativos Disponibles</b>	<b>Valor</b>
Matricula y renovaciones	\$ 698.000,0
Registro de matriculas	\$ 103.000,0
Derechos por inscripción de libros	\$ 10.700,0
Formularios	\$ 4.300,0

Los gastos pre operativos de la compañía se fijaron según los costos de constitución y registro de la cámara de comercio de Bogotá, aun así estos son costos aproximados ya que pueden variar por motivos que corresponden a copias, certificados, y manejos que se presenten.

#### 8.2.2.2 Costos

### Costos Variables

En la siguiente tabla se evidencia los costos variables para cada referencia de GOOD TOYS S.A (Valor de la unidad esta está incluido el transporte, costos de importación, etc.) Ver tabla 13 costeo de importación.

<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Unidade s</b>	<b>Valor Total Por Componente</b>
Caja de 100 Piezas	\$ 6.938,00	1,00	Caja	\$ 6.938,00
<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Unidade s</b>	<b>Valor Total Por Componente</b>
Caja de 250 Piezas	\$ 16.618,00	1,00	Caja	\$ 16.618,00
<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Unidade s</b>	<b>Valor Total Por Componente</b>
Caja de 500 Piezas	\$ 27.708,00	1,00	Caja	\$ 27.708,00
<b>Costos Unitarios de los Componentes del Producto</b>				
<b>Componente</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Unidade s</b>	<b>Valor Total Por Componente</b>
Caja de 1200 Piezas	\$ 55.470,00	1,00	Caja	\$ 55.470,00

### Costos Fijos

A continuación se relacionan los costos fijos del producto tales como arriendo, salarios, prestaciones, servicios públicos etc.

<b>COSTOS FIJOS</b>
---------------------

TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 2.939.766,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 7.422.664,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 6.230.265,0
<b>COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)</b>	<b>\$16.592.695,0</b>

### 8.2.2.3 Gastos

En la siguiente tabla se especifican los gastos fijos de administración de la compañía:

<b>COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES</b>	
Salarios	\$ 2.700.000
Total Apropiaciones	\$ 1.400.100
Servicio Contabilidad	\$ 700.000
Arriendo Oficina	\$ 650.000
Papelería	\$ 147.650
Servicio de alarma	\$ 200.000
Comunicaciones	\$ 150.000
Servicio de mensajero	\$ 100.000
Imprevistos	\$ 604.775
Servicios Públicos	\$ 300.000
Implementos de aseo	\$ 80.000
Gastos Constitución empresa	\$ 68.000
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 322.139
<b>TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 7.422.664</b>

En la siguiente tabla se expresan los gastos de ventas

<b>COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS</b>
--

Salarios	\$ 2.682.000
Total Apropriaciones	\$ 1.390.766
Arrendamiento Local Comercial	\$ 1.107.143
Administración Local	\$ 210.357
Actividades Plan de Ventas Primer Año	\$ 203.333
Valla Publicitaria	\$ 125.000
Página Web (manejo y propiedad)	\$ 91.666
Telefonía	\$ 60.000
Implementos de aseo	\$ 80.000
Papelería	\$ 280.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS</b>	<b>\$ 6.230.265</b>

En esta tabla se relacionan los gastos que van directamente con la importación y almacenamiento de la mercancía.

<b>COSTOS FIJOS DE PRODUCCIÓN MENSUALES</b>
---

Salarios	\$ 1.200.000
Total Apropriaciones	\$ 622.266
Arriendo Bodega	\$ 892.857
Administración Bodega	\$ 169.643
Póliza de Seguro	\$ 55.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 2.939.766</b>

#### 8.2.2.4 Gastos Financieros

En el punto 8.1.2 se puede visualizar las obligaciones financieras que debe de asumir la

empresa.

### 8.3 Estados Financieros Projectados

#### 8.3.1 Flujo de Caja

Esta es la proyección a 5 años que efectuamos con porcentajes tomados de varias fuentes como el banco de la república.

Ingreso Variación Porcentual Anual de Precios	1,55%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Ventas	10,50%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Costos	3,00%
Ingreso Inflación promedio estimada	2,79%

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

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		\$	\$	\$	\$	\$
+ Ingresos por venta		422.400.001	473.986.657	531.873.462	596.829.838	669.719.175
		\$	\$	\$	\$	\$
- Costos variables		187.851.840	193.487.395	199.292.017	205.270.778	211.428.901
		\$	\$	\$	\$	\$
- Costos fijos		199.112.340	205.085.710	211.238.282	217.575.430	224.102.693
		\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Producción		35.277.192	36.335.508	37.425.573	38.548.340	39.704.790
		\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Administración		89.071.968	91.744.127	94.496.451	97.331.344	100.251.285
		\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de comercialización y ventas		74.763.180	77.006.075	79.316.258	81.695.745	84.146.618
	\$ 0	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948
- No Desembolsables		\$	\$	\$	\$	\$
- Intereses Crédito		10.395.696	8.997.881	7.199.923	4.887.277	1.912.607
	\$ 0	\$ 22.336.177	\$ 63.711.722	\$ 111.439.292	\$ 166.392.405	\$ 229.571.025
= Utilidad Antes de Impuestos		\$	\$	\$	\$	\$
- Impuestos	\$ 0	\$ 7.594.300	21.661.986	37.889.359	56.573.418	78.054.149
	\$ 0	\$ 14.741.877	\$ 42.049.737	\$ 73.549.933	\$ 109.818.988	\$ 151.516.877
= Utilidad después de Impuestos		\$	\$	\$	\$	\$
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948	\$ 2.703.948
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 37.642.909
	\$					
Prestamos	43.000.000					
						\$
Recuperación Capital de trabajo						37.350.449
						\$
Valor de Salvamento						292.460
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	46.997.590	\$ 5.878.543	\$ 7.306.225	\$ 9.134.945	\$ 11.479.277	\$ 13.366.070



Activos Fijos	\$ 12.996.200					
Pago Crédito (Capital)		\$ 4.882.981	\$ 6.280.796	\$ 8.078.754	\$ 10.391.400	\$ 13.366.070
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000					
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390	\$ 995.562	\$ 1.025.429	\$ 1.056.191	\$ 1.087.877	
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>\$ 3.997.590</b>	<b>\$ 11.567.282</b>	<b>\$ 37.447.460</b>	<b>\$ 67.118.936</b>	<b>\$ 101.043.659</b>	<b>\$ 178.497.664</b>

Tasa Interna de Retorno	20,98%
Valor Presente Neto	185.081.476
Tasa Interna de Retorno	441,03%

En la proyección de 5 años observamos que según la tasa esperada la cual es del 20% anual obtenemos un VPN de \$185.081.476 y una TIR de 441.03%, son valores positivos dado que los aportes que obtenemos nos permite cubrir los gastos y generar rentabilidad para que la empresa se pueda sostener en el tiempo siempre y cuando se mantengan las ventas positivas.

### 8.3.2 Estados de Pérdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos por concepto de Ventas	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000
- Costo Variables	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320	15.654.320
- Costos Fijos Producción	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766
- Gastos Depreciación	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329
= Utilidad Bruta en Ventas	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585	16.380.585
- Costos fijos de Administración	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265

	ón												
-	Amortización de diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Operativa	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656
+	Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656	2.727.656
-	Impuestos	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403	927.403
=	UTILIDAD NETA	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253	1.800.253
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	1.800.253	3.600.506	5.400.759	7.201.012	9.001.265	10.801.518	12.601.771	14.402.024	16.202.277	18.002.530	19.802.783	21.603.036

Aquí podemos visualizar que tenemos unas ventas de \$35.200.000 de manera mensual y que los costos que más demandan son los variables, por lo que de allí podríamos verificar cuales de estos podríamos minimizar para obtener una utilidad pues la que se evidencia en el proyecto aunque no es negativa, tampoco es lo suficientemente alta para justificar la inversión en el proyecto considerando así que no es viable.

