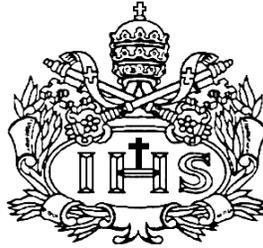


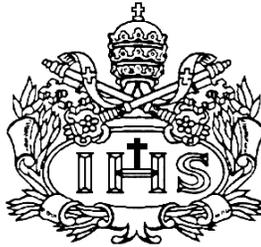
DE TRUEQUE



**AUTORA
LENNY ALEXANDRA MURCIA GUZMÁN**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
CARRERA DE DISEÑO INDUSTRIAL
Bogotá D.C.
2009**

DE TRUEQUE



AUTORA
LENNY ALEXANDRA MURCIA GUZMÁN

Presentado para optar al título de Diseñadora Industrial

DIRECTOR
GIOVANNI ARTURO VITERI CAÑAS

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
CARRERA DE DISEÑO INDUSTRIAL
Bogotá D.C. 2009

NOTA DE ADVERTENCIA

Artículo 23 de la Resolución No. 13 de julio 1946.

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de tesis. Solo velará por qué no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y por que las tesis no contengan ataques personales contra persona alguna, antes bien se vea en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

DEDICATORIA

Este trabajo de grado se lo dedico en especial a mis papas (Patricia Guzmán y Manuel Sierra) quienes me apoyaron y me ayudaron a culminar esta etapa de mi vida, este triunfo es de ustedes por ayudarme y convertirme en la persona que soy, por sus enseñanzas, exigencias y consejos, por nunca decirme NO cuando necesite que me ayudaran.

Mas que una dedicatoria es una entrega para decirle lo logre esto les pertenece, igual que todos mis logros en el futuro, los amo con todo mi corazón y sinceramente GRACIAS por todo.

A mi nana (Manuela), la persona que más quiero, mi chiquita hermosa por ser inspiración de varios proyectos, y alegrarme la vida.

A mi mami Lilia por ser mi segunda mama por ser mi "súper abuela" , mi línea de emergencia por qué contigo siempre pude contar y dar soluciones a mis problemas, porque mis entregas siempre fueron las tuyas (llevando cosas, buscando quien me las hicieran) igual con todo mis tíos: Beto, Sandra, Liliana siempre me aportaron de su sabiduría, siempre estuvieron disponibles para mí.

AGRADECIMIENTOS

Estos agradecimientos tiene mucho personas, desde la universidad por darme una formación integral, a Vite por creer en el proyecto y ayudarme a centrarlo y concluirlo, a mis amigos que cada uno apporto a este proyecto desde sugerencias, hasta ser mi jurado, a cartel porque aprendí mucho con ustedes y siempre me colaboraron, a mi chandis por ser mi otro yo cuando necesitaba estar en 2 partes al mismo tiempo, por calmarme en momentos de caos, porque siempre buscaste soluciones a mis problemas, por creer en mí, por ser parte de mi vida, por mi chandis family.

A todos que saben que me ayudaron de cierta manera muchas gracias y pikosh.

Tabla de contenido

Titulo	1
Objetivos	1
Objetivo general.....	1
Objetivos específicos.....	1
Metodología de desarrollo del plan de negocios	1
Tipo y método investigativo.....	1
Metodología de desarrollo del plan de negocio	2
Problema	2
Planteamiento del problema	2
Formulación de la necesidad.....	3
Estado del arte	4
Segmentación	7
Escenarios de observación	8
Oportunidad de diseño	11
De trueque	11
Concepto de diseño.....	11
Diseño participativo	11
Producto	12
Sofá.....	12
Billeteras.....	13
Difusor de luz	13
Puf ponqué	14
Perchero	14
Bufandas.....	15
Collares.....	15

Distribución	16
Local-Taller	16
Presencia en eventos	16
Análisis administrativo	16
Bibliografía	20

1. TÍTULO

Desarrollo de un plan de negocio para la creación de una empresa de diseño que desarrolla productos diferenciadores a partir de la re-significación de objetos en Colombia.

