

SMART COMPANY



SANTIAGO MONROY GIRALDO

SMART BAG

FUNDACION UNIVERSITARIA
DEL AREA ANDINA
ADMINISTRACION DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES
PLAN DE NEGOCIOS
OPCION DE GRADO
PEREIRA, 2017

Tabla de contenido

1.	Capsula resumen ejecutivo.....	4
1.1.	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	4
1.2.	MERCADO Y POTENCIAL DEL MERCADO A TENER EN CIFRAS	5
1.3.	VENTAJA COMPETITIVA	5
1.4.	EQUIPO EMPRENDEDOR.....	5
1.5.	IMPACTOS	6
1.6.	FINANCIERO	6
1.7.	Datos del emprendedor	6
2.	MODULO DE DESCRIPCION DEL NEGOCIO.....	7
2.1.	JUSTIFICACIÓN:	7
2.2.	ANTECEDENTES DEL NEGOCIO.....	7
2.3.	DEFINICION DEL NEGOCIO	8
2.2.1.	MODELO DE EMPRESA:.....	8
2.3	POSICIONAMIENTO	9
3.	CÁPSULA DE MERCADEO	9
3.1	PRODUCTO:.....	9
3.1.1.	ANTECEDENTES:.....	9
3.1.2.	NECESIDAD A SATISFACER:	10
3.1.3	PORTAFOLIO DE PRODUCTOS:.....	10
3.2	SECTOR	10
3.3	CLIENTE	10
3.3.1	SEGMENTACION Y CARACTERIZACION DEL CLIENTE:	11
3.3.1.1	DESCRIPCION GEOGRAFICA:	11
3.3.1.2	DESCRIPCION DEMOGRAFICA DEL GRUPO OBJETIVO (TARGET GROUP).....	11
3.3.1.3	DESCRIPCION SOCIO ECONOMICA:.....	11
3.3.2	SISTEMA DE DISTRIBUCION:	11
3.3.3.1	NECESIDADES DEL CLIENTE:.....	12
3.3.3.2.	COMPORTAMIENTO DE COMPRA:.....	12
3.3.3.3.	MOTIVACIONES DE COMPRA:.....	12
3.4.	INVESTIGACION DE MERCADOS:.....	13
3.4.1.	Listado de posibles clientes.....	15
3.4.2.	Preferencias del consumidor.....	15
3.5.	La competencia	16
3.6.	Ventaja competitiva	16
3.7.	Factores críticos de Éxito	16
3.8.	Impactos	17

3.8.1.	Sociales:.....	17
3.8.2.	Económicos	17
3.8.3.	Ambiental y desarrollo	17
3.9.	Tamaño de Mercado	18
3.10.	Participación en el mercado	18
3.10.1.	Plan de ventas nacionales –	18
3.10.2.	Plan Exportador.....	19
3.10.3.	Participación en el mercado.....	19
3.11.	Plan de Mercadeo.....	19
3.11.1.	Matriz DOFA.....	20
3.11.2.	Estrategias.....	21
3.11.3.	Presupuesto de mercadeo	28
4	Capsula de la ficha técnica.....	28
4.1.	Ficha técnica	28
4.2.	Organigrama	29
4.3.	INVERSIONES.....	29
4.3.1.	Maquinaria y equipo	30
4.3.2.	Muebles y enseres.....	30
4.3.3.	Pre operativo.....	30
4.3.4.	Resumen de inversiones	30
4.1.	Maeria prima	30
4.1.1.	Proveedores.....	31
4.1.2.	Cuadro de costos	31
4.2.	Mano de obra directa	31
4.3.	Sistemas de control.....	31
4.4.	COSTOS POR PRODUCCION	32
4.5.	LOCALIZACION	32
4.6.	DISTRIBUCION DE PLANTA	33
4.7.	PLAN DE PRODUCCION	33
4.8.	PLAN DE COMPRAS	33
5	Capsula Administrativa	34
5.1.	Tipo de empresa y objeto social	34
5.2.	Misión	35
5.3.	Visión	35
5.4.	Objetivos.....	35
5.5.	Políticas corporativas	35
5.6.	Valores corporativos	35

5.7.	Estructura organizacional	36
5.8.	Perfiles	36
5.9.	Manejo administrativo: Revisión semanal	36
5.10.	Entidades de apoyo	36
6.	Capsula Legal	37
6.1.	Constitución de la empresa y aspectos legales	37
6.2.	Normativa regional	38
7.	Capsula presupuestal.....	41
7.1.	Ventas nacionales	41
7.2.	Ventas exportación	41
7.3.	Ventas Totales.....	41
7.4.	Ingresos en el mercado	41
	A través de las ventas de bolsas de polipropileno	42
7.5.	Costos de mercancía vendida e inventario	42
7.6.	Costos de producción.....	42
7.7.	Compras	42
7.8.	Pago a proveedores	42
	Pago de contado	42
7.9.	Nómina y comisiones	42
7.10.	Gastos de publicidad	43
7.11.	Gastos de puesta en marcha	43
7.12.	Aplicación de créditos.....	44
8.	Capsula Financiera.....	44
8.1.	Punto de equilibrio.....	44
8.2.	Estado de Resultados	44
8.3.	Flujo de Caja.....	45
8.4.	Balance General	46
8.5.	Análisis Financiero	46
8.6.	Capital de Trabajo	47
9.	Análisis de sensibilidad	47
10.	RIESGOS.....	48
11.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	48
12.	Cronograma de Actividades	49

1. Capsula resumen ejecutivo.

The Smart Bags.

The Smart Bags, son unas bolsas de polipropileno de origen Israelí, que cuentan con siete capas de protección, usadas por las fuerzas militares de ese país para la alimentación de los soldados en campamentos alejados de la civilización y en tiempo de enfrentamientos militares, debido a su practicidad y durabilidad, sin importar las condiciones climáticas, este producto es innovador en Colombia ya que actualmente ninguna bolsa tiene similares características en donde se puede introducir un alimento cualquiera, sellarlo y obtener una conservación superior a los 5 años, sin necesidad de cadena de frío ni de calor, una bolsa que es muy liviana y se puede llevar a cualquier parte sin que ocupe mucho espacio.

- Nombre del emprendedor: Santiago Monroy Giraldo
- Asesores del proyecto: Modelo CANVAS; Profesor Oscar Jaime Duque y Docente de Tutoría y seguimiento; Edna Catalina Osorio.

1.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

El nombre comercial de la empresa es THE SMART BAGS, las bolsas “inteligentes”

Producto: Bolsa de Polipropileno.

Objetivo General: Comercializar Bolsa de Polipropileno

Objetivos Específicos:

- Obtener rentabilidad económica.
- Facilitar la alimentación para nuestros clientes
- Determinar la posición en el mercado de las bolsas de polipropileno.

Ubicación: La bodega de almacenamiento The Smart Bags se encuentra ubicado en la calle 148 con carrera 53 en el Norte de la Ciudad de Bogotá D.C. Cuenta con 250 metros cuadrados.

Valores agregados: Las bolsas de polipropileno israelíes son un producto único e innovador en Colombia, ya que con sus características ayuda a los clientes a proteger su alimento independientemente del que sea, a temperaturas extremas, con durabilidad de 5 años, sin conservantes y de fácil manejo, es un producto de a un alcance económico, que comparando precio vs calidad es generoso. Ayudaremos a nuestros clientes hacerles más fácil y práctico la forma de llevar su alimento a cualquier parte.

Participación en cadenas productivas, clusters o de desarrollo: No aplican para el producto, actualmente no hay participaciones.

1.2. MERCADO Y POTENCIAL DEL MERCADO A TENER EN CIFRAS

Las bolsas de polipropileno son un producto que puede llegar a cadenas de supermercado tipo diferencial como son las tiendas D1 y ARA ya que cumplen con los requisitos demandables de la población y se dirigen a un segmento de mercado de todo tipo, pero sobretodo el de estratos 3 y 4. Se empezaría en las tiendas de nivel local, después regional y finalmente nacional.

1.3. VENTAJA COMPETITIVA

Las bolsas de polipropileno tienen grandes ventajas comerciales que le son diferente de las demás, debido a que cumplen con una seguridad única, que hace que haya calidad total, en sus siete capas la hacen resistentes de todo tipo de adversidad climática y protegen cualquier tipo de alimento por cinco años, son amigables con el medio ambiente y no son perjudiciales para la salud. En caso tal de que haya descomposición de la comida, la bolsa inteligente le avisa al cliente, tiene una reacción de inflarse, con lo que se puede prever cualquier tipo de imprevisto, para concluir la calidad vs precio es contundente. Caso contrario sucede con otro tipo de bolsas en el mercado que no tienen si no tres capas de polipropileno y no son resistentes por tanto tiempo y deben tener una cadena de frío, adicional la composición de la misma, no garantiza en un 100% los químicos contaminantes.

1.4. EQUIPO EMPRENDEDOR.

Mi nombre es Santiago Monroy Giraldo, estudiante de octavo semestre de Administración de Negocios Internacionales en La Fundación Universitaria del Área Andina sede Pereira, mis asesores son el Docente Oscar Jaime Duque y La Docente Edna Catalina Osorio.

1.5. IMPACTOS

En cuanto a **responsabilidad social empresarial** Smart Bags contrará inicialmente 2 empleadas, de población vulnerable para que hagan el conteo y organización de empaques de las bolsas, adicionalmente el producto es amigable del medio ambiente, posteriormente a su uso, se desintegra en 90 días, lo hace más especial aún debido a que la mayoría de bolsas en el mercado local e internacional tienen un proceso de desintegración más longevo.

DESARROLLO ECONOMICO; nuestro desarrollo económico será a nivel local en el Área Metropolitana de Pereira y a nivel regional, consta de Risaralda, Quindío, Caldas y Norte del Valle.

	Tasa (%) de Oportunidad	Desembolso inicial del Proyecto	Flujo del 1º año	Flujo del 2º año	Flujo del 3º año	Flujo del 4º año	Flujo del 5º año
PROYECTOS	Tasa de oportunidad	Desembolso Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Smart Bags	19,00%	- 125.566.200	57.557.895	29.474.665	32.844.608	78.867.799	187.920.633
PROYECTOS =		A					
Valor Presente Neto VPN =		81.183.190					
Tasa Interna de Retorno TIR =		39,25%					

1.6. FINANCIERO

Para el caso del plan de negocio el valor presente neto es positivo lo que indica que el proyecto será rentable y es factible desde el punto de vista financiero y por tal razón la decisión a tomar según este resultado sería la de ejecutar el plan de negocio. El VPN positivo quiere decir que el proyecto es capaz de generar suficiente dinero para que recuperar la inversión inicial y además genera ganancias.