#### 8.4 Evaluación Financiera del proyecto

### 8.4.1 Valor Presente Neto

Este es el valor presente neto con los valores consultados.

Ingreso Variación Porcentual Anual de Precios	1,55%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Ventas	10,50%
Ingreso Variación Porcentual Anual de Costos	3,00%
Ingreso Inflación promedio estimada	2,79%

Valor Presente Neto	185.081.476
---------------------	-------------

### 8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Proyectado a 5 años.

Tasa Interna de Retorno	441,03%
-------------------------	---------

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

Flujo de caja real sin variaciones.

#### FLUJO DE CAJA (MENSUAL) Y EVALUACION FINANCIERA

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960
Medias	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Bajas	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Consolidado	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$	\$										\$
+ Ingresos por venta		35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000	35.200.000
- Costos variables		\$ 15.6	\$ 15.6	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.6

		54.3 20	54.3 20	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	54.3 20
		\$ 16.5	\$ 16.5	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$ 16.5
<b>- Costos fijos</b>	\$ 0	92.6 95	92.6 95	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	92.6 95
Costos fijos de Producción		\$ 2.93	\$ 2.93	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$ 2.93
		9.76 6	9.76 6	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	2.939. 766	9.76 6
Costos fijos de Administración		\$ 7.42	\$ 7.42	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$ 7.42
		2.66 4	2.66 4	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	7.422. 664	2.66 4
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 6.23	\$ 6.23	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$ 6.23
		0.26 5	0.26 5	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	6.230. 265	0.26 5
<b>- No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 225. 329	\$ 225. 329	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225. 329
<b>- Intereses Credito</b>	\$ 0	\$ 911. 600	\$ 903. 934	\$ 896.1 05	\$ 888.1 10	\$ 879.9 45	\$ 871.6 08	\$ 863.0 94	\$ 854.3 99	\$ 845.5 20	\$ 836.4 52	\$ 827.1 93	\$ 817. 737
<b>= Utilidad Antes de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 1.81 6.05 6	\$ 1.82 3.72 2	\$ 1.831. 551	\$ 1.839. 546	\$ 1.847. 711	\$ 1.856. 048	\$ 1.864. 562	\$ 1.873. 257	\$ 1.882. 136	\$ 1.891. 204	\$ 1.900. 463	\$ 1.90 9.91 9
<b>- Impuestos</b>	\$ 0	\$ 617. 459	\$ 620. 066	\$ 622.7 27	\$ 625.4 46	\$ 628.2 22	\$ 631.0 56	\$ 633.9 51	\$ 636.9 07	\$ 639.9 26	\$ 643.0 09	\$ 646.1 57	\$ 649. 372
<b>= Utilidad despues de Impuestos</b>	\$ 0	\$ 1.19 8.59 7	\$ 1.20 3.65 7	\$ 1.208. 824	\$ 1.214. 101	\$ 1.219. 489	\$ 1.224. 992	\$ 1.230. 611	\$ 1.236. 350	\$ 1.242. 210	\$ 1.248. 194	\$ 1.254. 306	\$ 1.26 0.54 6
<b>+ Ajuste por No Desembolsables</b>	\$ 0	\$ 225. 329	\$ 225. 329	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225. 329
<b>+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)</b>	\$ 43.00 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.2 93.6 42
Prestamos	\$ 43.00 0.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.1 85.3 90
Valor de Salvamento													\$ 11.1 08.2 52
<b>- Otros Egresos no deducibles de impuesto</b>	\$ 46.99 7.590	\$ 361. 623	\$ 369. 289	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455. 486
Activos Fijos	\$ 12.99 6.200												
Pago Credito (Capital)		\$ 361. 623	\$ 369. 289	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455. 486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.0 00												
Capital de Trabajo	\$ 33.18 5.390												

FLUJO DE CAJA	-\$ 3.997 .590	\$ 1.06 2.30 3	\$ 1.05 9.69 6	\$ 1.057. 034	\$ 1.054. 316	\$ 1.051. 540	\$ 1.048. 706	\$ 1.045. 811	\$ 1.042. 855	\$ 1.039. 836	\$ 1.036. 753	\$ 1.033. 605	\$ 45.3 24.0 32
---------------	----------------------	-------------------------	-------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	--------------------------

Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	43.96 8.090
Tasa Interna de Retorno	35,81 %

Como se puede observar en este flujo de caja la TIR que arroja es del 35.81% que es mucho mejor que la tasa de rendimiento esperada la cual es del 1.60% mensual, lo que a su vez genera un VPN muy positivo de \$ 43.986.090, de esto se podría deducir aparentemente que el proyecto es altamente atractivo de llevar a cabo debido a la generación de valor por encima de las expectativas en las utilidades, sin embargo al analizar los flujos de caja, aunque la empresa se muestra rentable porque no genera perdidas es evidente el problema de liquidez, pues los flujos van en forma descendente lo que muestra que la empresa en el tiempo esta generando perdidas, ademas que la utilidad es muy baja dejando sin justificación la inversión que se realizo en el proyecto, de esta manera se considera que este no es viable para dicha inversión.

#### 8.4.4 Análisis de Sensibilidad

##### Variación de Precios

**Si el valor de los precios incrementa un 10%**

FLUJO DE CAJA (VARIANDO EL PRECIO)

Conceptos	Inver sión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
+ Ingresos por venta		38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos variables		15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos fijos	\$ 0	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Producción		2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939

		.766	.766	766	766	766	766	766	766	766	766	766	.766
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Administración		7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664
Costos fijos de comercialización y ventas		6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265
- No Desembolsables	\$ 0	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329
- Intereses Crédito	\$ 0	911.600	903.934	896.105	888.110	879.945	871.608	863.094	854.399	845.520	836.452	827.193	817.737
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	5.336.056	5.343.722	5.351.551	5.359.546	5.367.711	5.376.048	5.384.562	5.393.257	5.402.136	5.411.204	5.420.463	5.429.919
- Impuestos	\$ 0	1.814.259	1.816.866	1.819.527	1.822.246	1.825.022	1.827.856	1.830.751	1.833.707	1.836.726	1.839.809	1.842.957	1.846.172
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	3.521.797	3.526.857	3.532.024	3.537.301	3.542.689	3.548.192	3.553.811	3.559.550	3.565.410	3.571.394	3.577.506	3.583.747
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.293.642
Préstamos	\$ 43.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.185.390
Valor de Salvamento													\$ 11.110.8.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.997.590	\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Activos Fijos	\$ 12.996.200												
Pago Crédito (Capital)		\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000												
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997.590</b>	<b>\$ 3.385.503</b>	<b>\$ 3.382.896</b>	<b>\$ 3.380.235</b>	<b>\$ 3.377.516</b>	<b>\$ 3.374.740</b>	<b>\$ 3.371.906</b>	<b>\$ 3.369.011</b>	<b>\$ 3.366.055</b>	<b>\$ 3.363.036</b>	<b>\$ 3.359.953</b>	<b>\$ 3.356.805</b>	<b>\$ 47.647.232</b>

Cambio Porcentual en el Precio	10,00 %
Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	69.151.268
Tasa Interna de Retorno	85,14 %

Al incrementar los precios incrementa el VPN lo cual es algo realmente positivo para la empresa, pero podría ser contraproducente por que como ya hemos analizado dentro de los precios que maneja el sector sería un costo elevado. Además aunque aumenta el valor en los flujos de caja frente al estado actual de la empresa, estos continúan disminuyendo a medida que pasan los meses afectando la liquidez que vista desde cualquier periodo siempre va a terminar por generar perdidas para la compañía, al igual que la utilidad que continua muy baja para justificar la inversión.