2. OBJETIVOS

2.1 OBEJTIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocio basado en la creación de una empresa de diseño a partir de la re-significación de objetos cotidianos o en desuso y la re-incorporación de conceptos o tendencias de diseño de otras épocas, enfocada a jóvenes y adultos con intereses en la cultura urbana y la expresión individual y colectiva, con el fin de ser una respuesta diferente en el mercado que permita la creación y manifestación de identidad a través de los productos que se venderán en ella.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- +Investigar las necesidades de los clientes potenciales y las oportunidades del sector del diseño con el fin de definir las estrategias que enmarcan la filosofía y políticas de servicio de la empresa.
- + Determinar las características y elementos para el diseño de los productos que se ofrece.
- +Determinar las posibles localizaciones para la comercialización del producto.
- +Definir los recursos económicos necesarios para el desarrollo del proyecto así como también las demandas estimadas del servicio y así establecer por medio del análisis financiero la factibilidad comercial, económica y financiera del proyecto.

3. METODOLGÍA DE DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3.1 TIPO Y MÉTODO INVESTIGATIVO

Debido al enfoque del proyecto, la metodología utilizada será el plan de negocios que pretende un análisis global enmarcando la definición y desarrollo de los siguientes estudios (Estudio de Mercados, Estudio Técnico, Estudio Económico y Financiero, Estudio Administrativo), con el fin de obtener la suficiente información para poder tomar las respectivas decisiones del alcance del proyecto y su posible puesta en marcha. El plan de negocios no se limita a una sola investigación en el intervienen:

- +Investigación exploratoria: Estimar el tamaño y características del mercado.
- +Investigación Descriptiva: Especificar y describir para determinar características del diseño del producto.
- +Correlacional: Analizar cambios en variables como demanda, precios, inventarios, para análisis de sensibilidad o de escenarios.
- +Investigación Experimental: En el análisis financiero se alteran y proyectan variables definidas

+Investigación no Experimental: En las investigaciones relacionadas con el mercado y con el aspecto legal, no se modifica nada, es información real.

3.2 METODOLOGÍA DE DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

"Toda investigación nace de algún problema o sentido, de tal forma que no puede avanzar, a menos que se haga una selección de la materia que se va a tratar"¹

La investigación que se desarrolla en este documento está basada en el plan de negocios propuesto por el ministerio de comercio exterior (MINCOMEX), el cual presenta los siguientes puntos generales:

- + Análisis del producto / servicio.
- +Estudio de mercado.
- +Estudio Técnico
- +Estudio administrativo jurídico y legal
- +Estudio Económico - financiero

4. PROBLEMA

4.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Todos somos consumidores porque todos tenemos necesidades. Necesidad es la sensación de carencia de algo unida al deseo de satisfacerla. Clasificar las necesidades es un intento imposible, porque el hombre es capaz, de llegar a necesitarlo todo, incluso lo que no existe más que en su imaginación. De todas formas los psicólogos resaltan la clasificación de Maslow² que clasifican las necesidades del hombre en primarias o fisiológicas, absolutamente ineludibles, como son la necesidad de oxígeno, comida, bebida, refugio y secundarias o psicológicas, como son la necesidad de afecto, de pertenencia, de superación, de independencia, de reconocimiento social, de estimación propia.

Consumo es el uso que hace el hombre de los bienes o servicios que están a su disposición con el fin de satisfacer dichas necesidades. Estos bienes o servicios tienen utilidad precisamente por su capacidad de satisfacer dichas necesidades. Por lo tanto el grado de utilidad es subjetivo, porque depende de cada individuo el que un bien o servicio le proporcione mayor o menor satisfacción de sus necesidades. Incluso para el mismo individuo la utilidad de un bien o servicio puede variar con el tiempo.