La TIR del proyecto es 39.25% por lo que el proyecto analizado devuelve el capital invertido más un a ganancial adicional, siendo rentable

1.7. Datos del emprendedor

SANTIAGO MONROY GIRALDO

Smonroy4@estudiantes.areandina.edu.co

Gamma II Blq 23 apto 305 Pereira

Administración Negocios Internacionales

Teléfono: 3480377

Gerente Comercial

Celular: 3044869808

2. . MODULO DE DESCRICION DEL NEGOCIO

2.1. JUSTIFICACIÓN:

Smart Bags son unas bolsas inteligentes hechas con polipropileno de máxima calidad y duración envueltas en siete capas que la hacen resistente. Este proyecto nació en cabeza de mi Padre después de una visita que hizo a Jerusalén en Israel, allá conoció dicho producto, el cual le pareció muy atractivo y lo quiso compartir conmigo a su llegada, ambos llegamos a la conclusión que sería oportuno traer este producto a Colombia debido a que en nuestro país se presentan muchos problemas de alimentación, escasez de los mismos en ciertos puntos geográficos, sumándole que su proceso logístico es altamente complicado en departamentos como La Guajira, el Amazonas y el Chocó; con estas bolsas inteligentes, se contempla una posibilidad de negocio, se facilitará y se convertirá algo más práctico para las personas que usen las bolsas, ya que se puede introducir cualquier tipo de alimento o bebida posteriormente cerrar la bolsa, esta se conservará durante cinco años a temperaturas extremas y con varios plus, por ejemplo el que los alimentos no necesitan conservantes, son flexibles ya que no ocupan mucho espacio y se pueden llevar en la mano o en cualquier bolso y en caso tal de que la comida tenga algún grado de descomposición la misma bolsa se inflará dando instrucción de que el alimento que está adentro no se encuentra apto para el consumo humano, evitando intoxicaciones.

2.2. ANTECEDENTES DEL NEGOCIO

Este proyecto inició en el año 2016, después de la visita que mi Papá realizó a Jerusalén posteriormente decidió importar cinco mil bolsas desde Israel, dicho producto se tiene almacenado en una Bodega en el Norte de Bogotá. Junto con un compañero que es ingeniero de alimentos empezaron hacer respectivas pruebas de calidad a las bolsas, durante las vacaciones del mes de diciembre yo estuve junto con ellos trabajando, consiguiendo clientes, ofreciendo el beneficio de las bolsas en diferentes tipos de negocios, con resultados positivos, se llegó a un acercamiento con las Fuerzas Militares, pero tristemente buscaban obtener beneficios lucrativos por el hecho de que compraran las bolsas para su personal.

Estas bolsas han sido usadas desde los años 90 en países como Corea del Sur e Israel, que de hecho son los únicos países productores, con un uso para sus ejércitos, debido a que son países que mantienen en constantes guerras de carácter local e internacional, este producto les facilita la practicidad de llevar la alimentación sin que se les dañe, llevar

comida saludable y no enlatados, soportando temperaturas adversas y con un rango de duración de 5 años. Actualmente Estados Unidos es un país importador de este producto para sus fuerzas militares y también para sus habitantes.

2.3. DEFINICION DEL NEGOCIO

El nombre comercial de la empresa es THE SMART BAGS, las bolsas “inteligentes”

Producto: Bolsa de Polipropileno.

Objetivo General: Comercializar Bolsa de Polipropileno

Objetivos Específicos:

- Obtener rentabilidad económica.

Facilitar la alimentación para nuestros clientes

- Determinar la posición en el mercado de las bolsas de polipropileno.

Ubicación: La bodega de almacenamiento The Smart Bags se encuentra ubicado en la calle 148 con carrera 53 en el Norte de la Ciudad de Bogotá D.C. Cuenta con 250 metros cuadrados.

Valores agregados: Las bolsas de polipropileno israelíes son un producto único e innovador en Colombia, ya que con sus características ayuda a los clientes a proteger su alimento independientemente del que sea, a temperaturas extremas, con durabilidad de 5 años, sin conservantes y de fácil manejo, es un producto de a un alcance económico, que comparando precio vs calidad es generoso. Ayudaremos a nuestros clientes hacerles más fácil y práctico la forma de llevar su alimento a cualquier parte.

Participación en cadenas productivas, clusters o de desarrollo: No aplican para el producto, actualmente no hay participaciones.

2.2.1. MODELO DE EMPRESA:

AREA DE GERENCIA

TENER OBJETIVOS MÁS CLAROS

AREA DE INVENTARIOS

MÁS ORGANIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

AREA DE COMPRAS

OBTENER CLIENTES ESTABLES

2.3 POSICIONAMIENTO

Smart Bags es una empresa que a corto plazo quiere llevar un impacto contundente no solo en lo local y regional, se quiere conquistar y cautivar al mercado nacional ya que es un producto llamativo, beneficioso y práctico para las personas, a futuro se van a incluir bolsas de otro tamaño, más pequeñas o grandes, ya que en la actualidad solo hay un solo tamaño, también otra presentación para las bolsas debido a que solo vienen en un color que es el gris.

3. CÁPSULA DE MERCADEO

3.1 PRODUCTO:

BOLSAS DE POLIPROPILENO DE SIETE CAPAS DE ORIGEN ISRAELI.

3.1.1. ANTECEDENTES:

Estas bolsas de polipropileno nacieron en el año 1950 en Seúl, Corea del Sur, creadas por ingenieros de alimentos y usadas para el ejército nacional sur coreano, en ese entonces no tenían semejante durabilidad y no eran tan resistentes sin embargo fueron muy útiles para la guerra de la época que tuvieron con el país vecino de Corea del Norte, porque facilitaba enormemente la alimentación y por ende el rendimiento de los soldados de dicho país. Veinte años después en Jerusalén, Israel nacen mejoradas estas bolsas de polipropileno con siete capas de textura, con la durabilidad y rendimiento que conocemos en el hoy por hoy, diseñadas por ingenieros químicos e ingenieros de alimentos fueron también aprovechadas por las fuerzas militares de este país, debido a que es un país en constante guerra, con sus países vecinos por temas de territorio, religión y petróleo. Al día de hoy las bolsas están consolidándose en el mercado ruso y estadounidense y no para fines militares si no para turismo tipo mochilero y usado por familias que se van de viaje por el país a sitios alejados. Las importaciones de las bolsas superan los 10M de dólares año.

Es innovadora porque facilita la forma de alimentarse de las personas, en cualquier lugar, a cualquier hora, cualquier comida, a cualquier temperatura, durante 5 años. En caso tal de que el producto de la bolsa este descompuesto la bolsa avisará inflándose y se sabe que no se podrá consumir.

3.1.2. NECESIDAD A SATISFACER:

Teniendo en cuenta que la comida se daña fácilmente, a pesar de que este en refrigeradores, no es fácil el traslado de la misma, estas bolsas van a satisfacer las necesidades de comer la comida preferida por cualquier cliente, a cualquier instante y con un rango de durabilidad superior a 5 años, sin químicos y en caso tal de descomposición de la comida esta avisa inflándose.

3.1.3 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS:

La bolsa de polipropileno tiene un tamaño único que es de 22 centímetros de largo, por 11 de ancho, de los cuales 20 de largo y 10 centímetros de ancho son los usados para llevar el producto los 2 y 1 centímetro es de protección. Vienen empacadas en paquetes de 100 bolsas, en cajas con 10 paquetes de 100 bolsas. Cada bolsa resiste una porción de comida de 220 gramos.

3.2 SECTOR

- El diagnóstico actual del sector en el mercado nacional, ya que vamos a comercializar nuestro producto en Colombia. Actualmente en nuestro país producen bolsas de polipropileno en la ciudad de Medellín y Bogotá pero no cuentan con la resistencia de las bolsas israelíes y coreanas, estas bolsas hechas en Colombia tienen otro fin comercial, como es el transporte de insumos químicos, no para almacenar alimentos.
- Actualmente NO hay exportaciones desde Colombia hacia otro país de bolsas de polipropileno.
- Las exportaciones de estas bolsas son encabezadas por Israel y Corea del Sur a países como Estados Unidos y Rusia, superando los 10 M de dólares anuales.
- En el ámbito nacional el mercado de estas bolsas está muy virgen, debido que hasta la fecha no se conoce que alguien haya traído estas bolsas con fines comerciales.
- Nuestro mercado objetivo son los turistas tipo mochileros que recorren nuestro país ya sean locales o visitantes, a la hora del viaje o campings las utilizarían para su economía y practicidad a la hora de viajar.
- El producto interno para Colombia al finalizar 2016 fue de 282,5 millones de dólares.
- El per cápita fue de 5.805,61 millones de dólares.
- La proyección de crecimiento es del 2% para 2017.

3.3 CLIENTE

Las bolsas de polipropileno se venderán a todo tipo de turista tipo mochilero, sea local o extranjero, todo aquel viajero que deseen emprender un viaje largo o corto, que quiera llevar su comida favorita a cualquier lugar, asimismo ahorrando dinero, peso en su equipaje y con durabilidad y seguridad para todo el viaje.

3.3.1 SEGMENTACION Y CARACTERIZACION DEL CLIENTE:

Nuestros clientes están ubicados en la ciudad de Bogotá y su área metropolitana por su población, además que es una ciudad con mucha cultura de viajero mochilero y en el Eje cafetero debido a que es una región turística y visitada durante todo el año por propios y extranjeros que disfrutan de los diferentes parques nacionales naturales; estas bolsas se comercializaran para personas entre los 18 y 65 años que sean independientes o estudiantes, de cualquier género y en cualquier estado civil, con una familia pequeña o que sea solo la pareja, la formación académica puede ser cualquiera.

3.3.1.1 DESCRIPCION GEOGRAFICA:

Las bolsas se encuentran almacenadas en una bodega al Norte de Bogotá D.C. la idea es comercializarlas en la capital debido a que hay un mercado de 10 millones de habitantes y también hacer presencia en el Eje cafetero ya que es una región altamente turística y visitada por propios y extranjeros.

3.3.1.2 DESCRIPCION DEMOGRAFICA DEL GRUPO OBJETIVO (TARGET GROUP)

EDAD: Entre 18 y 65 años

OCUPACIÓN: Estudiante - Independiente

GENERO: Masculino y Femenino

Estado Civil: Soltero, Unión Libre, Casado

FORMACIÓN ACADEMICA: Ninguna

TAMAÑO FAMILIA: Parejas.

3.3.1.3 DESCRIPCION SOCIO ECONOMICA:

- Nivel de ingresos de nuestros clientes: Los clientes que compren las bolsas de polipropileno no deben tener un poder adquisitivo alto debido a que es un producto que no es costo, adicionalmente les va ayudar ahorrar dinero y a tener un viaje más práctico.

- Estrato social, los clientes pueden ser estrato 2, 3, 4, 5, o 6 dependiendo de la cultura viajera que tengan, no necesitan un nivel de ingreso alto para adquirir las bolsas.

