

SMILE BABY

PRESENTADO A:  
Docente Oscar Hernández

PRESENTADO POR:  
Richard Espinosa  
Yeison Parra



CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

OPCION DE GRADO III

2018

## Contenido

DESCRIPCION DEL NEGOCIO	2
OBJETIVO GENERAL.	4
OBJETIVOS ESPECIFICOS	5
VALORES	6
PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTE	8
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	9
NOMINA	10
PERFIL DE CARGO	11
MANUAL DE FUNCIONES	12
ESTUDIO LEGAL	14
POT	15
ESTUDIO TECNICO OPERATIVO	18
CADENA DE VALOR	19
PLAN DE MARKETING	20
Costo del Producto	21
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	22
ESTRATEGIAS	23
ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	24
HERRAMIENTA DE MARKETING MOVIL	25
PAGINA WEB	26
CARACTERISTICAS DE LA WEB	27
PRESUPUESTO	28
COMO COMPRAR	29
MATIRZ	29

## DESCRIPCION DEL NEGOCIO

Smile Baby es un producto de higiene oral dirigido a los niños de 2 a 7 años, que busca generar conciencia en cuanto a la importancia del cuidado bucal, este se especializará en la producción y comercialización de un producto totalmente innovador que proporcionará a los padres tranquilidad y confianza en el momento de adquirir y usar este producto.

Los niños son una población a la cual la salud oral se le debe dar mucha importancia ya que su estructura dental está en proceso de desarrollo y por esta razón son más aptos para sufrir de diferentes enfermedades como caries o problemas de encías.

A pesar de lo anterior y aunque más del 65% de los padres (Estudio Sanitas Salud Ora) está realmente interesado en la salud oral de sus hijos, tan solo el 41% de los niños lleva a cabo juiciosamente la rutina de aseo tres veces al día y algo menos del 30% usa seda dental de forma frecuente. Además, son muy pocos los que asisten al odontólogo para llevar a cabo sus controles semestrales y cuando lo hacen en una gran mayoría se encuentran problemas orales que podrían evitarse con una adecuada higiene, para lograr esto es esencial una correcta educación sobre los elementos básicos del cuidado de los dientes.

Por esta razón, Smile Baby ha lanzado su nuevo producto, un enjuague bucal en gel, totalmente comestible que ayuda con la limpieza dental y que es propicio para que los niños sientan agrado a la hora de su rutina de aseo. También es un producto llamativo para los padres que sienten que

tienen dificultades con sus hijos a la hora del cepillado, ya sea porque a los niños no les gusta o porque les da pereza.

### **OBJETIVO GENERAL.**

Crear una modelo de negocio, basado en un producto tipo gomita, para el cuidado dental de los niños de 2 a 5 años, en la localidad de Kennedy en la ciudad de Bogotá.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

Ser una empresa reconocida, no solo por su aporte en el cuidado dental de los niños si no por su aporte en facilidad, amigable con el usuario y divertido.

Generar una parte gráfica, tan consistente para nuestro producto, que sea pieza clave para el desarrollo de nuestras actividades y producción.

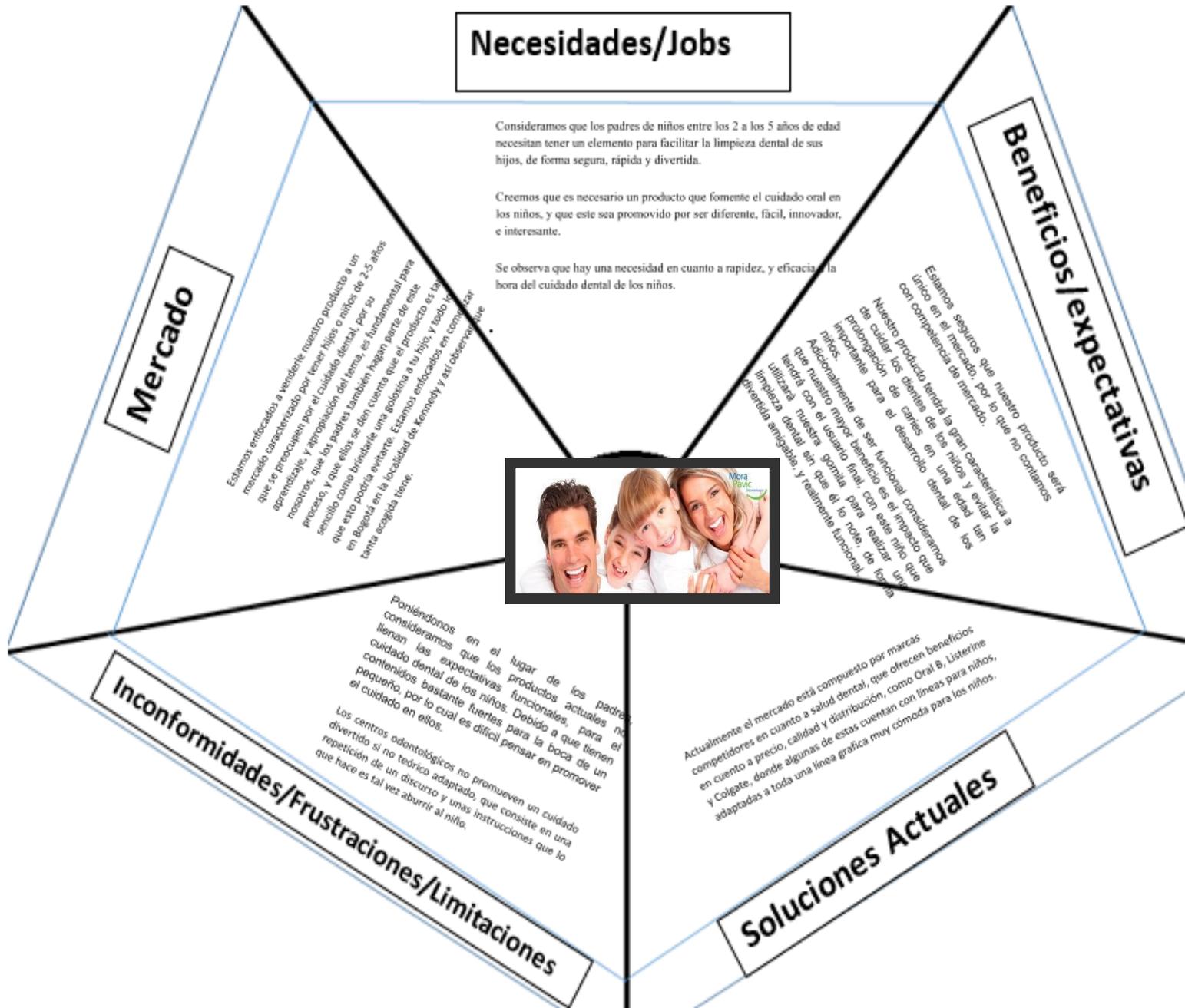
## VALORES

Enfoque en el desarrollo del negocio a largo plazo sin perder de vista la necesidad de obtener continuamente resultados amigables y fuertes con los niños.