Es claro que el consumo, a pesar de que generalmente se realiza de formas individual, es un hecho social, del cual se genera el consumismo; los seres humanos consumen mucha más de lo que verdaderamente necesitan. Vivimos en una sociedad de consumo, una sociedad que induce al consumo no necesario, a comprar sin necesidad, al consumo superfluo, porque sólo así se puede sostener un sistema económico basado en un incremento constante de la producción.

Aquella producción esta siendo en caminata a productos que aparte de cumplir su función primaria este enfocado a cumplir una función de necesidad secundario, es decir una función sobre todo simbólica; simbólica en tanto que el producto o servicio a consumir esta cargado de significaciones, de emociones, de sentido, que se anteponen a su utilidad. Por eso el que va a comprar un producto no se conforma con la utilidad que le proporcione, sino que exige una marca

¹ Cervo Luis Ario, Metodología Científica, (Ed. Mc Graw, Bogotá Colombia, 1979), p 20

² Abraham Maslow (Brooklyn, Nueva York, 1 de abril de 1908 - 8 de junio de 1970) fue un psicólogo humanista estadounidense. A Theory of Human Motivatio, 1943

determinada porque así se siente participe del prestigio social que concede la marca X a los que la usan.

De acuerdo a lo anterior y además, teniendo en cuenta la evolución del mercado en la sociedad, la necesidad de ser diferente y reconocido dentro de esta, está siendo cada vez más importante para los miembros que la componen. Para Diego Medinaceli, de Oma Design, hay una inclinación muy marcada a buscar productos personalizados que nos distingan de los demás.

Esa distinción es resultado de una búsqueda de aprobación colectiva que buscamos en nuestro círculo social para reforzar nuestra construcción de identidad, es por esto que buscamos elemento que nos permitan expresar quienes somos, que nos gusta, es decir cargarlos de significados semióticos o códigos que permitan descifrarnos como seres diferentes en un colectivo, puesto que el ser humano y su contexto no son estáticos ni homogéneos, son totalmente influenciados por diferentes factores externos, podemos decir que están en constante cambio y son afectados por la moda o tendencia del momento, es por esta razón que frecuentemente consumimos productos que nos permitan estar en la vanguardia pero al vez nos permitan ser diferentes, con un código colectivo que permita sentirnos parte de un grupo social, es ahí cuando nos enfrentamos al dilema de los productos diferenciadores, los buscamos para sentirnos únicos entre la masa pero ese mismo colectivo que nos permite satisfacer esa necesidad de aceptación social terminan siendo un espejo de lo que queremos reflejar al consumir o masificar el producto, es decir el producto cumple su función diferenciadora al no ser un producto genérico que sea apropiado por todos los segmento que pueda haber en una sociedad, pero pierde su significado dentro del segmento objetivo puesto que al ser usado por varios de este restan valor de diferenciación.