3.3.2 SISTEMA DE DISTRIBUCION:

Smart Bags llegará al mercado con el canal de distribución indirecto, a través de las cadenas D1, ARA, Súper Inter y Súper tiendas Olímpica, debido a que son cadenas que están en los estratos sociales mencionados anteriormente, donde podemos encontrar nuestros clientes, adicionalmente ofrecerlas en estas tiendas en los municipios más turísticos, como Salento, Santa Rosa de Cabal, Filandia, entre otros.

3.3.3. PERFIL DEL CLIENTE:

Nuestros clientes están ubicados en la ciudad de Bogotá y su área metropolitana por su población, además que es una ciudad con mucha cultura de viajero mochilero y en el Eje cafetero debido a que es una región turística y visitada durante todo el año por propios y extranjeros que disfrutan de los diferentes parques nacionales naturales; estas bolsas se comercializaran para personas entre los 18 y 65 años que sean independientes o estudiantes, de cualquier género y en cualquier estado civil, con una familia pequeña o que sea solo la pareja, la formación académica puede ser cualquiera.

3.3.3.1 NECESIDADES DEL CLIENTE:

Teniendo en cuenta que la comida se daña fácilmente, a pesar de que este en refrigeradores, no es fácil el traslado de la misma, estas bolsas van a satisfacer las necesidades de comer la comida preferida por cualquier cliente, a cualquier instante y con un rango de durabilidad superior a 5 años, sin químicos y en caso tal de descomposición de la comida esta avisa inflándose.

3.3.3.2. COMPORTAMIENTO DE COMPRA:

Smart bags es una empresa que esta consiente de la fidelización de los clientes, a través de campañas de promoción ciertos días a la semana y en temporada de vacaciones en vez de subir los precios, bajarlos para cautivar a ese cliente que va seguir usando el producto, a las tiendas que le vamos a entregar las bolsas se les dará un plazo de pago de 30 días.

Una persona que haga dos viajes al año de 5 días puede llevar 10 bolsas por viaje y si contamos con las estadísticas de pro Colombia la tasa de turismo mochilero en Colombia a 2016 fue de 4 millones de personas. Si logramos cautivas una gran parte de este turismo que sigue creciendo día a día Smart Bags se fortalecerá y ayudara a la practicidad de llevar los alimentos preferidos por las personas. El precio Vs. Calidad del producto es único y contundente frente a la competencia.

3.3.3.3. MOTIVACIONES DE COMPRA:

Las personas que van a comprar las bolsas van a tener una motivación de tipo racional, debido a que a la hora de comparar precios, es claro que se va tener un ahorro, rendimiento, practicidad, con el plus de que se puede llevar a cualquier parte, es flexible y

con durabilidad de 5 años, es una motivación lógica del cliente a la hora de escoger el producto.

3.4. INVESTIGACION DE MERCADOS:

Se determinó la muestra de la con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N (P * Q)^2}{(N - 1) e^2 + (P * Q)^2}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Población total de la muestra (mercado potencial empresarios C.C.P)

P= Probabilidad del evento (50% o 0.5)

Q= No probabilidad del evento (50% o 0.5) porque Q= 1-P

E= Error máximo permitido (vamos a trabajar con un error del 5%, o sea que el nivel de confiabilidad es del 95%).

$$N = \frac{1200 (0.5 * 0.5)^2}{(500-1) 0.05^2 + (0.5 * 0.5)^2}$$

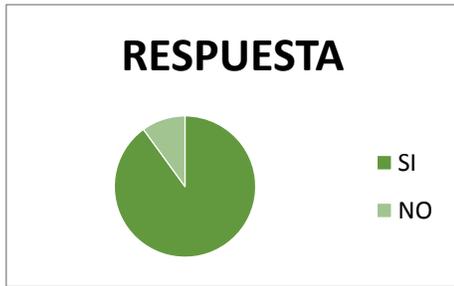
$$N = \frac{53}{1.07}$$

$$N = 49,07 \approx 50$$

Resultados de las encuestas

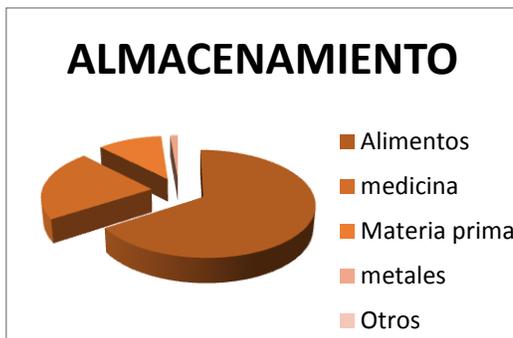
1) Le gustaría conocer una empresa que venda bolsas de polipropileno que pueden albergar alimentos y conservar su temperatura por 5 años?

NO 5% 5



ANALISIS: 45 DE 50 personas encuestadas les gustaría conocer una empresa que vendan bolsas de polipropileno

2) que productos almacenaría usted en la bolsa

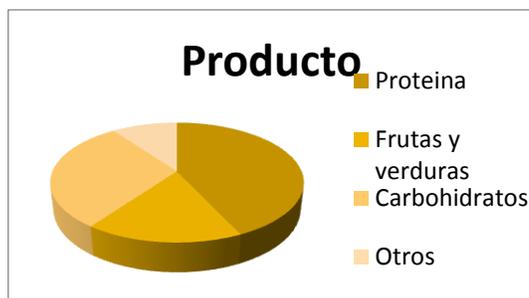


Alimentos	60%	30
medicina	20%	10
Materia prima	10%	4
metales	5%	3
Otros	5%	3

ANALISIS: 30 de los encuestados (60%) Almacenarían alimentos; 10 de los encuestados (20%) Almacenaría medicina; 4 de los encuestados (10%) almacenaría materia prima; 3 de los encuestados (5%) Almacenaría metales y 3 de los encuestados (5%) Almacenaría otros productos.

3) Qué tipo de alimentos almacenaría?

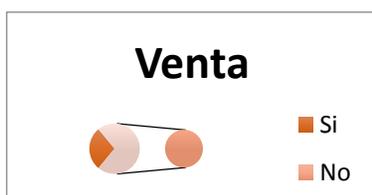
Proteína	43 %	20
Frutas y verduras	17%	9



Carbohidratos	30%	15
Otros	10%	6

ANALISIS: 20 (43%) de los encuestados prefieren almacenar proteína; 9 (17%) de los encuestados prefieren almacenar frutas y verduras; 15 (30%) prefieren almacenar carbohidratos; 6 (10%) de los encuestados prefieren almacenar otros productos

4) Pagaría \$4000 por 1 bolsa de polipropileno?



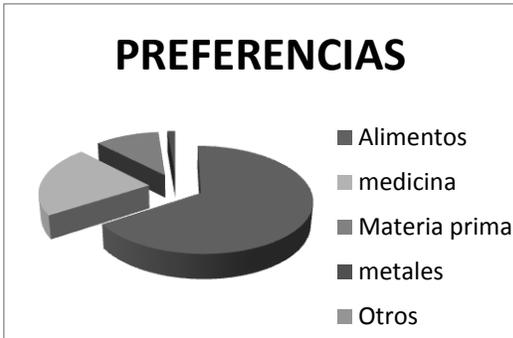
Si	100%	50
No	0%	0

ANALISIS: 50 (100%) pagarían \$2000 cop por una bolsa de polipropileno

3.4.1. Listado de posibles clientes

Nombre	Sector	Contacto	CIUDAD
Ejército Nacional	Publico	3117643 – ext 054	PEREIRA
Policía Nacional	Publico	3567923 – ext 098	PEREIRA
Secretaria de desarrollo departamental	Publico	3136138 – ext 024	RISARALDA
Aerolíneas Avianca	Privado	3127859434	PEREIRA
Soexco S.A	Privado	310 3936773	PEREIRA

3.4.2. Preferencias del consumidor



medicina	20%	10
Materia prima	10%	4
metales	5%	3
Otros	5%	3

ANALISIS: 30 de los encuestados (60%) Almacenarían alimentos; 10 de los encuestados (20%) Almacenaría medicina; 4 de los encuestados (10%) almacenaría materia prima; 3 de los encuestados (5%) Almacenaría metales y 3 de los encuestados (5%) Almacenaría otros productos.

3.5. La competencia

Empresa	Sector	Producto / Concepto
Bolsas del aburra Medellín	BOLSAS PLASTICAS	Bolsa de polipropileno
Colombiana de plásticos S.A	BOLSAS PLASTICAS	Bolsa de polipropileno

3.6. Ventaja competitiva

Criterio / Empresa	Smart Bags	Bolsas del aburra Medellín	Colombiana de plásticos S.A
Posicionamiento en el mercado	3	2	1
Calidad de productos	4	2	1
Disponibilidad de productos	5	3	3
Calidad en el servicio	4	3	5
Calidad en el segmento de quejas	1	2	4
Total	17	12	14

El principal competidores la empresa Colombiana de plásticos S.A

3.7. Factores críticos de Éxito

FACTORES CRITICOS DE ÉXITO

Clima y factores demográficos +

Políticas regionales +

Inflación -

Políticas Gubernamentales +

Estructura de la Industria +

Costos +

Competitividad +

Posición en el mercado +

Innovación y desarrollo +

3.8. Impactos

3.8.1. Sociales:

- Smart BAG es un producto 100% ecológico, que funciona con polipropileno para así poder cumplir con el valor agregado y las políticas ambientalistas que se vienen presentando durante los últimos tiempos.
- El producto cuenta con la opción de presentarse ante la comunidad como un producto novedoso con altos estándares de calidad, desarrollo e innovación.

3.8.2. Económicos

- El mercado al que pertenecemos es el de las bolsas plásticas por lo tanto se pagaran impuestos lo que genera un aporte al sector y a la industria de plásticos, además de los tributos que van hacia el gobierno
- El producto genera un margen de rentabilidad alto porque tiene grandes ventajas al momento de reducir los costos fijos, como los son costos de importación, entre otros; Esto nos permite incrementar el margen de utilidad haciendo el producto atractivo para la ciudad

3.8.3. Ambiental y desarrollo

- El producto tiene un gran impacto en la región por ser un producto atractivo e innovador, y esto ayuda a la ciudad de Bogotá a incrementar su oportunidad de inversión tanto local como nacional y extranjera
- Smart Bag establece un mercado atractivo porque la ciudad de Bogotá es una ciudad capital y el producto se ajusta a los estándares de innovación y desarrollo que la ciudad ha venido implementando constantemente atrayendo así la inversión y el desarrollo de la región

3.9. Tamaño de Mercado

Zona metropolitana de Bogota – region cafetera – todo el pais

UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Ubicación: La bodega de almacenamiento The Smart Bags se encuentra ubicado en la calle 148 con carrera 53 en el Norte de la Ciudad de Bogotá D.C. Cuenta con 250 metros cuadrados.