### Si el valor del precio disminuye un 10%

#### FLUJO DE CAJA (VARIANDO EL PRECIO)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68
+ Ingresos por venta		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
		\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65
- Costos variables		4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320
		\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59
- Costos fijos	\$ 0	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695
		\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939
Costos fijos de Producción		.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766
		\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422
Costos fijos de Administración		.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664
		\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230
Costos fijos de comercialización y ventas		.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265
		\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3
- No Desembolsables	\$ 0	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
		\$ 911.6	\$ 903.9	\$ 896.1	\$ 888.1	\$ 879.9	\$ 871.6	\$ 863.0	\$ 854.3	\$ 845.5	\$ 836.4	\$ 827.1	\$ 817.7
- Intereses Credito	\$ 0	00	34	05	10	45	08	94	99	20	52	93	37
		-\$ 1.703	-\$ 1.696	-\$ 1.688	-\$ 1.680	-\$ 1.672	-\$ 1.663	-\$ 1.655	-\$ 1.646	-\$ 1.637	-\$ 1.628	-\$ 1.619	-\$ 1.610
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	.944	.278	.449	.454	.289	.952	.438	.743	.864	.796	.537	.081
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		-\$ 1.703	-\$ 1.696	-\$ 1.688	-\$ 1.680	-\$ 1.672	-\$ 1.663	-\$ 1.655	-\$ 1.646	-\$ 1.637	-\$ 1.628	-\$ 1.619	-\$ 1.610
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	.944	.278	.449	.454	.289	.952	.438	.743	.864	.796	.537	.081
		\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
		\$ 43.00	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 43.00											\$ 44.29
Prestamos	\$ 43.00												\$ 3.642

	0.000													
Recuperación Capital de trabajo														\$ 33.18 5.390
Valor de Salvamento														\$ 11.10 8.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.99 7.590	\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86	
Activos Fijos	\$ 12.99 6.200													
Pago Credito (Capital)		\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86	
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.0 00													
Capital de Trabajo	\$ 33.18 5.390													
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997 .590</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>-\$ 1.840 .238</b>	<b>\$ 42.45 3.404</b>

Cambio Porcentual en el Precio	10,00 %
Tasa de Retorno	1,60 %
Valor Presente Neto	12.66 5.922
Tasa Interna de Retorno	7,78 %

Una vez modificados los valores con lo referente al cambio porcentual en precio nos damos cuenta con dicha observación, que no podemos bajar el precio de venta pues el VPN disminuye en gran proporción por lo que se generaría solo perdidas lo cual también se ve reflejado en la tasa de retorno que bajo representativamente del 35,81% al 7,78%, adicional el valor es en la utilidad despues de impuestos es negativo al igual que la liquidez.

**Si disminuye un 3%**

**FLUJO DE CAJA (VARIANDO EL PRECIO)**

Conceptos	Inver sión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14	\$ 34.14



DESARROLLO DE PROYECTO FINAL.docx-Plan de Negocios

		4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos variables		15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320	15.65 4.320
- Costos fijos	\$ 0	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695
Costos fijos de Producción		2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766
Costos fijos de Administración		7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664
Costos fijos de comercialización y ventas		6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265
- No Desembolsables	\$ 0	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29
- Intereses Credito	\$ 0	911.6 00	903.9 34	896.1 05	888.1 10	879.9 45	871.6 08	863.0 94	854.3 99	845.5 20	836.4 52	827.1 93	817.7 37
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	760.0 56	767.7 22	775.5 51	783.5 46	791.7 11	800.0 48	808.5 62	817.2 57	826.1 36	835.2 04	844.4 63	853.9 19
- Impuestos	\$ 0	258.4 19	261.0 26	263.6 87	266.4 06	269.1 82	272.0 16	274.9 11	277.8 67	280.8 86	283.9 69	287.1 17	290.3 32
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	501.6 37	506.6 97	511.8 64	517.1 41	522.5 29	528.0 32	533.6 51	539.3 90	545.2 50	551.2 34	557.3 46	563.5 86
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.00 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.29 3.642
Prestamos	\$ 43.00 0.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.18 5.390
Valor de Salvamento													\$ 11.10 8.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.99 7.590	\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86
Activos Fijos	\$ 12.99 6.200												
Pago Credito (Capital)		\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.0 00												
Capital de Trabajo	\$ 33.18 5.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997 .590</b>	<b>\$ 365.3 43</b>	<b>\$ 362.7 36</b>	<b>\$ 360.0 74</b>	<b>\$ 357.3 56</b>	<b>\$ 354.5 80</b>	<b>\$ 351.7 46</b>	<b>\$ 348.8 51</b>	<b>\$ 345.8 95</b>	<b>\$ 342.8 76</b>	<b>\$ 339.7 93</b>	<b>\$ 336.6 45</b>	<b>\$ 44.62 7.072</b>

Cambio Porcentual en el Precio	- 3,00
--------------------------------	--------

	%
Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	36,41 3.136
Tasa Interna de Retorno	26,19 %

Podemos observar que si disminuimos el precio en un 3% aunque la TIR y el VPN continúan siendo positivos y no se generan pérdidas pero las utilidades serian demasiado bajas, pues si con los valores actuales la compañía tan solo logra sostenerse no sería rentable ya que los ingresos apenas darían para cubrir los gastos si generar mucho valor agregado, al igual que liquidez que también se ve bastante afectada y continua con tendencia a la baja, por lo que no contemplaríamos la opción de disminuir los costos ni en el más mínimo porcentaje.

### Variación de la Demanda (Ventas)

#### Si las ventas aumentan el 10%

#### FLUJO DE CAJA (VARIACION DE LAS VENTAS)

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas		1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056	1056
Medias		550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550
Bajas		330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330
Consolidado		645	645	645	645	645	645	645	645	645	645	645	645

CONCEPTOS	Inver sión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
+ Ingresos por venta		38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000	38.72 0.000
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos variables		17.21 9.752	17.21 9.752	17.21 9.752	17.21 9.752	17.21 9.752	17.21 9.752	17.21 9.752	17.21 9.752	17.21 9.752	17.21 9.752	17.21 9.752	17.21 9.752
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos fijos	\$ 0	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Producción		2.939 .766	2.939 .766	2.939 766	2.939 766	2.939 766	2.939 766	2.939 766	2.939 766	2.939 766	2.939 766	2.939 766	2.939 766
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Administración		7.422	7.422	7.422.	7.422.	7.422.	7.422.	7.422.	7.422.	7.422.	7.422.	7.422.	7.422

		.664	.664	664	664	664	664	664	664	664	664	664	.664
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 911.600	\$ 903.934	\$ 896.105	\$ 888.110	\$ 879.945	\$ 871.608	\$ 863.094	\$ 854.399	\$ 845.520	\$ 836.452	\$ 827.193	\$ 817.737
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 3.770.624	\$ 3.778.290	\$ 3.786.119	\$ 3.794.114	\$ 3.802.279	\$ 3.810.616	\$ 3.819.130	\$ 3.827.825	\$ 3.836.704	\$ 3.845.772	\$ 3.855.031	\$ 3.864.487
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.282.012	\$ 1.284.619	\$ 1.287.281	\$ 1.289.999	\$ 1.292.775	\$ 1.295.610	\$ 1.298.504	\$ 1.301.461	\$ 1.304.479	\$ 1.307.562	\$ 1.310.711	\$ 1.313.926
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.488.612	\$ 2.493.672	\$ 2.498.839	\$ 2.504.115	\$ 2.509.504	\$ 2.515.007	\$ 2.520.626	\$ 2.526.365	\$ 2.532.225	\$ 2.538.209	\$ 2.544.321	\$ 2.550.561
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.293.642
Prestamos	\$ 43.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.185.390
Valor de Salvamento													\$ 11.108.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.997.590	\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Activos Fijos	\$ 12.996.200												
Pago Credito (Capital)		\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000												
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997.590</b>	<b>\$ 2.352.318</b>	<b>\$ 2.349.711</b>	<b>\$ 2.347.049</b>	<b>\$ 2.344.331</b>	<b>\$ 2.341.555</b>	<b>\$ 2.338.720</b>	<b>\$ 2.335.826</b>	<b>\$ 2.332.869</b>	<b>\$ 2.329.851</b>	<b>\$ 2.326.768</b>	<b>\$ 2.323.619</b>	<b>\$ 46.614.046</b>