Crear todo un concepto familiar, amigable, responsable y fiel al producto que promueva, todas las características de nuestra empresa.

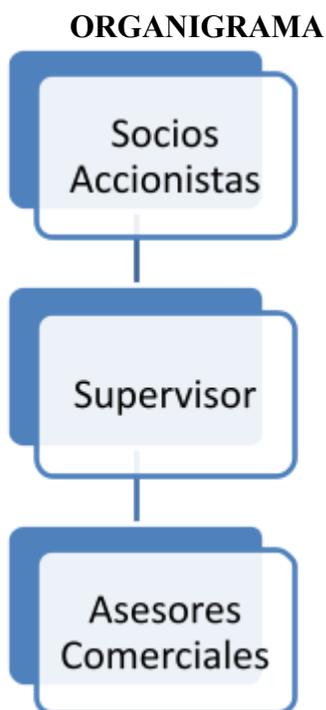
Compromiso con prácticas empresariales, divulgación, y producción, ética responsable, y bioresponsable, para nuestro público.

# PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTE



## ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de poner un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.



### **Modelo administrativo para la ejecución del proyecto**

El modelo administrativo para la ejecución del proyecto Smile Baby, estará definido bajo una estructura que se plantea desde los principios de la administración con el objetivo planteado de “Dar a conocer la marca y empezar a difundir el producto Smile Baby”:

Tipos de vinculación o contratos

**Contrato a término indefinido:** es aquel que no tiene estipulada una fecha de terminación de la obligación entre el empleado y el empleador, cuya duración no está determinada por la obra o la naturaleza de la labor contratada, o no se refiera de manera explícita a un trabajo ocasional o transitorio. Puede hacerse por escrito o de manera verbal.

## NOMINA

### COSTOS FIJOS

<b>Mano de Obra</b>	<b>Cantida d</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Jefe de Planta	1	1.200.000	1.200.000
Jefe Administrativo	1	1.200.000	1.200.000
Operarios	5	700.000,00	3.500.000
Diseñador	1	1.000.000	1.000.000
Operadora	2	700.000,00	1.400.000
Total Mano de Obra			8.300.000
Arriendo			1.800.000
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>			<b>10.100.000</b>

## **PERFIL DE CARGO**

### **ASESOR COMERCIAL**

Contrato a término fijo: Según el Artículo 46 del Código Sustantivo del Trabajo y el Artículo 28 de la Ley 789 de 2002 es un contrato laboral que tiene un límite temporal especificado, que puede ser prorrogado indefinidamente, salvo en los casos en los cuales el plazo pactado sea inferior a un año.

### **PERFIL DE PUESTO DE (SUPERVISOR)**

Contrato a término fijo: Según el Artículo 46 del Código Sustantivo del Trabajo y el Artículo 28 de la Ley 789 de 2002 es un contrato laboral que tiene un límite temporal especificado, que puede ser prorrogado indefinidamente, salvo en los casos en los cuales el plazo pactado sea inferior a un año.

## **MANUAL DE FUNCIONES**

### **FUNCIONES:**

Volanteo del producto smile baby a en los stand,  
 Asesorar a los clientes  
 Dar a conocer el producto  
 Atender todas aquellas demandas que lleguen vía telefónica, correo electrónico, o cualquier otro medio, y le sean asignadas.  
 Acompañamiento a los clientes  
 Realizar seguimiento de cada cliente hasta el cierre de la venta  
 Prestar atención postventa en los supuestos en que surjan problemas posteriores a la venta del producto  
 Responsabilizarse de la consecución de los objetivos definidos

**EXPERIENCIA:** Al menos 2 años de experiencia como comercial

**PERFIL COMPETENCIAL:** Marcada orientación comercial, inquietud empresarial, compromiso, emprendedor, entusiasta, dispuesto a asumir retos profesionales, con iniciativa, seguro de sí mismo, espíritu de trabajo en equipo y dispuesto a asumir la operativa de trabajo que les trasmitamos.

**SE REQUIERE:** Bachillerato, Formación Técnico, Tecnólogo en áreas comerciales o marketing

**PERFIL DE PUESTO DE (SUPERVISOR)**

### **FUNCIONES**

Preparar los Pronósticos de Ventas  
 Preparar los Pronósticos de Gastos  
 Buscar y elegir otros Canales de Distribución y Venta  
 Investigar, sugerir y elaborar Planes Promocionales: Regalos, Ofertas, Canjes, Descuentos, Bonificaciones, etc.

Capacitarse y buscar asesoramiento en tareas específicas

Analizar y organizar los tiempos y movimientos de las rutas y zonas de venta

Analizar o estudiar y obtener las rutas de venta convenientes y asignar el número exacto de vendedores

Crear programas de capacitación y adoctrinamiento para toda la fuerza de ventas

Preparar manuales de funciones de los vendedores

Tener todo el material adecuado para la capacitación y formación de los vendedores, como padrones de clientes, planos de rutas, formularios, catálogos, cartas, material POP, etc.

Escuchar siempre a los vendedores y orientarlos sobre sus dudas

Felicitar y en lo posible premiar los logros de cada vendedor

Debe realizar el seguimiento constante del cumplimiento de los objetivos y metas de la semana, mes y año. (CUOTA DEL DÍA)

Reunirse con su Equipo de Ventas en fechas preestablecidos

EXPERIENCIA: 3 años como supervisor de puntos de ventas certificable

PERFIL COMPETENCIAL: Líder en coordinación de grupos, Manejo lenguaje formal, alto grado de responsabilidad, conocimiento de Excel, conocimiento de la ciudad, Lectura de indicadores, Capacitación fuerza de ventas, Conocimiento de software (planificación de turnos y logísticos), alto compromiso empresarial, motivacional, desarrollo de informes, entrega de resultados.