Las bolsas de polipropileno se venderán a todo tipo de turista tipo mochilero, sea local o extranjero, todo aquel viajero que deseen emprender un viaje largo o corto, que quiera llevar su comida favorita a cualquier lugar, asimismo ahorrando dinero, peso en su equipaje y con durabilidad y seguridad para todo el viaje.

3.10. Participación en el mercado

3.10.1. Plan de ventas nacionales –

VENTAS / INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
BOLSAS DE POLIPROPILENO	unidades	20.000	24.000	28.800	34.560	41.472	Incremento anual 20%
	precio	4.000	4.800	5.760	6.912	8.294	
	ingresos	80.000.000	115.200.000	165.888.000	238.878.720	343.968.768	
TOTAL INGRESOS		80.000.000	115.200.000	165.888.000	238.878.720	343.968.768	

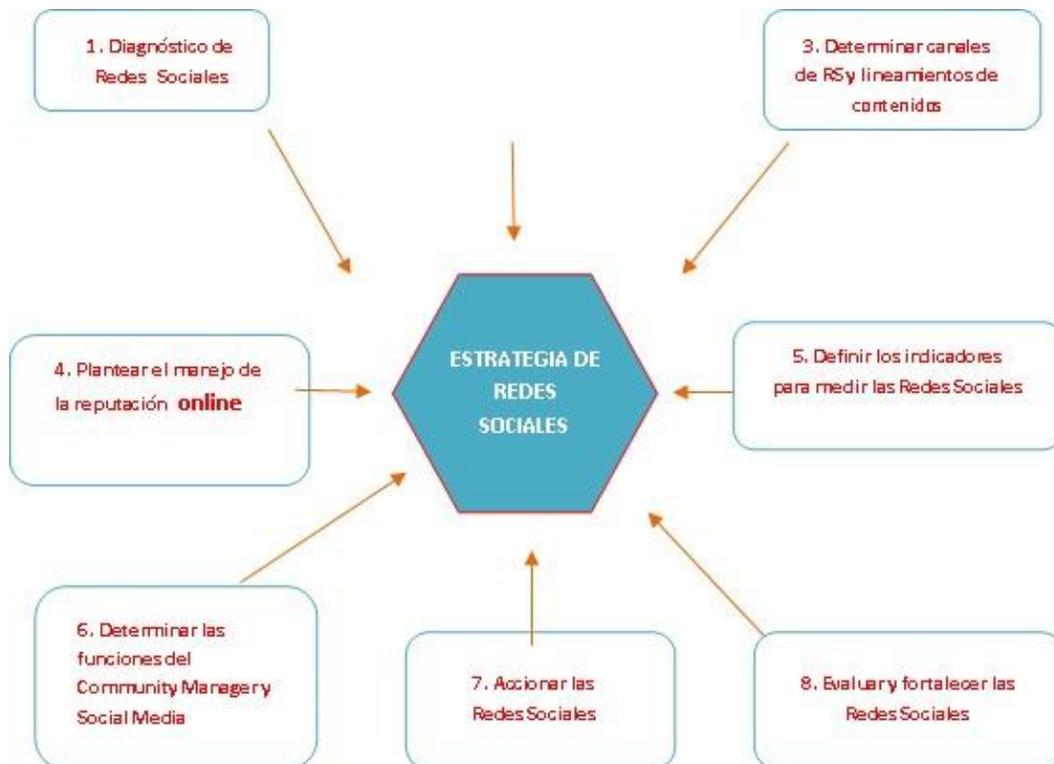
3.10.2. Plan Exportador

No se exportara el producto

3.10.3. Participación en el mercado

EMPRESA	PARTICIPACION X AÑO NACIOANAL	PARTICIPACION X AÑO INTERNACIONAL	PARTICIPACION EN EL MERCACO X AÑO	TOTAL PARTICIPACION
SMART BAG	10.000	0	10.000	10.000
BOLSAS DEL ABURRA MEDELLIN	16.000	0	16.000	16.000
COLOMBIANA DE PLASTICOS S.A.	30.500	0	30.500	30.500

3.11. Plan de Mercadeo



ESTRATEGIAS PARA REALIZAR EL PRODUCTO Y COMERCIALIZARLO

ESTRATEGIAS DE MERCADEO

- ▶ Creacion e Implementacion de Estrategias de Marketing.
- ▶ Creacion y Ejecucion de CampaÑas Publicitarias.
- ▶ Asesorias en Publicidad y Mercadeo.
- ▶ Desarrollo de Productos.
- ▶ Marketing Sensorial.
- ▶ Estrategias de Neuromarketing.
- ▶ Estrategias e Implementacion de Mailing.
- ▶ Estrategias Comerciales.



3.11.1. Matriz DOFA

FORTALEZAS

1. Es un producto de Alta calidad.
2. Es un sector que se encuentra en Crecimiento.
3. Mejora la calidad de vida.
4. Ofrecer un servicio de pre venta y post venta que permita posicionar y aumentar el valor del producto

DEBILIDADES

1. La competencia su producción, estrategias y posicionamiento, siempre son una amenaza inminente.
2. El precio puede ser un factor abrumador en el momento de posicionamiento del producto.
3. Puede ser reemplazado con facilidad por otro tipo de plástico.
4. Altos costos de procesos de exportaciones

MATRIZ DOFA DE SMART BAG

OPORTUNIDADES

1. **Desarrolla más la oferta.**
2. **Gran demanda de mercado.**
3. **Expansión en los mercados internacionales.**
4. **Delantera en cuanto a competencia.**

AMENAZAS

1. Precios bajos del competidor.
 2. Innovación del competidor.
 3. Baja en ventas por precios bajos del competidor.
 4. Altos costos de producción en pedidos mayoristas
-

3.11.2. Estrategias

Estrategia del Producto

El producto que se va a comercializar en el mercado colombiano son unas bolsas para guardar alimentos que contienen polipropileno que es un material con una variedad amplia de utilización, en este caso para el empaque de los alimentos lo que permite que los alimentos duren más del tiempo estimado cuando no se encuentran en una temperatura ideal para su conservación, el polipropileno resiste ante diversos productos químicos.

Es una bolsa plástica especialmente utilizada en Corea del Norte y en Israel por los ejércitos, ya que permite a sus soldados solventar sus necesidades alimenticias de manera segura y facilitando el consumo de sus alimentos cuando se encuentran en campos especializados.

Cuál es el nivel de estacionalidad del producto

El cambio climático no interfiere en la comercialización de este producto, ya que no se considera que la ventas aumenten en una época en especial del año, sino que su salida depende más de la demanda que exista en la zona por la necesidad de mejorar la practicidad en consumir sus alimentos.

Especificaciones

1. Almacenarse en espacios grandes y ventilados
2. Mantener lejos de productos químicos
3. Área ventilada y fresca a temperatura 18° C - 25° C aproximadamente.
4. Humedad relativa del ambiente entre 35 - 50%.
5. Conservar alejado de toda llama o chispas.
6. Debe tener registro Sanitario (Decreto 706 productos sometidos al régimen de notificación sanitaria obligatoria)

Características

Es un termoplástico semicristalino no polar, de dureza y rigidez elevada, que tiene una excelente resistencia al impacto, y a los productos químicos corrosivos. Resiste químicamente soluciones acuosas de ácidos inorgánicos, ácidos orgánicos débiles, lejías, alcohol y algunos aceites. En contraste con el polietileno, la estabilidad térmica de los productos de polipropileno permite soportar temperaturas de 1000 C, en el aire, además, son absolutamente resistentes al agua hirviendo pudiendo esterilizarse a temperaturas de hasta 140° C sin temor a deformación. Debido a estas características, los empaques de polipropileno, son ideales para proteger y empaclar alimentos.

Estrategia de Aplicación

Este producto básicamente está destinado al mercado de materiales que sirven para cubrir y/o empaclar alimentos perecederos, con la diferencia de que el polipropileno permite que estos alimentos se conserven aun estando en temperaturas adversas y que no facilitan la conservación de los mismos. La función principal es ayudar a las personas a que sus

alimentos perduren sobre el tiempo de estimación en sus empaques, o después de su preparación.

Estrategia de Diseño

Estas bolsas son de Polipropileno transparente planas, calibre 200 fáciles de manejar, fáciles de cerrar ya que contiene un cierre hermético, no permiten que entre polvo, son resistentes a la humedad y la grasa. Su presentación es en paquetes de 10 y 100 unidades. Existen diferentes dimensiones, resistencias, colores y capacidades medidas 35x48 34x42 y 28x34 espesor 1,4Mc y 1,2 Mc, Litraje de 180, 140, 80, 75 y resistencia de 42k, 30k, 20k, Colores Rojo, Azul, blanco y verde.

Estrategia de Calidad

Este producto es de alta calidad ya que cumple con las normas de la FDA (FOOD AND DRUGS ADMINISTRATION) entidad que estableció las normas para la seguridad de los productos alimenticios y medicamentos, es el responsable de la regulación de alimentos tanto para personas como animales. Esta ley exige que las etiquetas que contienen los productos alimenticios empaquetados y/o productos que se utilizan para su empaque, no sean de ninguna manera falsas o engañosas, y este producto está respaldado por esta Ley ya que para su exportación hacia Colombia debe tener un certificado sanitario, según lo pida la ley.

Estrategia de Empaque y Embalaje

La presentación de las bolsas de polipropileno es envuelta en paquetes de 10 y 100 unidades, y su empaque final es una caja de presentación que brinda mayor seguridad al cliente final y es almacenada; su embalaje es en cajas que contienen 130 paquetes con papel transparente apretando la mercancía para evitar dispersiones y contaminación de polvo



Estrategias de distribución



Se tiene proyectado utilizar la estrategia push, ya que como vamos a comprar directamente el producto, exportándolo desde Israel.

Tenemos primero que todo a nuestro fabricante que es la empresa Inteligencie Bags ubicada en Jerusalén.

Distribuidor, es la empresas de entregas y servicios a nivel mundial, FedEx, que recoge el producto en la fábrica de Jerusalén la transporta hacia su centro de distribución en dicho país, hasta que finalmente la envían hacia Bogotá vía aérea, allí cuando llega a esta ciudad, la mercancía llega vía terrestre hasta la tienda de nuestra empresa en Pereira.

Cuando ya el producto está en la tienda se inicia con un proceso de selección de bolsas, revisando que este material se encuentre en óptimas condiciones, después se van separando por paquetes de 10 y 100 bolsas para realizar su empaque y embalaje.

Finalmente llega al consumidor a través de un proceso logístico de distribución por las zonas donde están los Soldados del Ejército nacional, al igual que un proceso de distribución por cada negocio de plásticos mayorista o minoristas del país.