Cambio Porcentual en las Ventas	10,00 %
Tasa de Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	57.951.679
Tasa Interna de Retorno	60,79 %

Según la simulación si hay un aumento en la demanda del 10%, si bien aumentan las variables

de ingresos por ventas y la utilidad (en un muy bajo porcentaje), los costos variables suben entonces la diferencia seria minima en la utilidad que aumenta restándole a la misma participación.

### Si las ventas disminuyen un 10%

#### FLUJO DE CAJA (VARIACION DE LAS VENTAS)

VENTAS PROYECTADAS (Unidades)	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas	864	864	864	864	864	864	864	864	864	864	864	864
Medias	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Bajas	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270
Consolidado	528	528	528	528	528	528	528	528	528	528	528	528

CONCEPTOS	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68	\$ 31.68
+ Ingresos por venta		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
		\$ 14.08	\$ 14.08	\$ 14.08	\$ 14.08	\$ 14.08	\$ 14.08	\$ 14.08	\$ 14.08	\$ 14.08	\$ 14.08	\$ 14.08	\$ 14.08
- Costos variables		8.888	8.888	8.888	8.888	8.888	8.888	8.888	8.888	8.888	8.888	8.888	8.888
		\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59
- Costos fijos	\$ 0	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695
		\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939	\$ 2.939
Costos fijos de Producción		.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766
		\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422	\$ 7.422
Costos fijos de Administración		.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664
		\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230	\$ 6.230
Costos fijos de comercialización y ventas		.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265
		\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3
- No Desembolsables	\$ 0	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
		\$ 911.6	\$ 903.9	\$ 896.1	\$ 888.1	\$ 879.9	\$ 871.6	\$ 863.0	\$ 854.3	\$ 845.5	\$ 836.4	\$ 827.1	\$ 817.7
- Intereses Credito	\$ 0	00	34	05	10	45	08	94	99	20	52	93	37
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	138.5	130.8	123.0	115.0	106.8	98.52	90.00	81.31	72.43	63.36	54.10	44.64
		12	46	17	22	57	0	6	1	2	4	5	9
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- Impuestos	\$ 0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	138.5	130.8	123.0	115.0	106.8	98.52	90.00	81.31	72.43	63.36	54.10	44.64
		12	46	17	22	57	0	6	1	2	4	5	9
		\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
		\$ 43.00	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	0.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	44.29
		0.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.642

	\$												
Prestamos	43.00 0.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.18 5.390
Valor de Salvamento													\$ 11.10 8.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.99 7.590	\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86
Activos Fijos	\$ 12.99 6.200												
Pago Credito (Capital)		\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.0 00												
Capital de Trabajo	\$ 33.18 5.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997 .590</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>-\$ 274.8 06</b>	<b>\$ 44.01 8.836</b>

Cambio Porcentual en las Ventas	- 10,00 %
Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	29,63 4,996
Tasa Interna de Retorno	19,46 %

Si las ventas disminuyen en un 10% automáticamente se estaría generando destrucción de valor lo cual se evidencia en los flujos que son totalmente negativos, demostrando solo perdidas en el tiempo sin ningún tipo de rentabilidad para la empresa, aun no soportaría nisiquiera los costos fijos mensuales, pues el VPN pasaría de \$ 43.960.090 que es el actual a \$ 29.634.996 disminuyendo en un 67%, al gual que la TIR

**Si las ventas disminuyen un 5%**

**FLUJO DE CAJA (VARIACION DE LAS VENTAS)**

<b>VENTAS PROYECTADAS</b>		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
-------------------------------	--	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

DESARROLLO DE PROYECTO FINAL.docx-Plan de Negocios

(Unidades)													
Altas		912	912	912	912	912	912	912	912	912	912	912	912
Medias		475	475	475	475	475	475	475	475	475	475	475	475
Bajas		285	285	285	285	285	285	285	285	285	285	285	285
Consolidado		557	557	557	557	557	557	557	557	557	557	557	557

CONCEPTOS	Inver sión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
+ Ingresos por venta		33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000	33.44 0.000
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos variables		14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604	14.87 1.604
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Costos fijos	\$ 0	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695	16.59 2.695
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Producción		2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766	2.939 .766
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de Administración		7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664	7.422 .664
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Costos fijos de comercialización y ventas		6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265	6.230 .265
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- No Desembolsables	\$ 0	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Intereses Credito	\$ 0	911.6 00	903.9 34	896.1 05	888.1 10	879.9 45	871.6 08	863.0 94	854.3 99	845.5 20	836.4 52	827.1 93	817.7 37
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	838.7 72	846.4 38	854.2 67	862.2 62	870.4 27	878.7 64	887.2 78	895.9 73	904.8 52	913.9 20	923.1 79	932.6 35
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Impuestos	\$ 0	285.1 82	287.7 89	290.4 51	293.1 69	295.9 45	298.7 80	301.6 75	304.6 31	307.6 50	310.7 33	313.8 81	317.0 96
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	553.5 90	558.6 49	563.8 16	569.0 93	574.4 82	579.9 84	585.6 04	591.3 42	597.2 02	603.1 87	609.2 98	615.5 39
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29	225.3 29
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	43.00 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.29 3.642
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Prestamos	43.00 0.000												
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.18 5.390
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Valor de Salvamento													\$ 11.10 8.252
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	46.99 7.590	361.6 23	369.2 89	377.1 18	385.1 13	393.2 78	401.6 15	410.1 29	418.8 24	427.7 03	436.7 71	446.0 30	455.4 86
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Activos Fijos	12.99 6.200												
		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Pago Credito (Capital)		361.6 23	369.2 89	377.1 18	385.1 13	393.2 78	401.6 15	410.1 29	418.8 24	427.7 03	436.7 71	446.0 30	455.4 86

Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.00													
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390													
FLUJO DE CAJA	-\$ 3.997.590	\$ 417.295	\$ 414.689	\$ 412.027	\$ 409.309	\$ 406.533	\$ 403.698	\$ 400.803	\$ 397.847	\$ 394.828	\$ 391.745	\$ 388.597	\$ 44.679.024	

Cambio Porcentual en las Ventas	- 5,00 %
Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	36.976.295
Tasa Interna de Retorno	26,82 %

Aunque las ventas disminuyan en un 5% y el panorama aparentemente continúe siendo positivo, pues la TIR y el valor de la VPN sigue siendo alentador, no se puede considerar la mas minima disminuci3n ya que los flujos de caja en si son muy bajos y adicional tienden a disminuir al pasar de los meses, evindecando que en un corto plazo la empresa la empresa solo generara perdidas.