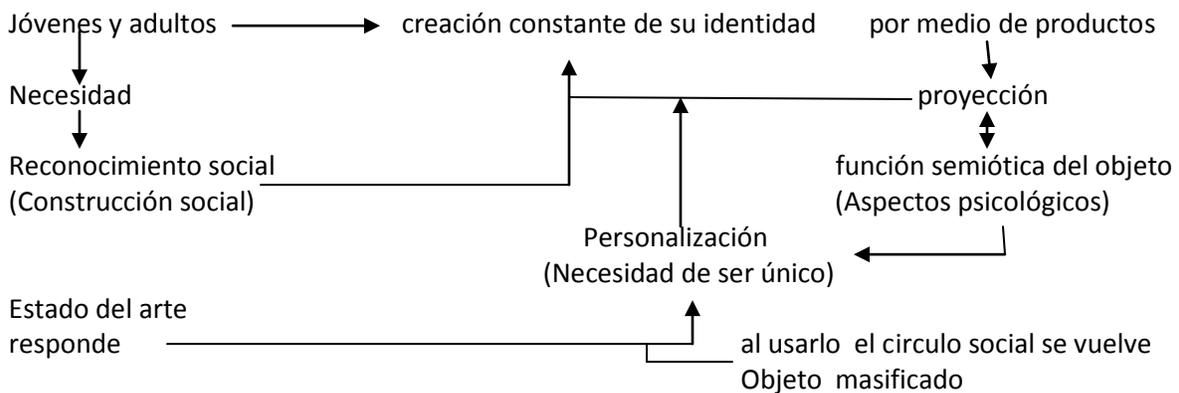
Queda claro que el ser humano está constantemente en la búsqueda de alternativas de consumo que permitan apropiárselas y ser elementos que reflejen su identidad un claro ejemplo son los jóvenes de últimos semestres de universidad o profesionales que inician su vida independiente, puesto que ellos apropian los productos para tener un lugar diferenciador en su círculo social y así darle mayor valor a su lugar como miembro de este, además de ser personas que les importan el que dirán y el cómo los ven, es por esto que siempre están en búsqueda de las últimas novedades de tecnología, ropa, diseño y así apropiárselos y ser denominados “innovadores” en la sociedad.

Es por esta razón que he llegado a concluir la importancia del desarrollo de una empresa brinde alternativas de diseño basadas en la re significación de objetos cotidianos o en desuso (carácter diferenciador), las cuales acompañaran en la diferentes etapas o situaciones de la vida de esta personas (universitarios y profesionales) y ser parte de una proyección de su identidad y así generar un reconocimiento de diferenciación y aceptación ante los demás, por medio de productos de mobiliario, ropa y accesorios los cuales serán parte de un estilo de vida proyectado por la empresa basada en el concepto vintage, permitiendo crear una conexión de identificación entre el producto y el cliente teniendo en cuenta que no serán producto masificadores.

4.2 FORMULACIÓN DE LA NECESIDAD

En el punto anterior se estable la necesidad de productos que permitan una diferenciación entre la persona que los usa y su círculo social sin necesariamente ser un producto único ni masivo, también se hace referencia a la satisfacción de necesidades simbólicas por medio del consumo material que permita construir una conexión entre el . De acuerdo a esto el problema que se plantea es la falta de respuesta de diseño de una empresa que permita satisfacer la necesidad de diferenciación sin que se presente una masificación entre los compradores, aparte de esto tenga una carga semiótica que permita una conexión mas allá de lo funcional, teniendo en cuenta los lazos que ha construido el segmento con algunos productos en uso o que en este momento están en desuso y aprovecharlos para ser parte de nuevas respuesta de diseño.

Así por medio de un plan de negocios para la creación de dicha empresa, se busca encontrar una solución parcial al problema; parcial ya que como se explicó anteriormente, el hombre es capaz de llegar a necesitarlo todo y además cualquier artículo se podría pensar en personalizar como ya está sucediendo actualmente.



5. ESTADO DEL ARTE

En Colombia la tendencia de usar lo que ya existe en el mercado dándole nuevos significados o restaurando, se ha ido incrementando cuando se puede evidenciar empresas como Algo por el estilo, Obra negra, nixa sierra entre otras.

ALGO POR EL ESTILO

Algo por el estilo se encarga de personalizar y contemporizar los objetos de sus clientes conservando su esencia *vintage*. La idea surgió de la mente del arquitecto especializado en diseño de interiores Orlando González, quien ha creado con este nuevo proyecto una marca en la que se produce una interesante sinergia de dos conceptos en apariencia tan contradictorios como el diseño moderno y el de décadas anteriores. El portafolio de venta de muebles y objetos reelaborados por esta marca va *in crescendo* cada día.