Alternativas de penetración del mercado bien o servicio

Como alternativas de penetración del mercado, realizaremos ajustes en los precios, para que el valor del producto sea más competitivo y contundente en el mercado nacional, haremos mayor promoción, publicidad, estrategias, haciendo campañas de alto alcance, que sean directas, claras, transparentes para que el producto tenga un mayor reconocimiento entre los demás, además de promociones en los precios por temporadas..

También tener más canales de distribución, para que cualquier persona de forma fácil, vía web o en ciertos supermercados pueda tener las bolsas, para que sea más fáciles para nuestros clientes, adicional hacer un seguimiento por email, y tele mercadeo.

Finalmente tener constantemente mejora del producto, sacando nuevas líneas que sean más atractivas para los consumidores.

3.11.2.1. Estrategias del producto

Análisis de las Variables Controlables (4ps)

Producto

The Smart Bags, son unas bolsas de polipropileno de origen Israelí, que cuentan con siete capas de protección, usadas por las fuerzas militares de ese país para la

alimentación de los soldados en campamentos alejados de la civilización y en tiempo de enfrentamientos militares, debido a su practicidad y durabilidad, sin importar las condiciones climáticas, este producto es innovador en Colombia ya que actualmente ninguna bolsa tiene similares características en donde se puede introducir un alimento cualquiera, sellarlo y obtener una conservación superior a los 5 años, sin necesidad de cadena de frío ni de calor, una bolsa que es muy liviana y se puede llevar a cualquier parte sin que ocupe mucho espacio.

Los productos que podrán competir con el nuestro o productos sustitutos

1. Son todos los productos en bolsas de polipropileno

3.11.2.2. Plaza

La ciudad Bogotá será la plaza principal aunque también se puede comercializar el producto a nivel nacional e internacional

¿En qué sitios se puede ofrecer el producto?

1. En las empresas o entes públicas y privadas que desean adquirir el producto.
2. En las organizaciones gubernamentales que desean ampliar la capacidad y dar oportunidades de empleo y trabajo
3. En las entidades que desean apoyar a las personas naturales para adquirir el producto como cooperativas, bancos, entre otros

¿Qué canal de distribución se puede utilizar?



3.11.2.3. PROMOCION

¿Por qué medios se pueden realizar la publicidad de este producto?

1. Por medio de la prensa
2. Por medio de la radio
3. Por medio de la televisión
4. Por medio del internet
5. Por medio de las revistas
6. Por medio de las ferias
7. Por medio del “voz a voz”
8. Por medio de empresas encargadas a realizar publicidad (outsourcing)

¿Hacia quien va dirigida la publicidad?

1. Entidades militares
2. Viajeros frecuentes
3. Empresas y pymes que pertenezcan al mercado
4. Entes gubernamentales, organizaciones, instituciones públicas y privadas.
5. Personas naturales que quieran iniciar un establecimiento comercial

¿Cuáles son las estrategias publicitarias para ofrecer el producto?

1. Informar acerca de las ventajas competitivas que tiene el producto frente a sus competidores.
2. Asistir a ferias nacionales e internacionales para dar a conocer el producto
3. Realizar un sistema de sistematización que pueda definir los productos adaptados y los productos estandarizados para llevarlos a una plataforma en la red en la que los clientes potenciales puedan identificar qué clase de producto desean.

3.11.2.4. PRECIO

¿Qué tipo de moneda se maneja en este país?

En Colombia se utiliza la moneda Peso colombiano (COP)

¿Cuánto están dispuestos a pagar por el producto?

Según los costos de producción, el margen de rentabilidad y los costos administrativos realizado un análisis que permitirá al cliente conocer su rentabilidad y esto permitirá que el cliente esté dispuesto a pagar el valor neto de **\$4000 C/U**

¿Cuál es el precio de la competencia?

Empresa	SECTOR	VALOR
SMART BAG	BOLSAS PLASTICAS	\$4000
Bolsas del aburra Medellín	BOLSAS PLASTICAS	\$2.400
Colombiana de plásticos S.A	BOLSAS PLASTICAS	\$1.700

3.11.3. Presupuesto de mercadeo

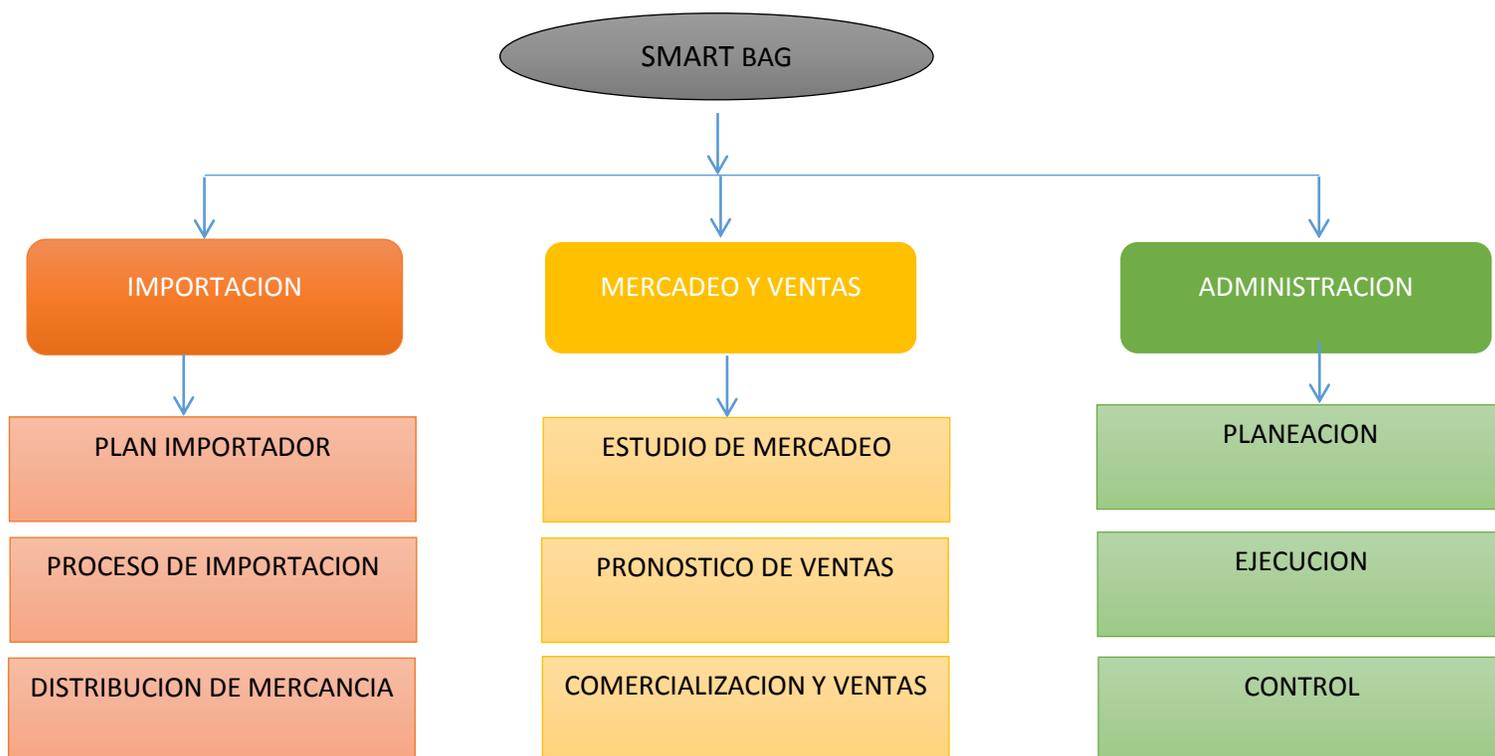
CONCEPTO	VALOR COP
Servicios varios	\$ 700.000
Estrategia de publicidad	\$ 560.000
Estrategias de distribución	\$ 1.000.000
Estrategias de ventas	\$ 2.000.000
pisadores en radio	\$ 5.000.000
Repartición de volantes y pantallas	\$ 400.000
carro con valla	\$ 500.000
TOTAL	\$ 10.160.000

4 Capsula de la ficha técnica

4.1. Ficha técnica

NOMBRE COMERCIAL	SMART BAG
POSICION ARANCELARIA PARA COLOMBIA	6305.33.20.00
NOMBRE CIENTIFICO	EMPAQUE PARA ALMACENAMIENTO DE POLIPROPILENO
DESCRIPCION TECNICA	EMPAQUE PARA ALMACENAMIENTO HECHO DE MATERIAL QUIMICO POLIPROPILENO
COMPONENTE PRICIPAL	POLIPROPOLENO

4.2. Organigrama



4.3. INVERSIONES

4.3.1. Maquinaria y equipo

No se invertirá en maquinaria y equipo ya que el producto es importado

4.3.2. Muebles y enseres

Concepto	Valor	Unidades	Total
Oficina	700.000	1	700.000
Computador	1.000.000	2	2.000.000
Muebles	500.000	4	2.000.000
Gaveta de archivos	500.000	2	1.000.000
Escritorio general	300.000	4	1.200.000
Galón de agua	100.000	1	100.000
Total	3.100.000	14	7.000.000

4.3.3. Pre operativo

DESCRIPCION	VALOR
Instalación	\$ 1.000.000
Gastos notariales	\$ 200.000
Registro de importaciones	\$ 200.000
Cámara y comercio	\$ 150.000
Registro de la marca	\$ 500.000
VALOR TOTAL	\$ 2.050.000

4.3.4. Resumen de inversiones

Descripción	Valor
Maquinaria y equipo	\$ -
Muebles y enseres	\$ 7.000.000
Gastos legales	\$ 1.050.000
Mezcla de Mercadeo	\$ 10.160.000
apertura cuenta bancaria	\$ 150.000
Asesoría Jurídica	\$ 700.000
Asesoría Contable	\$ 600.000
Instalacion	\$ 1.000.000
Insumos Oficina	\$ 1.114.500
Arrendamiento	\$ 14.400.000
Servicios Publicos	\$ 6.000.000
Elementos de Aseo	\$ 1.932.000
Imprevistos y ocultos	\$ 8.821.300
TOTAL	\$ 52.927.800

4.1. Materia prima

La empresa no maneja inversiones ni gastos en materia prima ya que el producto es importado

4.1.1. Proveedores

BOLSAS DEL ORIENTE (IRAK) \$600 x Bolsa de polipropileno

4.1.2. Cuadro de costos

CANTIDAD	VALOR
1 BOLSA	\$600
10.000 BOLSAS	\$6.000.000
20.000 BOLSAS	\$12.000.000
30.000 BOLSAS	\$18.000.000
40.000 BOLSAS	\$240.000.000
50.000 BOLSAS	\$30.000.000