SE REQUIERE: Profesional en administración de empresas, marketing, ingenierías o publicista

## **ESTUDIO LEGAL**

### **DISPOSICIONES LEGALES**

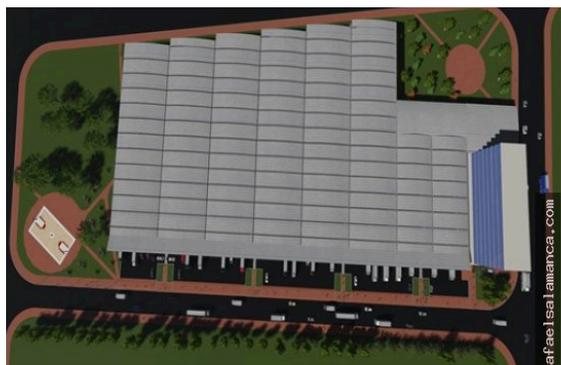
Estamos regulados por la secretaria distrital de salud y sus organismos son: El Ministerio de la Salud y Protección Social (Colombia), la Comisión de Regulación en Salud (CRES) que reemplazó al Consejo Nacional de Seguridad Social en Salud (CNSSS) por la Ley 1122 de 2007, y la Superintendencia Nacional de Salud que vigila y controla a los actores del sistema.

### **INVIMA**

es el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, es una entidad de vigilancia y control de carácter técnico científico, que trabaja para la protección de la salud individual y colectiva de los colombianos, mediante la aplicación de las normas sanitarias asociada al consumo y uso de alimentos,

## POT

### BODEGA EN FONTIBON 9500 M2 PARQUE INDUSTRIAL



Código: 598882

Estado: Usado

País: Colombia

Provincia: Cundinamarca

Ciudad: Bogotá D.C.

Zona: Fontibón

Tipo de Inmueble: Bodega

Tipo de Negocio: Arriendo

Área útil: 9500 M2

#### DESCRIPCION

Listas para entrega en mayo de 2018 la primera etapa son 3 bodegas

Son dos bodegas de 2.500 metros cuadrados y una de 4.500 metros cuadrados. Todavía están abiertas así que dé podría rentar un área grande.

Están dentro de Bogotá

Las placas resisten 7.5 toneladas por metro cuadrado

La altura a cercha es de 12 y 14 a cumbre

No están en parque, son bodegas independientes por consiguiente no tienen administración

Están ubicadas en Fontibón, en plena vía principal entre la esperanza y la calle 13

Valor del metro cuadrado \$ 19.000 más IVA

- La placa de Contrapiso, endurecida y acabado esmaltado con una capacidad de 7,5 Ton / m<sup>2</sup>.
- Tanque de almacenamiento para agua potable y RCI capacidad 600 m<sup>3</sup>.
- La estructura de las bodegas será metálica, las cuales incluye columnas, cubierta, apoyo de fachadas laterales y fachada principal, apoyo para elementos No estructurales, apoyo para canales y bajantes, las columnas perimetrales serán en concreto.
- La mampostería perimetral de las bodegas será hasta 4m en bloque estructural, de 19cm de alto, 14 de ancho y 39 de largo, color gris y textura lisa.
- Cubierta superior: la cubierta del área de almacenamiento o bodega debe ser sencilla.
- La altura de las columnas será 40 Ft, o 12 m y la distancia máxima medida a la mayor altura de la cubierta será 48 Ft, o 14.63 m.
- Bombas eléctricas.
- Red en tubería PVC y metálica .
- Transformadores para cada bodega de 45 KVA, para las pequeñas y 75 KVA para las grandes
- Cableado desde el punto de entrega de condensa hasta el punto cero de las bodegas, las instalaciones internas están a cargo del arrendatario.
- Se entrega en sistemas de incendio , red de gabinetes interno , y red de roceadores a punto cero , la red interna esta a cargo del arrendatario.
- Planta eléctrica.

#### BODEGA EN FONTIBON 9500 M2 PARQUE INDUSTRIAL



#### Área de Actividad Industrial (Fontibón)

**Área de Actividad Residencial.** Es la que designa un suelo como lugar de habitación, para proporcionar alojamiento permanente a las personas.

2. **Área de Actividad Dotacional** Es la que designa un suelo como lugar para la localización de los servicios necesarios para la vida urbana y para garantizar el recreo y esparcimiento de la población, independientemente de su carácter público o privado.

3. **Área de Actividad de Comercio y Servicios.** Es la que designa un suelo para la localización de establecimientos que ofrecen bienes en diferentes escalas, así como servicios a empresas y personas.

4. **Área de Actividad Central.** Es la que designa el suelo del Centro Tradicional de la ciudad y de los núcleos fundacionales de los municipios anexados, para la localización de actividades que responden a las funciones de carácter central que cumplen dentro del modelo de ordenamiento territorial. Allí conviven usos de vivienda, comercio, servicios, y dotacionales, configurando sectores específicos.

5. **Área Urbana Integral.** Es la que señala un determinado suelo urbano y/o de expansión para proyectos urbanísticos que combinen armónicamente zonas de vivienda, zonas de comercio y servicios, zonas de industria y zonas dotacionales, en concordancia con la estrategia de ordenamiento territorial prevista para las diferentes zonas y centralidades.

6. **Área de Actividad Industrial.** Es aquella en la que se permite la localización de establecimientos dedicados a la producción, elaboración, fabricación, preparación, recuperación, reproducción, ensamblaje, construcción, reparación transformación, tratamiento, y manipulación de materias primas, para producir bienes o productos materiales.

7. **Área de Actividad Minera.** Son las áreas donde se encuentran las minas de materia prima, arcilla, arenas, rechos y en general los agregados pétreos, utilizados en la producción de materiales para la industria de la construcción.

.Estos principios comprometen decisiones de ordenamiento territorial en tres estructuras superpuestas e interdependientes:

La estructura ecológica principal,  
la estructura funcional de servicios y  
la estructura socio - económica y espacial.

Tales decisiones afectan de forma integral e interdependiente todo el territorio urbano, de expansión y rural del distrito capital.

El POT define:

La Clasificación del suelo (Urbano, de Expansión Urbana, Suburbano, Rural, de Protección.

Los límites de crecimiento de la ciudad.

Dónde se pueden desarrollar las diferentes actividades (vivienda, comercio, industria), condiciones de edificabilidad y Cuál es la infraestructura física necesaria (vías, espacios públicos, equipamientos).