### Si los costos variables aumentan un 10%

#### FLUJO DE CAJA (VARIACION COSTOS VARIABLES)

Conceptos	Inver si3n	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000
- Costos variables		\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752	\$ 17.219.752
- Costos fijos	\$ 0	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695	\$ 2.695
Costos fijos de Producci3n		\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766	\$ 2.939.766
Costos fijos de Administraci3n		\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664	\$ 7.422.664
Costos fijos de comercializaci3n y ventas		\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265	\$ 6.230.265

- No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 911.600	\$ 903.934	\$ 896.105	\$ 888.110	\$ 879.945	\$ 871.608	\$ 863.094	\$ 854.399	\$ 845.520	\$ 836.452	\$ 827.193	\$ 817.737
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 250.624	\$ 258.290	\$ 266.119	\$ 274.114	\$ 282.279	\$ 290.616	\$ 299.130	\$ 307.825	\$ 316.704	\$ 325.772	\$ 335.031	\$ 344.487
- Impuestos	\$ 0	\$ 85.212	\$ 87.819	\$ 90.481	\$ 93.199	\$ 95.975	\$ 98.810	\$ 101.704	\$ 104.661	\$ 107.679	\$ 110.762	\$ 113.911	\$ 117.126
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	\$ 165.412	\$ 170.472	\$ 175.639	\$ 180.915	\$ 186.304	\$ 191.807	\$ 197.426	\$ 203.165	\$ 209.025	\$ 215.009	\$ 221.121	\$ 227.361
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.293.642
Prestamos	\$ 43.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.185.390
Valor de Salvamento													\$ 11.108.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.997.590	\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Activos Fijos	\$ 12.996.200												
Pago Crédito (Capital)		\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000												
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997.590</b>	<b>\$ 29.118</b>	<b>\$ 26.511</b>	<b>\$ 23.849</b>	<b>\$ 21.131</b>	<b>\$ 18.355</b>	<b>\$ 15.520</b>	<b>\$ 12.626</b>	<b>\$ 9.669</b>	<b>\$ 6.651</b>	<b>\$ 3.568</b>	<b>\$ 419</b>	<b>\$ 44.290.846</b>

Cambio Porcentual Costos Variables	10,00 %
Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	32.768.501
Tasa Interna de Retorno	22,40 %

Como se ha mencionado, los costos variables son lo que se llevan el mayor porcentaje dentro de la empresa, por lo que no es conveniente permitir que estos aumenten pues



automáticamente se disminuye el VPN haciendo que la liquidez sea casi nula según los flujos de caja, así que se debe intentar que estos antes de incrementar disminuyan.

### Si los costos Variables disminuyen un 10%

#### FLUJO DE CAJA (VARIACION COSTOS VARIABLES)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000
- Costos variables		\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888	\$ 14.08 8.888
- Costos fijos	\$ 0	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695	\$ 16.59 2.695
Costos fijos de Producción		\$ 2.939 .766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 .766	\$ 2.939 766	\$ 2.939 766
Costos fijos de Administración		\$ 7.422 .664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 .664	\$ 7.422 664	\$ 7.422 664
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 6.230 .265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 .265	\$ 6.230 265	\$ 6.230 265
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 911.6 00	\$ 903.9 34	\$ 896.1 05	\$ 888.1 10	\$ 879.9 45	\$ 871.6 08	\$ 863.0 94	\$ 854.3 99	\$ 845.5 20	\$ 836.4 52	\$ 827.1 93	\$ 817.7 37
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 3.381 .488	\$ 3.389 .154	\$ 3.396 983	\$ 3.404 978	\$ 3.413 143	\$ 3.421 480	\$ 3.429 .994	\$ 3.438 689	\$ 3.447 568	\$ 3.456 .636	\$ 3.465 .895	\$ 3.475 .351
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.149 .706	\$ 1.152 .313	\$ 1.154 974	\$ 1.157 693	\$ 1.160 469	\$ 1.163 303	\$ 1.166 .198	\$ 1.169 154	\$ 1.172 173	\$ 1.175 .256	\$ 1.178 .404	\$ 1.181 .619
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.231 .782	\$ 2.236 .842	\$ 2.242 009	\$ 2.247 286	\$ 2.252 674	\$ 2.258 177	\$ 2.263 .796	\$ 2.269 535	\$ 2.275 395	\$ 2.281 .379	\$ 2.287 .491	\$ 2.293 .732
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.00 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.29 3.642
Prestamos	\$ 43.00 0.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.18 5.390
Valor de Salvamento													\$ 11.10 8.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.99 7.590	\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86
Activos Fijos	\$ 12.99 6.200												
Pago Credito		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$

(Capital)		361.6	369.2	377.1	385.1	393.2	401.6	410.1	418.8	427.7	436.7	446.0	455.4
		23	89	18	13	78	15	29	24	03	71	30	86
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.00												
Capital de Trabajo	\$ 33.18												
FLUJO DE CAJA	-\$ 3.997.590	\$ 2.095.488	\$ 2.092.881	\$ 2.090.220	\$ 2.087.501	\$ 2.084.725	\$ 2.081.891	\$ 2.078.996	\$ 2.076.040	\$ 2.073.021	\$ 2.069.938	\$ 2.066.790	\$ 46.357.217

Cambio Porcentual Costos Variables	10,00 %
Tasa Esperada	1,60 %
Valor Presente Neto	55.167.679
Tasa Interna de Retorno	55,17 %

Este panorama es totalmente positivo ya que la mayor carga de los costos de la empresa se encuentra en los variables, de esta manera la empresa continuaría siendo aparentemente sostenible ya que automáticamente incrementa el VPN sobre el actual en \$ 11.199.589, permitiendo que haya mejor liquidez, sin embargo esta según los flujos continua con tendencia a la baja mostrando una empresa que no se mantendrá por mucho tiempo.

### Si los costos fijos aumentan un 10%

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000	\$ 35.200.000
- Costos variables		\$ 15.654.320	\$ 15.654.320	\$ 15.654.320	\$ 15.654.320	\$ 15.654.320	\$ 15.654.320	\$ 15.654.320	\$ 15.654.320	\$ 15.654.320	\$ 15.654.320	\$ 15.654.320	\$ 15.654.320
- Costos fijos	\$ 0	\$ 18.251.965	\$ 18.251.965	\$ 18.251.965	\$ 18.251.965	\$ 18.251.965	\$ 18.251.965	\$ 18.251.965	\$ 18.251.965	\$ 18.251.965	\$ 18.251.965	\$ 18.251.965	\$ 18.251.965
Costos fijos de Producción		\$ 3.233.743	\$ 3.233.743	\$ 3.233.743	\$ 3.233.743	\$ 3.233.743	\$ 3.233.743	\$ 3.233.743	\$ 3.233.743	\$ 3.233.743	\$ 3.233.743	\$ 3.233.743	\$ 3.233.743
Costos fijos de Administración		\$ 8.164.930	\$ 8.164.930	\$ 8.164.930	\$ 8.164.930	\$ 8.164.930	\$ 8.164.930	\$ 8.164.930	\$ 8.164.930	\$ 8.164.930	\$ 8.164.930	\$ 8.164.930	\$ 8.164.930
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 6.853.292	\$ 6.853.292	\$ 6.853.292	\$ 6.853.292	\$ 6.853.292	\$ 6.853.292	\$ 6.853.292	\$ 6.853.292	\$ 6.853.292	\$ 6.853.292	\$ 6.853.292	\$ 6.853.292
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3	\$ 225.3