4.2. Mano de obra directa

PERSONAL	DATOS	AÑO				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario medio mensual	4.000.000,00	48.000.000	51.916.800	53.993.472	56.153.211	58.399.339
Incremento salarial anual	4,00%					
Nº de empleados año 1	4					
Nº de empleados año 2	4					
Nº de empleados año 3	4					
Nº de empleados año 4	4					
Nº de empleados año 5	4					
% coste Seguridad Social	51,33%	24.638.400	26.648.893	27.714.849	28.823.443	29.976.381
Total gastos de personal		72.638.400	78.565.693	81.708.321	84.976.654	88.375.720

4.3. Sistemas de control

SISTEMAS DE CONTROL						
MES	Revisión de importación	Revisión de calidad	Revisión de mercadeo	Revisión de ventas	Revisión de comercialización	Revisión de administración
LUNES						
MARTES						
MIÉRCOLES						
JUEVES						
VIERNES						
SABADO						
LUNES						
MARTES						
MIÉRCOLES						
JUEVES						
VIERNES						
SABADO						
MARTES						
MIÉRCOLES						
JUEVES						
VIERNES						
SABADO						
LUNES						
MARTES						
MIÉRCOLES						
JUEVES						
VIERNES						
SABADO						

4.4. COSTOS POR PRODUCCION

sku	COSTO IMPORTE UNIDAD		PRECIO DE VENTA		UTILIDAD
1	\$	600	\$	4.000	\$ 3.400
10.000	\$	6.000.000	\$	40.000.000	\$ 34.000.000
20.000	\$	12.000.000	\$	80.000.000	\$ 68.000.000
30.000	\$	18.000.000	\$	120.000.000	\$ 102.000.000
40.000	\$	24.000.000	\$	160.000.000	\$ 136.000.000
50.000	\$	30.000.000	\$	200.000.000	\$ 170.000.000

4.5. LOCALIZACION

BOGOTA D.C COLOMBIA

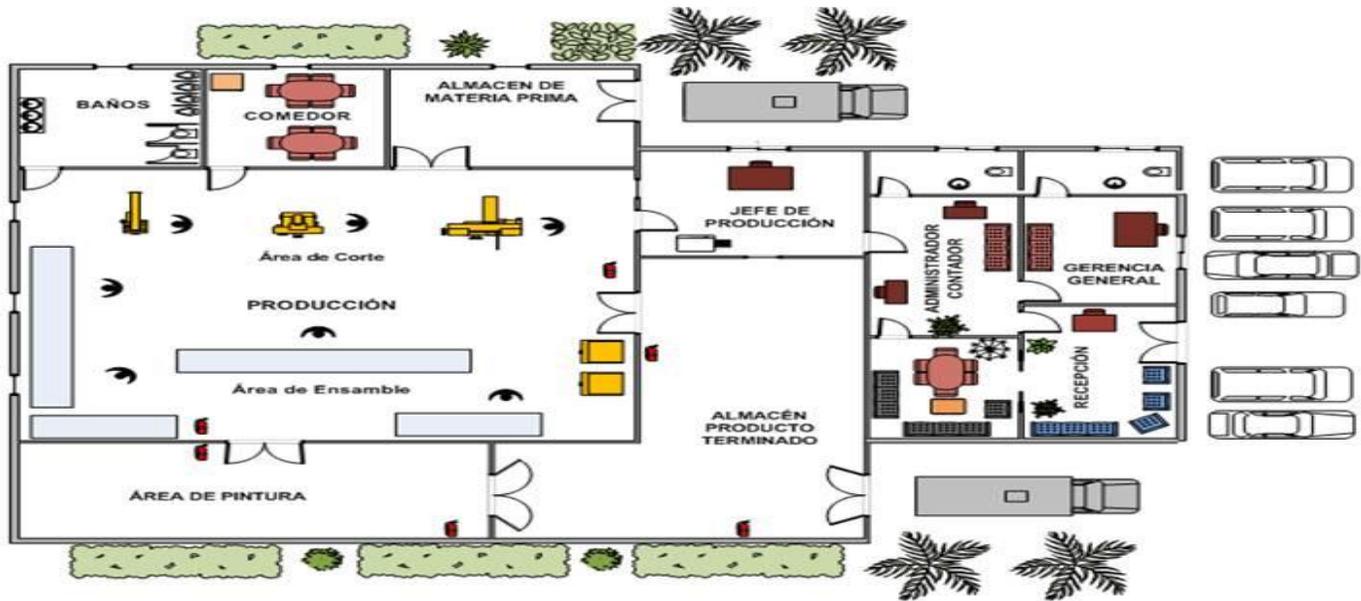
4.5.1. Macro localización

BOGOTA – CAPITAL D.C

4.5.2. Micro localización

La bodega de almacenamiento The Smart Bags se encuentra ubicado en la calle 148 con carrera 53 en el Norte de la Ciudad de Bogotá D.C

4.6. DISTRIBUCION DE PLANTA



4.7. PLAN DE PRODUCCION

VENTAS / INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Incremento anual 20%
BOLSAS DE POLIPROPILENO	unidades	20.000	24.000	28.800	34.560	41.472	
	precio	4.000	4.800	5.760	6.912	8.294	
	ingresos	80.000.000	115.200.000	165.888.000	238.878.720	343.968.768	
TOTAL INGRESOS		80.000.000	115.200.000	165.888.000	238.878.720	343.968.768	

COMPRAS / SUMINISTROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INSUMOS OFICINA	unidades	1	1	1	1	1
	precio	1.114.500	1.337.400	1.604.880	1.925.856	2.311.027
	subtotal	1.114.500	1.337.400	1.604.880	1.925.856	2.311.027
IMPLEMENTOS ASEO	unidades	1	1	1	1	1
	precio	1.932.000	2.318.400	2.782.080	3.338.496	4.006.195
	subtotal	1.932.000	2.318.400	2.782.080	3.338.496	4.006.195
TOTAL COSTES		3.046.500	3.655.800	4.386.960	5.264.352	6.317.222

4.8. PLAN DE COMPRAS

5 Capsula Administrativa

5.1. Tipo de empresa y objeto social

Sociedad Anónima

Es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones. Las acciones pueden diferenciarse entre sí por su distinto valor nominal o por los diferentes privilegios vinculados a éstas, como por ejemplo la obtención de un dividendo mínimo. Los accionistas no responden con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad, sino únicamente hasta la cantidad máxima del capital aportado. Existen sociedades anónimas tanto de capital abierto como de capital cerrado.

La Junta General de Accionistas, también denominada Asamblea General de Socios, es la encargada, entre otras funciones, de elegir a los administradores de la sociedad, pero todo eso en un plazo de dos meses.

Es la reunión de los accionistas de la sociedad y es el órgano máximo de esta. Ante ella pueden actuar los accionistas por sí mismos o representados mediante poder otorgado por documentos públicos o privados.

La sociedad anónima, necesita de valerse de un órgano ejecutivo y representativo a la vez, que lleve a cabo la gestión cotidiana de la sociedad y la represente en sus relaciones jurídicas con terceros.

La estructura del órgano de administración de una sociedad constituye una de las menciones más importantes de los estatutos. As En general los ordenamientos jurídicos permiten que cada sociedad pueda organizar su administración de la forma que estime más conveniente, no impone una estructura rígida y predetermina al órgano administrativo y faculta a los estatutos para decantarse entre varias formas alternativas.

Las formas habitualmente permitidas son:

- Administrador único
- Varios administradores solidarios
- Dos administradores conjuntos
- Un Consejo de administración, también denominado Directorio en algunos países, o Junta Directiva.
- Administrador Socioeconómico

OBJETO SOCIAL: Venta y comercialización de bolsas de polipropileno

5.2. Misión

Somos una empresa apasionada por ofrecer a nuestros clientes el máximo bienestar a través de productos innovadores y de alta calidad que ayuden a suplir sus necesidades implementado sistemas de calidad para nuestros clientes

5.3. Visión

Ser reconocidos por nuestros productos innovadores y de gran calidad para ser pioneros en la industria de las bolsas en los próximos 5 años a partir del año 2018

5.4. Objetivos

- Establecer buenas estrategias para el buen manejo y la buena ejecución de la empresa.
- Entrar a competir a un buen mercado, con un gran producto.
- Brindar productos de gran calidad
- Ofrecer productos únicos e innovadores

5.5. Políticas corporativas

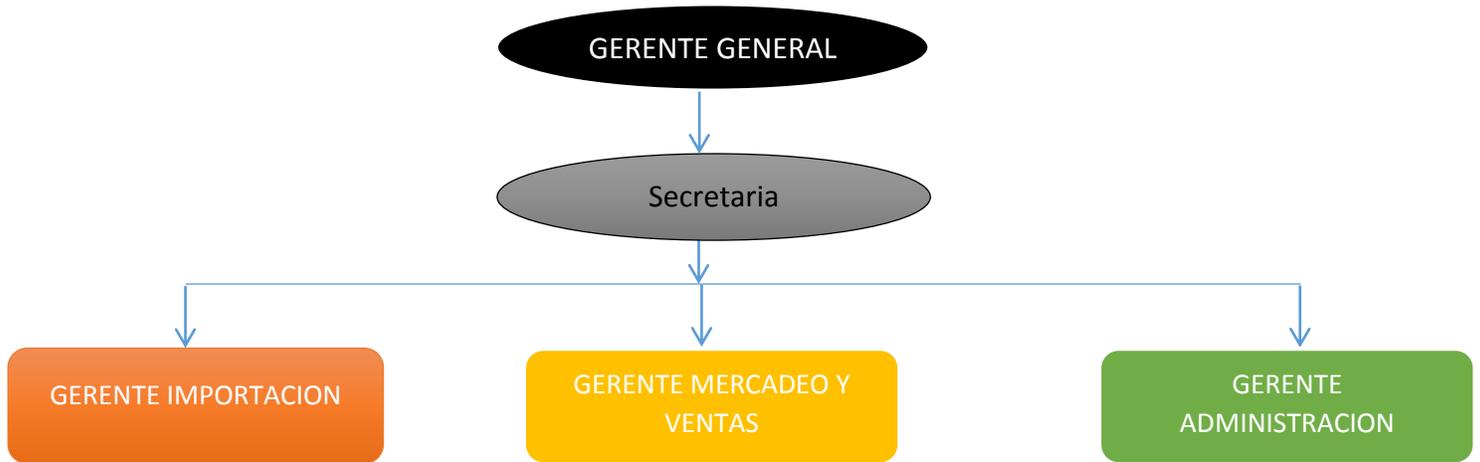
- Mantener los costos de importación para cada producto
- Mantener los canales de distribución para cada producto
- Mantener una cuota mínima de inventario para cada producto
- Mantener el precio de venta por 5 años como estrategia de precio

5.6. Valores corporativos

- Compromiso
- Respeto

- Productividad

5.7. Estructura organizacional



5.8. Perfiles

PERFILES				
Nombre del cargo	Experiencia	Nivel educativo	Personas a cargo	Descripcion
Gerente General	3 años	PROFESIONAL	4	Persona encargada de controlar y vigilar todas las áreas de la compañía Responsable por la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo. Además presenta al Directorio los estados financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera
Gerente de importacion	2 años	PROFESIONAL	0	Persona encargada de Controlar el cumplimiento de los planes y programas de importacion. Controlar que los índices y costos de importacion.
Gerente de mercadeo y ventas	2 años	PROFESIONAL	0	Diseñar y desarrollar estrategias tendientes a incrementar la rentabilidad y participación en el mercado nacional e internacional Definir las políticas de ventas y distribución. Supervisar la planificación y ejecución de las estrategias y acciones de Comercialización de la empresa. Efectuar el análisis y evaluación de los resultados de los planes de mercadeo y ventas de la empresa.
Gerente Administrativo	2 años	PROFESIONAL	0	Persona encargada de controlar y vigilar todas las áreas de la compañía Responsable por la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo. Además presenta al Directorio los estados financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera
Secretaria	1 año	PROFESIONAL	3	recibir y redactar la correspondencia de un superior letárgico llevar adelante la agencia de este y custodiar y ordenar los documentos de una oficina.