## ESTUDIO TECNICO OPERATIVO

### Ficha técnica



Nombre	Smile Kids
Vida útil	60 días
Ración por porción	32g
Presentación	Frasco de 16cm
Ingredientes	Gelatina sin sabor, fluoruro de sodio, sorbitol, agua, sílice hidratado, PEG-12, goma de glucosa, lauril, sulfato de sodio, sabor, sacarina de sodio, mica, dióxido de titanio, D & C amarillo 10, FD & C no azul.1
Color	Azul celeste
Textura	Gomita

## CADENA DE VALOR

Infraestructura de la empresa: Planificación estratégica y control de gestión.

Gestión de recursos humanos: Gestión por competencias

Desarrollo de tecnología: ventas solo vía Whatsapp

Compras: Gestión de relaciones al por mayor

Logística	Operaciones	Logística	Marketing y ventas	Servicios
Entrada		Salida	Construir equipo	Gestión siniestros
Análisis de datos	Suplementos	Cobro	ventas	Revisión riesgo
	Proyectos	Entrega de	Gestión de relaciones	

Documentos Construcción de marca

## PLAN DE MARKETING

### Portafolio de Producto



Smile Baby

### Nuestro Concepto

**Smile Baby**, busca promover el interés y los hábitos de prevención de una higiene deficiente en los niños de 1 a 5 años, brindando un estado positivo en la salud oral durante la etapa de la infancia

### Nuestro Producto

Smile Baby ha lanzado su nuevo producto, un enjuague bucal en gel, totalmente comestible que ayuda con la limpieza dental y que es propicio para que los niños sientan agrado a la hora de su rutina de aseo. También es un producto llamativo para los padres que sienten que tienen dificultades con sus hijos a la hora del cepillado, ya sea porque a los niños no les gusta o porque les da pereza



### Costo del Producto

\$9.800  
Incluye:

<b>Cloruro de Cetilpiridinio</b>
<b>Fluoruro de Sodio</b>
<b>Glicerina</b>
<b>Aceite de Risino</b>
<b>Metilparabeno</b>
<b>Propilparabeno</b>
<b>Sacarina Sódica</b>
<b>Benzoato de Sodio</b>
<b>Agua</b>
<b>Envases</b>
<b>Sticker del Envase</b>

## **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

- ▶ **E-Commerce:** Por medio del posicionamiento de nuestra página web en los buscadores haremos la página accesible a quien requiera nuestro servicio, posterior a esto cuando el cliente ingrese a la página será detectado por un rastreador que activara un chat para responder las preguntas del cliente y/o concretar una venta, también tendremos la opción por medio de contáctenos de ampliar información a los clientes y crear un canal de comunicación más personalizado.

## **Social Commerce**

- ▶ **Generaremos contenido acerca de la seguridad y cuidado de la higiene oral de los niños nuestro perfil de usuarios para que por medio de la publicación y vitalización de estos creemos la necesidad de adquirir nuestros productos y servicios con mensajes cautivadores. Nos enfocaremos a las redes Facebook e Instagram.**

## **ESTRATEGIAS**

- ▶ **SEM: Para lograr llegar al posicionamiento del mercado vamos a utilizar la herramienta SEM ya que es muy fácil y rápido a la hora de búsqueda de nuestro producto y con la finalidad de impulsar nuestro producto por medio del marketing**
- ▶ **Desarrollaremos la estrategia SEM por medio de google adwords**
- ▶ **Ventas Personales: Dentro de los supermercados y puntos directos de venta se dispondrán asesores que estarán encargados de la divulgación, promoción y venta de**

**Smile Baby y así mismo de las asesorías necesarias sobre el producto. Igualmente, se manejarán actividades de activación de marca, obsequios y muestras gratis con lo que los padres y niños podrán conocer el producto.**

- ▶ **Ferias:** A través de ferias de salud oral se dará a conocer el producto por medio de actividades en las que se da a conocer el producto y se establece un contacto directo con el comprador para incentivar y promover su compra.
- ▶ **Comerciales Televisivos:** Estos se realizarán a través de canales infantiles donde se promueva la imagen y uso del producto, por medio de imágenes divertidas y educativas que hagan que los niños quieran adquirir el producto y de esta forma lo pidan a sus padres. de igual manera estos comerciales deben atraer a los padres mostrando los beneficios que tiene el producto.
- ▶ **Página Interactiva:** Esta será una página web que además de servir a los padres como guía de uso del producto y atención al cliente, podrá ser usada por los niños donde encontrarán distintos juegos que les enseñara la importancia de la higiene oral mientras se divierten. así mismo la página estará realizando promoción del producto y los beneficios del mismo.

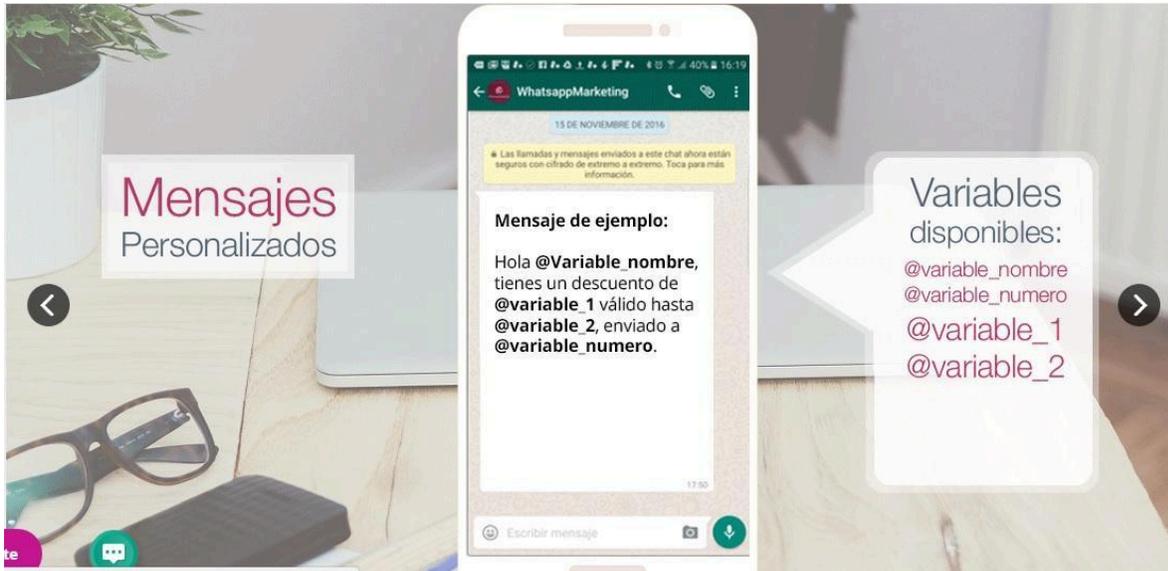
## **ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN**