		29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
- Intereses Credito		\$ 911.600	\$ 903.934	\$ 896.105	\$ 888.110	\$ 879.945	\$ 871.608	\$ 863.094	\$ 854.399	\$ 845.520	\$ 836.452	\$ 827.193	\$ 817.737
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 156.787	\$ 164.453	\$ 172.282	\$ 180.277	\$ 188.441	\$ 196.779	\$ 205.293	\$ 213.988	\$ 222.867	\$ 231.934	\$ 241.194	\$ 250.649
- Impuestos	\$ 0	\$ 53.307	\$ 55.914	\$ 58.576	\$ 61.294	\$ 64.070	\$ 66.905	\$ 69.800	\$ 72.756	\$ 75.775	\$ 78.858	\$ 82.006	\$ 85.221
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 103.479	\$ 108.539	\$ 113.706	\$ 118.983	\$ 124.371	\$ 129.874	\$ 135.493	\$ 141.232	\$ 147.092	\$ 153.076	\$ 159.188	\$ 165.429
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 47.612.181
Prestamos	\$ 43.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 36.503.929
Valor de Salvamento													\$ 11.108.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 50.316.129	\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Activos Fijos	\$ 12.996.200												
Pago Credito (Capital)		\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000												
Capital de Trabajo	\$ 36.503.929												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 7.316.129</b>	<b>-\$ 32.815</b>	<b>-\$ 35.422</b>	<b>-\$ 38.083</b>	<b>-\$ 40.802</b>	<b>-\$ 43.578</b>	<b>-\$ 46.412</b>	<b>-\$ 49.307</b>	<b>-\$ 52.263</b>	<b>-\$ 55.282</b>	<b>-\$ 58.365</b>	<b>-\$ 61.513</b>	<b>\$ 47.547.453</b>

Cambio Porcentual Costos Fijos	10,00 %
Tasa de Esperada	1,60%
Valor Presente Neto	31.521.598
Tasa Interna de Retorno	16,61 %

Los costos fijos son lo que se llevan el menor porcentaje dentro de la empresa de forma individual, pero juntos forman un porcentaje bastante alto generando pérdidas representativas

y mostrando una empresa que no se alcanzaría siquiera a sostener ya que VPN disminuye al igual que la TIR que baja más del 50% sobre la actual que es de 38,8 %.

### Si los costos fijos disminuyen un 10%

#### FLUJO DE CAJA (VARIANDO COSTOS FIJOS)

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000
- Costos variables		\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320
- Costos fijos	\$ 0	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426	\$ 14.93 3.426
Costos fijos de Producción		\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789	\$ 2.645 .789
Costos fijos de Administración		\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398	\$ 6.680 .398
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239	\$ 5.607 .239
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29
- Intereses Credito		\$ 911.6 00	\$ 903.9 34	\$ 896.1 05	\$ 888.1 10	\$ 879.9 45	\$ 871.6 08	\$ 863.0 94	\$ 854.3 99	\$ 845.5 20	\$ 836.4 52	\$ 827.1 93	\$ 817.7 37
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 3.475 .326	\$ 3.482 .992	\$ 3.490 821	\$ 3.498 816	\$ 3.506 980	\$ 3.515 318	\$ 3.523 .832	\$ 3.532 527	\$ 3.541 406	\$ 3.550 .473	\$ 3.559 .733	\$ 3.569 .188
- Impuestos	\$ 0	\$ 1.181 .611	\$ 1.184 .217	\$ 1.186 879	\$ 1.189 597	\$ 1.192 373	\$ 1.195 208	\$ 1.198 .103	\$ 1.201 059	\$ 1.204 078	\$ 1.207 .161	\$ 1.210 .309	\$ 1.213 .524
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 2.293 .715	\$ 2.298 .775	\$ 2.303 942	\$ 2.309 218	\$ 2.314 607	\$ 2.320 110	\$ 2.325 .729	\$ 2.331 468	\$ 2.337 328	\$ 2.343 .312	\$ 2.349 .424	\$ 2.355 .664
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29	\$ 225.3 29
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.00 0.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 40.97 5.103
Prestamos	\$ 43.00 0.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 29.86 6.851
Valor de Salvamento													\$ 11.10 8.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 43.67 9.051	\$ 361.6 23	\$ 369.2 89	\$ 377.1 18	\$ 385.1 13	\$ 393.2 78	\$ 401.6 15	\$ 410.1 29	\$ 418.8 24	\$ 427.7 03	\$ 436.7 71	\$ 446.0 30	\$ 455.4 86
Activos Fijos	\$ 12.99 6.200												
Pago Credito		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$

(Capital)		361.6 23	369.2 89	377.1 18	385.1 13	393.2 78	401.6 15	410.1 29	418.8 24	427.7 03	436.7 71	446.0 30	455.4 86
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.0 00												
Capital de Trabajo	\$ 29.86 6.851												
FLUJO DE CAJA	-\$ 679.0 51	\$ 2.157 .421	\$ 2.154 .814	\$ 2.152 .152	\$ 2.149 .434	\$ 2.146 .658	\$ 2.143 .823	\$ 2.140 .929	\$ 2.137 .972	\$ 2.134 .954	\$ 2.131 .871	\$ 2.128 .722	\$ 43.10 0.610

Cambio Porcentual Costos Fijos	- 10,00 %
Tasa de Retorno	1,60 %
Valor Presente Neto	56.41 4.582
Tasa Interna de Retorno	317,5 9%

En si el valor de los costos fijos no han sido impedimento para que la empresa sea sostenible, así que al disminuir más está contribuyendo en que el VPN aumente pero más la TIR, ya que la actual es de 35,81 y aumentaría hasta el 317,59%, sin embargo la utilidad continua siendo baja respecto a lo que se espera como inversionista al igual que la liquidez.

### Si aumenta la rentabilidad en un 15%

FLUJO DE CAJA (Variacion Tasa de Retorno)													
VENTAS PROYECTADAS (Unidades)		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas		960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960
Medias		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Bajas		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Consolidado		587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587

Conceptos	Inver sión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000	\$ 35.20 0.000
- Costos variables		\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320	\$ 15.65 4.320
- Costos fijos		\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59

DESARROLLO DE PROYECTO FINAL.docx-Plan de Negocios

		2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	
Costos fijos de Producción	\$	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	2.939.766	
Costos fijos de Administración	\$	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	7.422.664	
Costos fijos de comercialización y ventas	\$	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	6.230.265	
- No Desembolsables	\$	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	
- Intereses Credito	\$	911.600	903.934	896.105	888.110	879.945	871.608	863.094	854.399	845.520	836.452	827.193	817.737	
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	1.816.056	1.823.722	1.831.551	1.839.546	1.847.711	1.856.048	1.864.562	1.873.257	1.882.136	1.891.204	1.900.463	1.909.919	
- Impuestos	\$ 0	617.459	620.066	622.727	625.446	628.222	631.056	633.951	636.907	639.926	643.009	646.157	649.372	
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	1.198.597	1.203.657	1.208.824	1.214.101	1.219.489	1.224.992	1.230.611	1.236.350	1.242.210	1.248.194	1.254.306	1.260.546	
+ Ajuste por No Desembolsables	\$	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	225.329	
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$	43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.293.642	
Prestamos	\$	43.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.185.390	
Valor de Salvamento													\$ 11.108.252	
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$	46.997.590	361.623	369.289	377.118	385.113	393.278	401.615	410.129	418.824	427.703	436.771	446.030	\$ 455.486
Activos Fijos	\$	12.996.200												
Pago Credito (Capital)	\$	361.623	369.289	377.118	385.113	393.278	401.615	410.129	418.824	427.703	436.771	446.030	455.486	
Gastos PREOPERATIVOS	\$	816.000												
Capital de Trabajo	\$	33.185.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$</b>	<b>3.997.590</b>	<b>1.062.303</b>	<b>1.059.696</b>	<b>1.057.034</b>	<b>1.054.316</b>	<b>1.051.540</b>	<b>1.048.706</b>	<b>1.045.811</b>	<b>1.042.855</b>	<b>1.039.836</b>	<b>1.036.753</b>	<b>1.033.605</b>	<b>45.324.032</b>

Tasa Esperada	15,00 %
Valor Presente Neto	9.980.924
Tasa Interna de Retorno	35,81 %

En el caso de que aumente la rentabilidad esperada en un 15% vemos que no modifica la tasa interna de retorno ya que continua por debajo de esta, tampoco el estado actual de la empresa en cuanto a sus costos y utilidad, pero en cambio es notable la disminución del VPN considerando que la tasa esperada es un porcentaje muy exigente para la capacidad de la empresa respecto a la demanda generada.