5.9. Manejo administrativo: Revisión semanal

5.10. Entidades de apoyo

1. **Cámara de comercio de Pereira:** Brinda asesoría especializada acerca de la constitución de la empresa

2. **Bancoldex:** Tiene proyectos financieros para financiar proyectos
3. **Pro-Colombia:** Presta asesoría personalizada acerca de comercio exterior para los procesos de importación

6. Capsula Legal

6.1. Constitución de la empresa y aspectos legales

➤ Requisitos comerciales

- Inicialmente debemos dirigirnos a la Cámara de Comercio y realizar un registro mercantil¹.
- Se debe registrar la empresa, para esto se ejecutan los siguientes ítem:
- Consulta: Consiste en verificar por auto consulta la disponibilidad del nombre e identificar y definir el código CIU².
- Diligenciamiento: Adquirir y diligenciar el formulario de Registro Único Empresarial³:
- Carátula única empresarial: Es el formulario aprobado por la Superintendencia de Industria y Comercio que debe diligenciarse para efectos de solicitar la matrícula mercantil o para realizar la renovación de la misma.
- Anexo de matrícula mercantil.
- Formalización: Consiste en presentar los documentos de identificación de los socios y cancelar los derechos de matrícula.

- 1) El registro mercantil es una función que la ley ha asignado a las cámaras de comercio, consistente en llevar una matrícula de los comerciantes y sus establecimientos de comercio, así como la inscripción o anotación de los diferentes actos u operaciones, libros y documentos que sean de carácter mercantil, o que afecten a la persona del comerciante, con el fin de darles publicidad y los efectos jurídicos que la ley señala.
- 2) El **Código CIU es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme** que tiene como propósito agrupar todas las actividades económicas similares por categorías, permite que todos los empresarios puedan clasificarse dentro de actividades muy específicas que facilitan el manejo de información para el análisis estadístico y económico empresarial.
- 3) El Registro Único Empresarial (RUE) es la primera red nacional de servicios registrales, que integra y centraliza el Registro Mercantil y el Registro de

Proponentes que administran las Cámaras de Comercio. Es el Principal aliado estratégico del sector empresarial y del Gobierno Nacional, al ofrecer información y operaciones confiables y oportunas para la toma de decisiones comerciales y económicas

6.2. Normativa regional

- Realizar el Registro Único Tributario (RUT)¹. Éste se puede hacer de forma presencial dirigiéndonos a la Cámara de Comercio o por internet ingresando a la página www.dian.gov.co y llenando el formulario que consta básicamente de tres partes:

1) Identificación

IDENTIFICACION			
24. Tipo de contribuyente: Persona natural o su	25. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía	26. Número de identificación: 4 8 8 8 3 4 7	27. Fecha expedición: 1990 07 30
Lugar de expedición: 28. País: COLOMBIA		29. Departamento: Huila	30. Ciudad/Municipio: Altamira
31. Primer apellido: RINCON	32. Segundo apellido: VARGAS	33. Primer nombre: LUIS	34. Otros nombres: HUMBERTO
35. Razón social:			
36. Nombre comercial:			
37. Sigla:			

2) Ubicación

UBICACION			
38. País: COLOMBIA	39. Departamento: Huila	40. Ciudad/Municipio: Neiva	
41. Dirección: C L 6 6 A 2 W 4 0			
42. Correo electrónico: rinconluish@yahoo.com	43. Apartado aéreo:	44. Teléfono 1: 8 7 6 8 3 7 9	45. Teléfono 2: 3 1 0 2 2 0 4 6 4

- 1) El Registro Único Tributario -RUT- constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto de renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio, los responsables del régimen común, los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros; y los demás sujetos de obligaciones administradas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN.

3) Clasificación

CLASIFICACION																				
Actividad económica						Ocupación														
Actividad principal			Actividad secundaria			Otras actividades														
46. Código:	47. Fecha inicio actividad:	48. Código:	49. Fecha inicio actividad:	50. Código:		51. Código:		52. Número establecimientos:												
7 4 1 2	2003 05 31			1 2		2 4 1 1		0												
Responsabilidades																				
53. Código: 1 2 2 2																				
12- Ventas régimen simplificado																				
Usuarios aduaneros										Exportadores										
54. Código: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10										55. Forma:		56. Tipo:		57. Modo:				58. CPC:		
										<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		1 2 3						

➤ Requisitos de funcionamiento

1. Registro Industria y Comercio
 2. Certificado de Uso del Suelo
 3. Registro Avisos y Tableros
 4. Licencia Sanitaria
- Trámites para la colocación del producto tanto en el mercado nacional como en el exterior.
 - Al estudiar las condiciones del entorno, notamos que tanto el mercado nacional como el internacional son una gran oportunidad para desarrollar nuestro negocio y que tal vez a largo plazo la idea de hacer edificaciones con material reciclado (en nuestro caso contenedores) se pueda implementar como una verdadera alternativa para realizar obras de construcción.
 - Los productos de la empresa *“Containers for life”* van a ser asequibles por cualquier sector poblacional, pues los costos de los mismos pueden variar dependiendo de las exigencias de las personas.

- Cuando hacemos un estudio de la competencia nos encontramos con que seríamos la primera empresa del país y de las únicas en el mundo en llevar a cabo proyectos de este tipo, además el permanente crecimiento de las ciudades nos muestra que tenemos un mercado potencial al que podemos incorporarnos con facilidad.
 - Nuestros productos se van a vender en cualquier lugar del mundo que presente demanda de edificaciones.
- **Aplicación de los servicios ofrecidos por las instituciones que hacen parte del comercio internacional del país según el caso, considerando de qué forma y en qué momento se da su aplicabilidad.**
 - En el momento de crear la empresa acudimos a la DIAN.
 - Si se necesita dinero para la adquisición de productos necesarios para la fabricación del bien se puede tener acceso a los programas que ofrece Bancoldex,
 - En caso de que la empresa necesite fondos para la ejecución de sus actividades acudir al Fondo Nacional de Garantías (FNG) para tener acceso a créditos.
 - Si se necesita exportar un contenedor, podríamos acudir a las agencias de aduanas para recibir una eficaz ayuda en cuanto a los trámites.
 - Viabilidad tanto en el mercado nacional como en el exterior.
 - Viabilidad comercial: El mundo moderno está en constante crecimiento, por lo que es una buena alternativa nuestra empresa para contribuir a la expansión de las ciudades.
 - Viabilidad técnica: El proyecto es posibles, puesto que los elementos necesarios para llevarlo a cabo son de fácil adquisición en el mercado.
 - Viabilidad administrativa: Los socios cuentan con conocimientos suficientes en el campo administrativo como para hacer una eficiente administración del negocio.
 - Viabilidad legal: No existen trabas de carácter jurídico que impidan la ejecución de la idea de negocio.
 - Viabilidad política: Los socios tienen un “norte común”, lo que hace que las decisiones de la empresa satisfagan las expectativas de todos.
 - Viabilidad ambiental: El impacto del proyecto sobre el medio ambiente es positivo puesto que busca reducir los índices de contaminación y explotación de la tierra.

7. Capsula presupuestal

7.1. Ventas nacionales

VENTAS / INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
BOLSAS DE POLIPROPILENO	unidades	20.000	24.000	28.800	34.560	41.472	Incremento anual 20%
	precio	4.000	4.800	5.760	6.912	8.294	
	ingresos	80.000.000	115.200.000	165.888.000	238.878.720	343.968.768	
TOTAL INGRESOS		80.000.000	115.200.000	165.888.000	238.878.720	343.968.768	

7.2. Ventas exportación

No se exportara

7.3. Ventas Totales

VENTAS / INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
BOLSAS DE POLIPROPILENO	unidades	20.000	24.000	28.800	34.560	41.472	Incremento anual 20%
	precio	4.000	4.800	5.760	6.912	8.294	
	ingresos	80.000.000	115.200.000	165.888.000	238.878.720	343.968.768	
TOTAL INGRESOS		80.000.000	115.200.000	165.888.000	238.878.720	343.968.768	

7.4. Ingresos en el mercado

VENTAS / INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Incremento anual 20%
BOLSAS DE POLIPROPILENO	unidades	20.000	24.000	28.800	34.560	41.472	
	precio	4.000	4.800	5.760	6.912	8.294	
	ingresos	80.000.000	115.200.000	165.888.000	238.878.720	343.968.768	
TOTAL INGRESOS		80.000.000	115.200.000	165.888.000	238.878.720	343.968.768	

A través de las ventas de bolsas de polipropileno

7.5. Costos de mercancía vendida e inventario

VALORACIÓN DE EXISTENCIAS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BOLSAS DE POLIPROPILENO	unidades	20.000	24.000	28.800	34.560	41.472
	precio	600	720	756	794	833
	valor	12.000.000	17.280.000	21.772.800	27.433.728	34.566.497
TOTAL EN EXISTENCIAS		12.000.000	17.280.000	21.772.800	27.433.728	34.566.497

7.6. Costos de producción

No se produce solo se comercializa

7.7. Compras

COMPRAS /SUMINISTROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INSUMOS OFICINA	unidades	1	1	1	1	1
	precio	1.114.500	1.337.400	1.604.880	1.925.856	2.311.027
	subtotal	1.114.500	1.337.400	1.604.880	1.925.856	2.311.027
IMPLEMENTOS ASEO	unidades	1	1	1	1	1
	precio	1.932.000	2.318.400	2.782.080	3.338.496	4.006.195
	subtotal	1.932.000	2.318.400	2.782.080	3.338.496	4.006.195
TOTAL COSTES		3.046.500	3.655.800	4.386.960	5.264.352	6.317.222