- ▶ **se utilizarán canales de distribución ajenos, que consisten vender el producto a través de mayoristas y tiendas que no son de nuestra propiedad. Esto ya que nuestros puntos de distribución serán, mini mercados, supermercados, droguerías y farmacias.**
- ▶ **De la misma manera será un tipo de distribución selectiva donde se seleccionaran los mejores puntos de venta de cada zona, como por ejemplo supermercados Éxito,**

**Jumbo, Drogas la Rebaja, etc., de esta forma podemos diferenciarnos y hacer que nuestra marca sea más creíble y posicionada.**

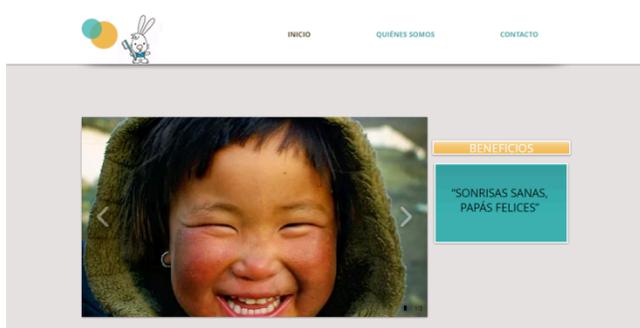
## **HERRAMIENTA DE MARKETING MOVIL**

- ▶ **Utilizaremos unas de las herramientas mas utilizada en el mundo y poderosa para el marketing llamada:**



## PAGINA WEB

<http://jeissonvalderrama.wixsite.com/smilebaby>



## CARACTERISTICAS DE LA WEB

Diseño atractivo.

Una buena imagen dice más q mil palabras en una web, una primera impresión cuenta ya que representa nuestro negocio e incluso nos representa a nosotros mismos. Si a un usuario no le gusta lo que ve o no le genera confianza, lo más probable es que abandone el sitio web

Debe ser intuitivo.

Hacer fácil la navegación genera que las visitas consigan fácilmente su objetivo, además evita abandonos en tu página web por lo cual un buen diseño genera confianza, seriedad y muy buena impresión.

Contenidos de utilidad.

La temática y las búsquedas deben ir acordes con el usuario final si no lo más seguro es que el visitante abandone la página.

Información de contacto.

Es muy importante situar en lugares visibles todos los datos de nuestro contacto teléfonos y dirección. Se indica en este, que no se debe enlazar email directamente, sino que utilicemos enlaces a formularios de contacto.

También debemos incitar al usuario a realizar una acción como por ejemplo contactar con nosotros o solicitar más información. Si nuestro contenido genera interés es muy probable que el usuario quiera saber más.

Velocidad de la web.

Las páginas que tardan en mucho en cargar son un problema y más el tiempo para nuestros clientes vale oro y lo que más le incomoda a cualquier persona es tener que esperar.

Contenido estructurado.

Un desglose del contenido claro y sencillo que debe estar bien explicado. La importancia de una estructura clara y objetiva es lo que mantendrá a tu usuario conectado, recuerda que una información siempre debe ser concisa y sencilla.

## **PRESUPUESTO**

Anuncio publicitario digital

Valor \$ 100.000

Posicionamiento en redes sociales \$ 875.000 anual

Ferías Valor \$ 200.000

Ventas Personales Valor \$300.000

}

## **COMO COMPRAR**

Puedes acercarte a nuestros puntos de venta, en la página web o redes sociales.

Medios de Pago



## MATIRZ ANÁLISIS DE PROYECCIÓN

COMPORTAMIENTO DE CARTERA						
DESCRIPCIÓN	HORIZONTE DEL PROYECTO					TOTAL
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas	305.760.000	314.932.800	324.380.784	334.112.208	344.135.574	<b>1.623.321.365</b>
Menos: Saldo Final (*)	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Ingreso por ventas</b>	<b>305.760.000</b>	<b>314.932.800</b>	<b>324.380.784</b>	<b>334.112.208</b>	<b>344.135.574</b>	<b>1623321365</b>

EMPRESA S.A.S.						
FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS DE EFECTIVO						
Ingreso por ventas		275184000	283439520	291942706	300700987	309722016,4

EGRESOS DE EFECTIVO						
Compras Mp / Inventarios		12751200	13197492	13659404,2	14137483,4	14632295,29
Nómina Operativa		63722495,5	65784690,3	67914002,5	70112625,7	72382825,01
Costos Indirectos de Fabricación		22800000	23598000	24423930	25278767,6	26163524,41
Gastos Admon y Ventas		123413552	127207817	131125175	135171805	139351975
Pago de Impuesto de Renta		0	0	3414120,33	-5390664,23	-26386612,36
Pago de Dividendos			12528790,4	7626198,61	2048472,2	-1078132,846
Pago de deuda		0	0	0	0	0
Total egresos de Efectivo		222687248	242316789	248162830	241358490	225065874,5
Flujo Neto de efectivo Operativo		52496752,1	41122730,6	43779875,3	59342496,8	84656141,88
Inversiones	-150000000					
Flujo Neto Total	-150000000	52496752,1	41122730,6	43779875,3	59342496,8	84656141,88
Mas: Saldo Inicial de Caja			52496752,1	93619482,7	137399358	196741854,8
Igual: Saldo Caja (Superavit o Deficit)		52496752,1	93619482,7	137399358	196741855	281397996,6
Flujo neto Acumulado	-150000000	-11000000	1000000	1000000	445550	12