### Si disminuye la rentabilidad en un 15%

FLUJO DE CAJA (Variacion Tasa de Retorno)													
VENTAS PROYECTADAS (Unidades)		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Altas		960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960
Medias		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Bajas		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Consolidado		587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587	587

Conceptos	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
		\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20	\$ 35.20
+ Ingresos por venta		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
		\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65	\$ 15.65
- Costos variables		4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320
		\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59	\$ 16.59
- Costos fijos		2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695	2.695
Costos fijos de Producción		2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939	2.939
		.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766	.766
Costos fijos de Administración		7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422	7.422
		.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664	.664
Costos fijos de comercialización y ventas		6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230	6.230
		.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265	.265
- No Desembolsables		225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3	225.3
		29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
- Intereses Credito		911.6	903.9	896.1	888.1	879.9	871.6	863.0	854.3	845.5	836.4	827.1	817.7
		00	34	05	10	45	08	94	99	20	52	93	37
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	1.816	1.823	1.831	1.839	1.847	1.856	1.864	1.873	1.882	1.891	1.900	1.909
		.056	.722	551	546	711	048	562	257	136	204	463	.919
- Impuestos	\$ 0	617.4	620.0	622.7	625.4	628.2	631.0	633.9	636.9	639.9	643.0	646.1	649.3
		59	66	27	46	22	56	51	07	26	09	57	72

= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 1.198.597	\$ 1.203.657	\$ 1.208.824	\$ 1.214.101	\$ 1.219.489	\$ 1.224.992	\$ 1.230.611	\$ 1.236.350	\$ 1.242.210	\$ 1.248.194	\$ 1.254.306	\$ 1.260.546
+ Ajuste por No Desembolsables		\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329	\$ 225.329
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 43.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 44.293.642
Prestamos	\$ 43.000.000												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 33.185.390
Valor de Salvamento													\$ 11.108.252
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 46.997.590	\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Activos Fijos	\$ 12.996.200												
Pago Credito (Capital)		\$ 361.623	\$ 369.289	\$ 377.118	\$ 385.113	\$ 393.278	\$ 401.615	\$ 410.129	\$ 418.824	\$ 427.703	\$ 436.771	\$ 446.030	\$ 455.486
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 816.000												
Capital de Trabajo	\$ 33.185.390												
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 3.997.590</b>	<b>\$ 1.062.303</b>	<b>\$ 1.059.696</b>	<b>\$ 1.057.034</b>	<b>\$ 1.054.316</b>	<b>\$ 1.051.540</b>	<b>\$ 1.048.706</b>	<b>\$ 1.045.811</b>	<b>\$ 1.042.855</b>	<b>\$ 1.039.836</b>	<b>\$ 1.036.753</b>	<b>\$ 1.033.605</b>	<b>\$ 45.324.032</b>

Tasa Interna de Retorno	15,00 %
Valor Presente Neto	349.272.651
Tasa Interna de Retorno	35,81 %

En este otro caso en el que la rentabilidad disminuye vemos que tampoco afecta los ingresos de la empresa y la TIR no cambia de su 35.81% actual, pero lo que en este caso aumenta representativamente es el VPN respecto al actual que es de \$ 43.968.090 debido a que la tasa espera esta muy debajo de la que realmente se exige por la demanda, saliéndose de lo que indican los estudios de mercado realizados para la ejecion del proyecto.



## 9. Consideraciones Finales

En el transcurso de la elaboración del proyecto partiendo de la información encontrada en el estudio de mercado es evidente que el producto que ofrece GOOD TOYS S.AS (Juguetes Biodegradables), a pesar de la competencia que hay en productos sustitutos la cual no es directa, continua siendo un producto diferente capaz de fijar un nuevo mercado por su capacidad de innovación y la creación de conciencia por el cuidado del medio ambiente ya tan necesario por estos días, sin embargo los juguetes con tecnología tienen acaparado al consumidor de este tipo de artículo encontrando la primera causa que desfavorece su venta.

Desde la evaluación financiera se encontró que el proyecto no es viable por diferentes causas, pues inicialmente el estado de la compañía muestra una propuesta de proyecto altamente atractiva de llevar a cabo debido a la generación de valor por encima de las expectativas en las utilidades, ya que la tasa de rendimiento esperada fue superada representativamente por la TIR, y a la vez el VPN es muy positivo dado a que la inversión es baja y se cuenta con buen apalancamiento financiero, sin embargo analizando desde el punto de vista de otras variables como lo es el flujo de caja, donde aunque los valores son positivos y la empresa no genera pérdidas es evidente el problema de liquidez, pues los flujos van en forma descendente lo que muestra que la empresa en el tiempo está generando pérdidas aunque de manera mínima pero con a corto plazo finalmente no será sostenible ni rentable, además la utilidad es muy baja dejando sin justificación la inversión que se realizó en el proyecto, considerándose no viable desde el punto de vista de los inversionistas.

Para comprobar lo anterior y analizar otras alternativas para una posible solución al problema

latente de liquidez y generación de utilidad, se realizaron diferentes simulaciones en las respectivas variables tanto incrementando como disminuyendo, de esto se concluyó que la compañía no tolera ningún cambio; inicialmente se encontró que es imposible disminuir las ventas, pues con las planteadas inicialmente por la empresa apenas logra cubrir sus costos fijos y generar muy poca utilidad, lo cual no sería lo más viable, en el caso contrario aumentarlas tampoco es una alternativa a considerar, pues para que se refleje un cambio importante en la utilidad y los flujos de caja se debe aumentar como mínimo en un 50% lo cual es un porcentaje totalmente desfazado para la demanda permitida e irreal, pues es imposible lograr este volumen en ventas cuando apenas se cuenta con un solo punto para la distribución. Aparentemente otra de las soluciones sería aumentar el costo de venta lo cual puede ser contraproducente, ya que los costos serían muy elevados respecto a los que se encuentran en el mercado evitando que el producto sea adquirido, entonces afectaría las ventas mensuales por ende los ingresos y la utilidad, aun en el caso hipotético donde si se pudieran aumentar los costos hasta el punto máximo, no se lograría aumentar la rentabilidad y la liquidez lo suficiente para que el proyecto fuera atractivo y genere valor a los inversionistas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Abc Publicitario (2014). Tarifas Medios. Recuperado de:  
<http://www.abcpublicitario.com/medios/tarifas.php?ag=20807>

Alcaldía Mayor de Bogotá (2008) Resolución 3388 de 2008 Ministerio de la Protección Social. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=32545>

ANDI (2013) Balance 2013 y Perspectivas 2014. Recuperado de:  
<http://www.andi.com.co/Archivos/file/ANDI%20%20Balance%202013%20y%20perspectivas%202014.pdf>

Bancoldex. Guía Básica S.A.S. (2009). Recuperado de:  
[http://www.bancoldex.com/documentos/2180\\_Guia\\_SAS-web.pdf](http://www.bancoldex.com/documentos/2180_Guia_SAS-web.pdf)

Banco de la Republica de Colombia (2014) Índice de Precios al Consumidor. Recuperado de:  
<http://www.banrep.gov.co/es/ipc>

Bazar ED Online. Bloques de Construcción. Recuperado de:  
<http://www.bazaredonline.cl/productos/Bloques-de-contruccion-1200-piezas>