7.8. Pago a proveedores

Pago de contado

7.9. Nómina y comisiones

PERSONAL	DATOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario medio mensual	4.000.000,00	48.000.000	51.916.800	53.993.472	56.153.211	58.399.339
Incremento salarial anual	4,00%					
Nº de empleados año 1	4					
Nº de empleados año 2	4					
Nº de empleados año 3	4					
Nº de empleados año 4	4					
Nº de empleados año 5	4					
% coste Seguridad Social	51,33%	24.638.400	26.648.893	27.714.849	28.823.443	29.976.381
Total gastos de personal		72.638.400	78.565.693	81.708.321	84.976.654	88.375.720

7.10. Gastos de publicidad

CONCEPTO	VALOR COP
Servicios varios	\$ 700.000
Estrategia de publicidad	\$ 560.000
Estrategias de distribución	\$ 1.000.000
Estrategias de ventas	\$ 2.000.000
pisadores en radio	\$ 5.000.000
Repartición de volantes y pantallas	\$ 400.000
carro con valla	\$ 500.000
TOTAL	\$ 10.160.000

7.11. Gastos de puesta en marcha

Descripción	Valor
Maquinaria y equipo	\$ -
Muebles y enseres	\$ 7.000.000
Gastos legales	\$ 1.050.000
Mezcla de Mercadeo	\$ 10.160.000
apertura cuenta bancaria	\$ 150.000
Asesoría Jurídica	\$ 700.000
Asesoría Contable	\$ 600.000
Instalacion	\$ 1.000.000
Insumos Oficina	\$ 1.114.500
Arrendamiento	\$ 14.400.000
Servicios Publicos	\$ 6.000.000
Elementos de Aseo	\$ 1.932.000
Imprevistos y ocultos	\$ 8.821.300
TOTAL	\$ 52.927.800

7.12. Aplicación de créditos

No existen créditos

8. Capsula Financiera

8.1. Punto de equilibrio

PRECIO	\$ 4.000	
COSTO FIJO MENSUAL	\$ 7.753.200	7.753.200
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 152	152
RESULTADO PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		2015

COSTO FIJO MENSUAL	\$ 7.753.200	7.753.200
COSTO VARIABLE MENSUAL	\$ 253.875	253.875
VENTAS MENSUALES	\$ 6.666.667	6.666.667
RESULTADO PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS	\$ 8.060.140	

8.2. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	80.000.000	115.200.000	165.888.000	238.878.720	343.968.768
Aprovisionamiento	3.046.500	3.655.800	4.386.960	5.264.352	6.317.222
Variación de existencias	-	- 5.280.000	- 4.492.800	- 5.660.928	- 7.132.769
Margen	76.953.500	106.264.200	157.008.240	227.953.440	330.518.776
Gastos de personal	72.638.400	78.565.693	81.708.321	84.976.654	88.375.720
Alquileres	14.400.000	14.832.000	15.276.960	15.735.269	16.207.327
Otros gastos	6.000.000	6.090.000	6.181.350	6.274.070	6.368.181
EBITDA ?	- 16.084.900	6.776.507	53.841.609	120.967.447	219.567.548
Amortizaciones	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000
EBIT ?	- 17.484.900	5.376.507	52.441.609	119.567.447	218.167.548
Gastos financieros	3.766.986	3.057.457	2.326.642	1.573.903	798.581
BAI ?	- 21.251.886	2.319.050	50.114.967	117.993.544	217.368.967
Impuesto sobre beneficios	- 7.013.122	765.286	16.537.939	38.937.870	71.731.759
Resultado	- 14.238.764	1.553.763	33.577.028	79.055.675	145.637.208

8.3. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial	97.084.900	57.557.895	29.474.665	32.844.608	78.867.799
+ Beneficio	- 14.238.764	1.553.763	33.577.028	79.055.675	145.637.208
+ Amortizaciones	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000
+ Prestamos obtenidos	-	-	-	-	-
+ Ampliaciones de capital	-	-	-	-	-
+ Crédito de proveedores	250.397	50.079	60.095	72.114	86.537
- Crédito a clientes	3.287.671	1.446.575	2.083.068	2.999.619	4.318.769
- Dividendos	-	-	-	-	-
- Devoluciones de préstamos	23.650.968	24.360.497	25.091.312	25.844.051	26.619.373
- Inversiones	-	-	-	-	-
- Existencias	-	5.280.000	4.492.800	5.660.928	7.132.769
Saldo final	57.557.895	29.474.665	32.844.608	78.867.799	187.920.633

8.4. Balance General

BALANCE PREVISIONAL	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Inmovilizado	28.481.300	28.481.300	28.481.300	28.481.300	28.481.300	28.481.300
Amortizaciones	-	1.400.000	2.800.000	4.200.000	5.600.000	7.000.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	28.481.300	27.081.300	25.681.300	24.281.300	22.881.300	21.481.300
Existencias	-	12.000.000	17.280.000	21.772.800	27.433.728	34.566.497
Clientes	-	3.287.671	4.734.247	6.817.315	9.816.934	14.135.703
Tesorería	97.084.900	57.557.895	29.474.665	32.844.608	78.867.799	187.920.633
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	97.084.900	72.845.566	51.488.912	61.434.723	116.118.461	236.622.833
TOTAL ACTIVO	125.566.200	99.926.866	77.170.212	85.716.023	138.999.761	258.104.133
PASIVO						
Recursos propios	-	-	-	-	-	-
Reservas		-	1.553.763	35.130.791	114.186.466	259.823.673
Resultados negativos		- 14.238.764	- 14.238.764	- 14.238.764	- 14.238.764	- 14.238.764
Prestamos	125.566.200	101.915.232	77.554.735	52.463.424	26.619.373	-
TOTAL NO CORRIENTE	125.566.200	87.676.469	64.869.735	73.355.451	126.567.075	245.584.910
Proveedores		250.397	300.477	360.572	432.686	519.224
Tesorería negativa		-	-	-	-	-
TOTAL CORRIENTE	-	250.397	300.477	360.572	432.686	519.224
TOTAL PASIVO	125.566.200	87.926.866	65.170.212	73.716.023	126.999.761	246.104.133
		- 14.238.764	- 12.685.000			

8.5. Análisis Financiero

PROYECTOS	Tasa (%) de Oportunidad	Desembolso inicial del Proyecto	Flujo del 1º año	Flujo del 2º año	Flujo del 3º año	Flujo del 4º año	Flujo del 5º año
	Tasa de oportunidad	Desembolso Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Smart Bags	19,00%	- 125.566.200	57.557.895	29.474.665	32.844.608	78.867.799	187.920.633
PROYECTOS =		A					
Valor Presente Neto VPN =		81.183.190					
Tasa Interna de Retorno TIR =		39,25%					

Para el caso del plan de negocio el valor presente neto es positivo lo que indica que el proyecto será rentable y es factible desde el punto de vista financiero y por tal razón la decisión a tomar según este resultado sería la de ejecutar el plan de negocio. El VPN positivo quiere decir que el proyecto es capaz de generar

suficiente dinero para que recuperar la inversión inicial y además genera ganancias.

La TIR del proyecto es 39,25% por lo que el proyecto analizado devuelve el capital invertido más un a ganancial adicional, siendo rentable

8.6. Capital de Trabajo

Descripción	Valor
Capital de trabajo	\$ -
Insumos Oficina	\$ 1.114.500
Mano de obra	\$ 72.638.400
Arrendamientos	\$ 14.400.000
Servicios públicos	\$ 6.000.000
Elementos Aseo	\$ 226.500
TOTAL	\$ 94.379.400

9. Análisis de sensibilidad

Poco conocimiento del producto

El poco conocimiento que se tiene del producto y la falta de cultura para usarlo puede ser un problema para la empresa ya que algunas personas pueden tener cierto nivel de desconfianza al almacenar sus productos en las bolsas de polipropileno

Errores de almacenamiento

El almacenamiento sea de comida o de cualquier tipo de producto debe tener un previo aviso y conocimiento ya que si se almacena y se distribuye los productos de manera inadecuada la bolsa se podría dañar al igual que los productos almacenados

Intolerancia al agua

Por ningún motivo puede caer una gota de agua dentro de la bolsa ya que si esto ocurre perderá sus componentes y los productos se dañaran

10. RIESGOS

Riesgo	ALTO	MEDIO	BAJO	1-4-
Contaminar la bolsa		x		2
Dañar el almacenamiento			x	1
Romper la bolsa		x		2
Hurto de la bolsa		x		2
Poco almacenamiento			x	1
Poca expectativa de cliente	x			4
TOTAL RIESGO DE 1 A 4				2

11. PLAN DE CONTINGENCIA

ACCION	ALTO	MEDIO
PROYECTO	X	
PLANEACION ESTRATEGICA		X
ESTRUCTURACION DE LA EMPRESA		X
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	X	
IMPLEMENTACION DEL PRODUCTO ESTRELLA	X	
INVESTIGACION DE MERCADOS		X
APLICACIÓN		X
INVERSIONISTAS	X	
PROCESO DE IMPORTACION	X	
PROCESO DE PROMOCION		X
PROCESOS DE COMERCIALIZACION		X

PROCESO DE VENTAS	X
PROCESO DE ADMINISTRACION	X

12. Cronograma de Actividades

ACCION	CRONOGRAMA
PROYECTO	
PLANEACION ESTRATEGICA	Enero
ESTRUCTURACION DE LA EMPRESA	
CONSTITUCION DE LA EMPRESA	Febrero
IMPLEMENTACION DEL PRODUCTO ESTRELLA	
INVESTIGACION DE MERCADOS	Marzo
APLICACIÓN	
INVERSIONISTAS	Abril
PROCESO DE IMPORTACION	Mayo
PROCESO DE PROMOCION	Junio
PROCESOS DE COMERCIALIZACION	
PROCESO DE VENTAS	JULIO - DICIEMBRE
PROCESO DE ADMINISTRACION	

INVERSIONES

Descripción	Valor
Capital de trabajo	
Maquinaria y equipo	\$ -
Muebles y enseres	\$ 7.000.000
Gastos legales	\$ 1.050.000
Mezcla de Mercadeo	\$ 10.160.000
apertura cuenta bancaria	\$ 150.000
Asesoría Jurídica	\$ 700.000
Asesoría Contable	\$ 600.000
Instalación	\$ 1.000.000
Insumos Oficina	\$ 1.114.500
Arrendamientos	\$ 14.400.000

Servicios públicos	\$	6.000.000
Elementos Aseo	\$	1.932.000
Mano de obra	\$	72.638.400
Imprevistos y ocultos	\$	8.821.300
TOTAL	\$	125.566.200