45								
46								
47	<b>Análisis de sensibilidad</b>							
48		<b>EMPRESA S.A.S.</b>						
49		<b>ANÁLISIS PROBABLE</b>						
50	Análisis Actual	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	
51	Ingresos de Efectivo		275.184.000	283.439.520	291.942.706	300.700.987		309.722.016
52	Egresos de Efectivo		222.687.248	242.316.789	248.162.830	241.358.490		225.065.874
53	Flujo Neto de efectivo operativo		52.496.752	41.122.731	43.779.875	59.342.497		84.656.142
54	Inversiones	-150.000.000	0	0	0	0		0
55	<b>Flujo Neto Total</b>	-150.000.000	52.496.752	41.122.731	43.779.875	59.342.497		84.656.142
56								
57								
58								
59		<b>EMPRESA S.A.S.</b>						
60		<b>ANÁLISIS PESIMISTA</b>						
61	<b>95%</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	
62	Ingresos de Efectivo		261.424.800	269.267.544	277.345.570	285.665.937		294.235.916
63	Egresos de Efectivo		222.687.248	242.316.789	248.162.830	241.358.490		225.065.874
64	Flujo Neto de efectivo operativo		38.737.552	26.950.755	29.182.740	44.307.447		69.170.041
65	Inversiones	-150.000.000	0	0	0	0		0
66	<b>Flujo Neto Total</b>	-150.000.000	38.737.552	26.950.755	29.182.740	44.307.447		69.170.041
67								
68								
69								
70		<b>EMPRESA S.A.S.</b>						
71		<b>ANÁLISIS OPTIMISTA</b>						
72	<b>105%</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	
73	Ingresos de Efectivo		288.943.200	297.611.496	306.539.841	315.736.036		325.208.117
74	Egresos de Efectivo		222.687.248	242.316.789	248.162.830	241.358.490		225.065.874
75	Flujo Neto de efectivo operativo		66.255.952	55.294.707	58.377.011	74.377.546		100.142.243
76	Inversiones	-150.000.000	0	0	0	0		0
77	<b>Flujo Neto Total</b>	-150.000.000	66.255.952	55.294.707	58.377.011	74.377.546		100.142.243
78								
79								
80								
81		<b>Actual</b>		<b>Pesimista</b>		<b>Optimista</b>		
82	Tasa Interna de retorno (TIR)	23%		11%		34%		
83	Valor Presente Neto (VPN)		-7.221.943		-46.005.943		31.562.056	
84	Valor Presente Neto (Ingresos)		775.679.993		736.895.993		814.463.992	
85	Valor Presente neto (Egresos)		632.901.936		632.901.936		632.901.936	
86	Relación Beneficio - Costo	1,2		1,2		1,3		
87								

<b>DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES</b>						
<b>De Operación</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>TOTAL</b>
Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipos	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	45.000.000
Vehículos	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	45.000.000
<b>Total Depreciación Operación</b>	<b>18.000.000</b>	<b>18.000.000</b>	<b>18.000.000</b>	<b>18.000.000</b>	<b>18.000.000</b>	<b>90.000.000</b>
<b>De Administración</b>						
Equipos Computo y comunic	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	25.000.000
Muebles y Enseres	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	17.500.000
<b>Total Depreciación Admin</b>	<b>8.500.000</b>	<b>8.500.000</b>	<b>8.500.000</b>	<b>8.500.000</b>	<b>8.500.000</b>	<b>42.500.000</b>
<b>Total Gastos Depreciación</b>	<b>26.500.000</b>	<b>26.500.000</b>	<b>26.500.000</b>	<b>26.500.000</b>	<b>26.500.000</b>	<b>132.500.000</b>
<b>AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS</b>						
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>TOTAL</b>
Licencias, trámites legales	0	0	0	0	0	0
Otro	0	0	0	0	0	0
Seguros (A un año)	0	0	0	0	0	0
<b>Total Amortización diferidos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>INVERSIÓN CIRCULANTE</b>						
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>TOTAL</b>
Capital de trabajo	0	0				0
<b>TOTAL DIFERIDOS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>26.500.000</b>	<b>26.500.000</b>	<b>26.500.000</b>	<b>26.500.000</b>	<b>26.500.000</b>	<b>132.500.000</b>
<b>COMPRA DE MATERIA PRIMA E INSUMOS</b>						
<b>COMPRA DE MATERIA PRIMA E INSU</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
Mat P / Inventario 1	3.600.000	3.726.000	3.856.410	3.991.384	4.131.083	19.304.877
Mat P / Inventario 2	3.000.000	3.105.000	3.213.675	3.326.154	3.442.569	16.087.398
Mat P / Inventario 3	4.920.000	5.092.200	5.270.427	5.454.892	5.645.813	26.383.332
Mat P / Inventario 4	1.440.000	1.490.400	1.542.564	1.596.554	1.652.433	7.721.951
Mat P / Inventario 5	1.020.000	1.055.700	1.092.650	1.130.892	1.170.473	5.469.715
Mat P / Inventario 6	1.200.000	1.242.000	1.285.470	1.330.461	1.377.028	6.434.959
<b>Total Egreso Mat P / Inventario</b>	<b>15.180.000</b>	<b>15.711.300</b>	<b>16.261.196</b>	<b>16.830.337</b>	<b>17.419.399</b>	<b>81.402.232</b>