Cámara de Comercio Bogotá D.C. Paso a paso para crear empresa (2014). Recuperado de:  
<http://camara.ccb.org.co/crearempresa/pasoapasocrearempresa.aspx>

Cámara de Comercio Bogotá D.C. Tarifas Tramites (2014) Recuperado de:  
[http://camara.ccb.org.co/documentos/13492\\_tarifas\\_2014.pdf](http://camara.ccb.org.co/documentos/13492_tarifas_2014.pdf)

DANE (2005) Boletín Censo General 2005 Bogotá. Recuperado de:  
[https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL\\_PDF\\_CG2005/11000T7T000.PDF](https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/11000T7T000.PDF)

Dinero.com Publicación Junio 2013. Juguetes vs Tabletas. Recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/juguetes-vstabletas/168857>

Dinero.com Publicación Agosto 2014. ¿Cuál será la Inflación esperada en Colombia y sus implicaciones? Recuperado de: <http://www.dinero.com/economia/articulo/implicaciones-del-repunte-inflacion/198298>

El empleo.com (2014) Perfil Empleado. Recuperado de: <http://www.empleo.com/colombia/trabajo/CONTADOR-1881560856>

Finanzas Personales.com.co (2014) Salario Básico para empleadores. Recuperado de: <http://www.finanzaspersonales.com.co/calculadoras/articulo/salario-basico-para-empleadores/39928>

Finanzas Personales.com.co (2014) ¿Cuánto debe de aumentar el canon de su arriendo en 2014? Recuperado de: <http://www.finanzaspersonales.com.co/ahorro-e-inversion/articulo/cuanto-debe-aumentar-arriendo-casa-2014/52495>

Happy Blocks (2014) Juguetes Biodegradables. Recuperado de: <http://www.happyblocks.cl/>

Juguetes Biodegradables SPA (2014) Recuperado de: <https://www.linkedin.com/company/juguetes-biodegradables-spa>

Portafolio.Co. Publicación Diciembre 2011. Importación de juguetes a crecido un 40.5%. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/negocios/importacion-juguetes-ha-aumentado-405>

Soluciones Empresariales Globales SAS. (2014) Outsourcing Contabilidad. Recuperado de: <http://sempreg.com/outsourcing-contable.html>

Sura. (2014) Póliza de Seguros. Recuperado de: <http://www.sura.com/soluciones-empresas/seguro-de-incendio.aspx>

Universia Colombia (2014). 90% de los colombianos practica libremente su religión en el trabajo. Recuperado de: <http://noticias.universia.net.co/actualidad/noticia/2014/03/11/1087336/90-colombianos->

[practica-libremente-religion-trabajo.html](http://practica-libremente-religion-trabajo.html)

Viajar.com (2014) Conversor de Monedas. Recuperado de:

<http://www.viajar.com/servicios/conversor/cop/>

Zona Prop (2014) Locales Comerciales. Recuperado de: <http://aviso.zonaprop.com.co/locales-comerciales-otro-salitre-modelia-occidente-bogota-dc-2350216>

Zona Prop (2014) Bodega Comercial. Recuperado de:

<http://aviso.zonaprop.com.co/oficinas-modelia-occidental-fontibontintal-occidente-bogota-dc-8147460>

## 10. ANEXOS

### Anexo numero 1: Cotizacion Producto

El 15 de septiembre de 2014, 8:46, Maria Estela Tofé<[metofe@juguetesbiodegradables.com](mailto:metofe@juguetesbiodegradables.com)> escribió:  
Hola Marcela,

Aquí te envío una presentación de nuestros productos y los precios de referencia al público en dólares americanos.

Agradecería me enviaras una cantidad aproximada de compra para poder mandarte precios de distribuidor acordes a ella.

Cuéntame por curiosidad, cómo nos conociste?

Quedo atenta a cualquier pregunta. Si me quieres contactar por whatsapp mi celular es el [+569 7447 0584](tel:+56974470584)

Pd. Perdón el retraso de mi respuesta, pero estaba de viaje, ahora la comunicación tendrá más fluidez.

Saludos

María Estela Tofé Lira

Cel. 7447 0584

[www.happyblocks.cl](http://www.happyblocks.cl)

[www.facebook.com/happyblocks](https://www.facebook.com/happyblocks)

El 15 de septiembre de 2014, 11:50, Maria Estela Tofé<[metofe@juguetesbiodegradables.com](mailto:metofe@juguetesbiodegradables.com)> escribió:  
Hola Marcela,

Por el volumen que tiene y el poco peso, creo que conviene más llevarlos en barco, aquí te envío una tabla con las medidas y pesos aproximados.

Cuéntame un poco más de tu idea para recomendarte cantidades, vas a venderle a tiendas? Ya tienes los clientes o vas a buscarlos? Eres tú sola o tienes vendedores?

Para que te hagas una idea acá normalmente cada tienda me compra un pack completo de cada presentación, es decir

30 de las de 100  
20 de las de 250  
12 de las de 500 y  
6 de las de 1.200

Quedo atenta a tus novedades,

Saludos

María Estela Tofé Lira  
Cel. 7447 0584  
[www.happyblocks.cl](http://www.happyblocks.cl)  
[www.facebook.com/happyblocks](https://www.facebook.com/happyblocks)

El 19 de septiembre de 2014, 14:15, Maria Estela Tofé<[metofe@juguetesbiodegradables.com](mailto:metofe@juguetesbiodegradables.com)> escribió:  
Hola Marcela

disculpa la tardanza pero en Chile son las fiestas patrias y estamos en feriado. acá te envío los precios en dólares y los totales por 200 unidades.

caja de 100 a \$2,59 cada una. \$518 total (sería el mismo precio para los álbumes)  
caja de 250 a \$6,21 cada una. \$1.242 total  
caja de 500 a \$10,35 cada una. \$2.070 total  
caja de 1.200 a \$20,72 cada una. \$4.144 total

da un total de \$7.974 dólares

cualquier pregunta, por favor envíame un mail.

Saludos

María Estela

### Anexo numero 2: Cotizacion Transporte

**Envigado, 17 de Septiembre de 2014**

Buenos días Sra. Marcela.

De acuerdo a su solicitud a continuación presentamos cotización solicitada.

Descripción de la mercancía	Juguetes Infantiles
Piezas	5 pallets
Valor de la mercancía	USD 7.974
Metros Cúbicos	7.07 M3
Termino de Negociación	DDP

Transporte Interno Fabrica – Puerto	<b>USD 350.00</b>
Costos aduaneros de exportación	<b>USD 165.00</b>

Tarifa para carga General no peligrosa ni extradimensionada.

Trayecto	San Antonio – Buenaventura (Directo)
Flete Marítimo LCL USD 25 ton/M3	176.75
Elaboración BL USD	25.00
Desconsolidación USD 15 Ton/M3	106.05
Radicación BL	55.00
Uso de Instalaciones 3.75 Ton/M3	26.51
Liberación	15.00
Collect Fee 2% costos de Operación Min	20.00
CAF 2% Valor Fac Min	20.00
Seguro	58.00
Handling	150.00

**Transito estimado 10 días aproximados.**

<b>Costos en Destino</b>	
Nacionalización 0.4% del Vlr Fac Min	250.00 + IVA
Documentación	25.00
Gastos Varios	80.00

**Costo de Importación y Nacionalización USD 1.047.31**



**ALL IN CARGO S.A.S**

Juan Diego Aristizabal Velez  
Gerente Comercial  
Tel (574) 448 65 45  
Dir. Cra 43 No. 36 Sur 29 Of 303  
**Skype: juan.aristizabal27**  
[comercial2allin@une.net.co](mailto:comercial2allin@une.net.co)  
[www.allincargo.com](http://www.allincargo.com)  
Envigado, Colombia