PROYECCIÓN DE COSTOS DE OPERACION						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de personal	63.722.496	65.784.690	67.914.003	70.112.626	72.382.825	339.916.639
Otros gastos de personal	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento Equipos	1.200.000	1.242.000	1.285.470	1.330.461	1.377.028	6.434.959
Mantenimiento Instalaciones	3.000.000	3.105.000	3.213.675	3.326.154	3.442.569	16.087.398
Servicios Públicos	3.000.000	3.105.000	3.213.675	3.326.154	3.442.569	16.087.398
Arriendos	14.400.000	14.904.000	15.425.640	15.965.537	16.524.331	77.219.509
Dotación	1.200.000	1.242.000	1.285.470	1.330.461	1.377.028	6.434.959
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
Depreciación Operativa	18.000.000	18.000.000	18.000.000	18.000.000	18.000.000	90.000.000
<b>Total Costos</b>	<b>104.522.496</b>	<b>107.382.690</b>	<b>110.337.933</b>	<b>113.391.393</b>	<b>116.546.349</b>	<b>552.180.861</b>
PROYECCIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE PRODUCCIÓN						
NOMINA PARA EL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>Sueldos Basicos</b>						
Empleado 1	14.400.000	14.875.200	15.366.082	15.873.162	16.396.977	76.911.421
Empleado 2	10.800.000	11.156.400	11.524.561	11.904.872	12.297.732	57.683.565
Empleado 3	9.900.000	10.226.700	10.564.181	10.912.799	11.272.921	52.876.602
Empleado 4	8.400.000	8.677.200	8.963.548	9.259.345	9.564.903	44.864.995
Empleado 5	18.000.000	18.594.000	19.207.602	19.841.453	20.496.221	96.139.276
<b>Total Sueldos</b>	<b>61.500.000</b>	<b>63.529.500</b>	<b>65.625.974</b>	<b>67.791.631</b>	<b>70.028.754</b>	<b>328.475.859</b>
<b>Prestaciones</b>						
Cesantía (mes)	5.124.980	5.294.104	5.468.809	5.649.280	5.835.706	27.372.879
Intereses de Cesantía (mes)	51.250	52.941	54.688	56.493	58.357	273.729
Vacaciones (mes)	2.564.550	2.649.180	2.736.603	2.826.911	2.920.199	13.697.443
Prima de Servicios (mes)	5.124.980	5.294.104	5.468.809	5.649.280	5.835.706	27.372.879
<b>Total Prestaciones Sociales mes</b>	<b>12.865.759</b>	<b>13.290.329</b>	<b>13.728.910</b>	<b>14.181.964</b>	<b>14.649.969</b>	<b>68.716.930</b>
<b>Parafiscales y seguridad social</b>						
Aporte en Salud Eps (mes)	5.227.500	5.400.008	5.578.208	5.762.289	5.952.444	27.920.448
Aporte en Pensión (mes)	7.380.000	7.623.540	7.875.117	8.134.996	8.403.451	39.417.103
Arp (mes)	492.000	508.236	525.008	542.333	560.230	2.627.807
Caja Compensación Familiar	2.248.294	2.324.604	2.401.316	2.480.560	2.562.418	12.017.192
I.C.B.F.	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0
<b>Total aportes Patronales</b>	<b>15.347.794</b>	<b>15.856.388</b>	<b>16.379.649</b>	<b>16.920.177</b>	<b>17.478.543</b>	<b>81.982.550</b>
<b>Auxilio de transporte</b>						
Auxilio de transporte	5.292.660	\$ 5.414.391	\$ 5.593.066	\$ 5.777.637	\$ 5.968.299	28.046.054
<b>TOTAL ADMINISTRACION</b>	<b>89.713.552</b>	<b>92.676.217</b>	<b>95.734.532</b>	<b>98.893.771</b>	<b>102.157.266</b>	<b>479.175.338</b>

NÓMINA PARA EL PERSONAL DE PRODUCCION						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>Sueldos Basicos</b>						
Empleado 1	12.000.000	12.396.000	12.805.068	13.227.635	13.664.147	64.092.850
Empleado 2	8.400.000	8.677.200	8.963.548	9.259.345	9.564.903	44.864.995
Empleado 3	12.000.000	12.396.000	12.805.068	13.227.635	13.664.147	64.092.850
Empleado 4	8.400.000	8.677.200	8.963.548	9.259.345	9.564.903	44.864.995
Empleado 5	0	0	0	0	0	0
<b>Total Sueldos</b>	<b>40.800.000</b>	<b>42.146.400</b>	<b>43.537.231</b>	<b>44.973.960</b>	<b>46.458.101</b>	<b>217.915.692</b>
<b>Prestaciones</b>						
Cesantía (mes)	3.399.986	3.512.186	3.628.088	3.747.815	3.871.493	18.159.568
Intereses de Cesantía (mes)	34.000	35.122	36.281	37.478	38.715	181.596
Vacaciones (mes)	1.701.360	1.757.505	1.815.503	1.875.414	1.937.303	9.087.084
Prima de Servicios (mes)	3.399.986	3.512.186	3.628.088	3.747.815	3.871.493	18.159.568
<b>Total Prestaciones Sociales mes</b>	<b>8.535.333</b>	<b>8.816.999</b>	<b>9.107.960</b>	<b>9.408.522</b>	<b>9.719.003</b>	<b>45.587.817</b>
<b>Parafiscales y seguridad social</b>						
Aporte en Salud Eps (mes)	3.468.000	3.582.444	3.700.665	3.822.787	3.948.939	18.522.834
Aporte en Pensión (mes)	4.896.000	5.057.568	5.224.468	5.396.875	5.574.972	26.149.883
Arp (mes)	326.400	337.171	348.298	359.792	371.665	1.743.326
Caja Compensación Familiar	1.462.635	1.512.595	1.564.244	1.617.636	1.672.831	7.829.942
C.B.F.	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0
<b>Total aportes Patronales</b>	<b>10.153.035</b>	<b>10.489.779</b>	<b>10.837.674</b>	<b>11.197.090</b>	<b>11.568.407</b>	<b>54.245.984</b>
<b>Auxilio de transporte</b>						
Auxilio de transporte	4.234.128	4.331.513	4.431.138	4.533.054	4.637.314	22.167.147
<b>TOTAL OPERACIÓN</b>	<b>63.722.496</b>	<b>65.784.690</b>	<b>67.914.003</b>	<b>70.112.626</b>	<b>72.382.825</b>	<b>339.916.639</b>
<b>TOTAL NOMINA</b>	<b>153.436.048</b>	<b>158.460.907</b>	<b>163.648.534</b>	<b>169.006.397</b>	<b>174.540.091</b>	<b>819.091.977</b>

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de personal	89.713.552	92.676.217	95.734.532	98.893.771	102.157.266	479.175.338
Otros gastos de personal (externos)	10.800.000	11.156.400	11.524.561	11.904.872	12.297.732	57.683.565
Honorarios Contador	0	0	0	0	0	0
Servicios Públicos	2.400.000	2.479.200	2.561.014	2.645.527	2.732.829	12.818.570
Gastos papelería y otros	0	0	0	0	0	0
Publicidad	12.000.000	12.396.000	12.805.068	13.227.635	13.664.147	64.092.850
Arriendo Oficina	0	0	0	0	0	0
Diversos	0	0	0	0	0	0
Depreciaciones Administrativas	8.500.000	8.500.000	8.500.000	8.500.000	8.500.000	42.500.000
<b>Total Gastos Admon</b>	<b>123.413.552</b>	<b>127.207.817</b>	<b>131.125.175</b>	<b>135.171.805</b>	<b>139.351.975</b>	<b>656.270.324</b>

PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS OPERATIVOS						
INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
<b>Por Ventas</b>						
Producto 1	305.760.000	314.932.800	324.380.784	334.112.208	344.135.574	1.623.321.365
Producto 2	0	0	0	0	0	0
Producto 3	0	0	0	0	0	0
Producto 4	0	0	0	0	0	0
Producto 5	0	0	0	0	0	0
Producto 6	0	0	0	0	0	0
<b>Total Ingresos de operación</b>	<b>\$ 305.760.000</b>	<b>\$ 314.932.800</b>	<b>\$ 324.380.784</b>	<b>\$ 334.112.208</b>	<b>\$ 344.135.574</b>	<b>\$ 1.623.321.365</b>

**Informativo**

CRÉDITO BANCARIO						
DESCRIPCIÓN	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Valor del crédito	0					
Tasa de Interés	0,0%					
Saldo de Capital	0	0	0	0	0	0
Cuota Fija	0	0	0	0	0	0
Pago Intereses	0	0	0	0	0	0
Abono a Capital		0	0	0	0	0

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>Activos Corrientes</b>						
Efectivo	0	52.496.752	93.619.483	137.399.358	196.741.855	281.397.997
Cuentas Por Cobrar		15.288.000	15.746.640	16.219.039	16.705.610	17.206.779
Inventarios						
<b>Total Activos Corrientes</b>		<b>67.784.752</b>	<b>109.366.123</b>	<b>153.618.397</b>	<b>213.447.465</b>	<b>298.604.775</b>
<b>Activos No Corrientes</b>						
<b>No Depreciables</b>						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipos	45.000.000	45.000.000	45.000.000	45.000.000	45.000.000	45.000.000
Equipos Computo y comunic	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000	25.000.000
Muebles y Enseres	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000
Vehiculos		45.000.000	45.000.000	45.000.000	45.000.000	45.000.000
<b>Total Activo Fijo Depreciable</b>	<b>105.000.000</b>	<b>150.000.000</b>	<b>150.000.000</b>	<b>150.000.000</b>	<b>150.000.000</b>	<b>150.000.000</b>
(-) Depreciación Acumulada		26.500.000	53.000.000	79.500.000	106.000.000	132.500.000
<b>Total Activo Fijo Depreciable</b>	<b>105.000.000</b>	<b>123.500.000</b>	<b>97.000.000</b>	<b>70.500.000</b>	<b>44.000.000</b>	<b>17.500.000</b>
Activos Diferidos	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>105.000.000</b>	<b>191.284.752</b>	<b>206.366.123</b>	<b>224.118.397</b>	<b>257.447.465</b>	<b>316.104.775</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>						
<b>Pasivos Corrientes</b>						
Proveedores		2.428.800	2.513.808	2.601.791	2.692.854	2.787.104
Otros Pasivos Corrientes						
Porción Corriente Pasiv a Largo						
Pasivos Financieros a Corto Plazo						
Impuesto de Renta y Cree por		0	0	3.414.120	-5.390.664	-26.386.612
<b>Total pasivos Corrientes</b>	<b>0</b>	<b>2.428.800</b>	<b>2.513.808</b>	<b>6.015.912</b>	<b>-2.697.810</b>	<b>-23.599.508</b>
<b>Pasivos No Corrientes</b>						
Pasivos Financieros						
Cuentas por pagar		30.576.000	31.493.280	32.438.078	33.411.221	34.413.557
<b>Total pasivos No Corrientes</b>		<b>30.576.000</b>	<b>31.493.280</b>	<b>32.438.078</b>	<b>33.411.221</b>	<b>34.413.557</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>0</b>	<b>33.004.800</b>	<b>34.007.088</b>	<b>38.453.990</b>	<b>30.713.410</b>	<b>10.814.049</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	105.000.000	105.000.000	105.000.000	105.000.000	105.000.000	105.000.000
Utilidades Retenidas		0	50.115.162	80.619.956	88.813.845	89.891.978
Utilidades del Ejercicio		62.643.952	38.130.993	10.242.361	0	0
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>158.279.952</b>	<b>172.359.035</b>	<b>185.664.407</b>	<b>226.734.055</b>	<b>305.290.726</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>191.284.752</b>	<b>206.366.123</b>	<b>224.118.397</b>	<b>257.447.465</b>	<b>316.104.775</b>

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

## EMPRESA S.A.S.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>VENTAS BRUTAS</b>	<b>305.760.000</b>	<b>314.932.800</b>	<b>324.380.784</b>	<b>334.112.208</b>	<b>344.135.574</b>	<b>1.623.321.365</b>
Menos:						
<b>Costo de Venta</b>	<b>119.702.496</b>	<b>123.093.990</b>	<b>126.599.128</b>	<b>130.221.731</b>	<b>133.965.749</b>	<b>633.583.093</b>
Compras Mp / Inventarios	15.180.000	15.711.300	16.261.196	16.830.337	17.419.399	81.402.232
Nomina Operativa	63.722.496	65.784.690	67.914.003	70.112.626	72.382.825	339.916.639
Costos indirectos de fabricacion	22.800.000	23.598.000	24.423.930	25.278.768	26.163.524	122.264.222
Depreciación Operativa	18.000.000	18.000.000	18.000.000	18.000.000	18.000.000	90.000.000
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>186.057.504</b>	<b>191.838.810</b>	<b>197.781.656</b>	<b>203.890.477</b>	<b>210.169.825</b>	<b>989.738.272</b>
Menos:						
Gastos de Administración	123.413.552	153.707.817	184.125.175	214.671.805	245.351.975	788.770.324
Amortización de Diferidos	0	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>62.643.952</b>	<b>38.130.993</b>	<b>13.656.481</b>	<b>-10.781.328</b>	<b>-35.182.150</b>	<b>68.467.948</b>
Menos: Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
<b>Util Antes de Impuestos</b>	<b>62.643.952</b>	<b>38.130.993</b>	<b>13.656.481</b>	<b>-10.781.328</b>	<b>-35.182.150</b>	<b>68.467.948</b>
Menos Provisión de Impuestos	0	0	3.414.120	-5.390.664	-26.386.612	-28.363.156
<b>Utilidad Neta</b>	<b>62.643.952</b>	<b>38.130.993</b>	<b>10.242.361</b>	<b>-5.390.664</b>	<b>-8.795.537</b>	<b>96.831.104</b>
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>196.492.456</b>	<b>244.491.010</b>	<b>292.617.690</b>	<b>340.893.241</b>	<b>389.334.982</b>	<b>1.253.579.277</b>