La dinámica que propone **Algo por el estilo** es: primero el cliente lleva su mueble viejo, ellos lo reciben y lo restauran dándole un toque contemporáneo.

www.algoporelestilo.net

Calle 26 No. 4 – 44, Int. 1

FENOMENA

Es una marca que diseña muñecos a partir de tela y botones, el cliente escoge que forma quiere y ella misma los cose a mano, aparte de estos muñecos estos retazos cogen forma en bolsos que los complementa con cassettes y así darle un carga semiótica a su producto.

Es una marca que trata de aprovechar los desechos textiles o industriales para ampliar su catalogo de productos que van desde agendas pasando por muñecos en 3D y 2D hasta bolsos.

Fenomena ha participado en varios eventos para darse a conocer como la feria del libro, in-comoda, mercado de las pulgas entre otros.

www.flickr.com/people/fenomena321/

OBRANEGRA

ObraNegra nace aproximadamente hace 3 años por la iniciativa de las hermanas Laura & María Paula Forero que fabrican ropa pero con una responsabilidad ambiental, es decir diseñan ropa a partir de ropa usada que compran en la plaza España; **TALLER DE MODIFICACIONES & RECICLAJE DE ROPA**, es como describen la esencia de ObraNegra.

Producción de ObraNegra

Compra de ropa de segunda

PLAZA ESPAÑA

↓
Lavandería

↓
Desbaratan
las prendas
en el taller

→ Quitan el forro, los
botones e hilo

↓
Combinación
de telas en los
moldes

↓
Cosér la nueva
prenda

→ Forros nuevos, entrepaños
e insumos (botones,
cremallera e hilo)

El 80% de las prendas están fabricadas con tela de ropa usada.

Estas empresas son algunos ejemplos de cómo la tendencia de conservar los objetos que nos rodean está creciendo, a partir de las relaciones morales que nos implican estos como: este objeto me recuerda a... o por la conciencia ambiental de querer desarrollar y consumir productos de conciencia ambiental.

Esta conciencia ambiental esa creciendo cada vez más en nuestra sociedad a partir de los jóvenes, que por medio de redes sociales como blogs hacen críticas de esta sociedad consumista que cada vez consume productos diseñados que tienen un ciclo de utilidad corto o que simplemente se desechan por la necesidad de tener un producto más nuevo.

Un claro ejemplo es Eco-chic un colectivo de mujeres que crearon este grupo con el fin de generar conciencia consumista responsable, por medio de sus foros y dando a conocer marcas con esta responsabilidad ambiental, de igual manera desarrollan actividades como Trueque Eco-chic cuyo objetivo es promover otras formas de uso (y reuso), dónde la gente lleva objetos que ya no usan y en vez de acumularlos los intercambia por otros objetos.

Trueque Eco-chic genera:

1. experimentar prácticas de consumo responsable
2. Acceder a productos desarrollados para reducir la producción de residuos sólidos, la contaminación y el exceso.
3. encontrar gente dispuesta a cambiar.
4. intercambiar ideas para hacer algo por nuestro futuro y el de las generaciones por venir. Los esperamos

<http://ecochictrueque.blogspot.com/>

Por otro lado también esta TreahBanger que por medio de su página web promueve en los jóvenes la creación de sus propios diseños por medio de materiales de otros objetos, donde enseñan a partir de capítulos ideas práctica de diseño de interiores, mobiliario, ropa y accesorios, con el fin de de promover entre los jóvenes el diseño sostenible y así evitar la explotación de recursos.

www.threadbanger.com

6. SEGMENTACIÓN



Jóvenes y adultos entre 22 y 30 años, estudiantes universitarios, jóvenes independientes y profesionales de estratos socioeconómicos medios – altos, con características particulares de consumo y una activa vida social.

Son tendencias, originales, vanguardistas con intereses especiales en los campos del diseño, fotografía, cine, música, artes plásticas, escénicas y audiovisuales.

Grandes consumidores de entretenimiento y cultura, tecnología, moda, sexo, alcohol, cigarrillos, música, entre otros. Aunque en su mayoría aún dependen económicamente de su familia, cuentan con un poder adquisitivo alto e independiente.

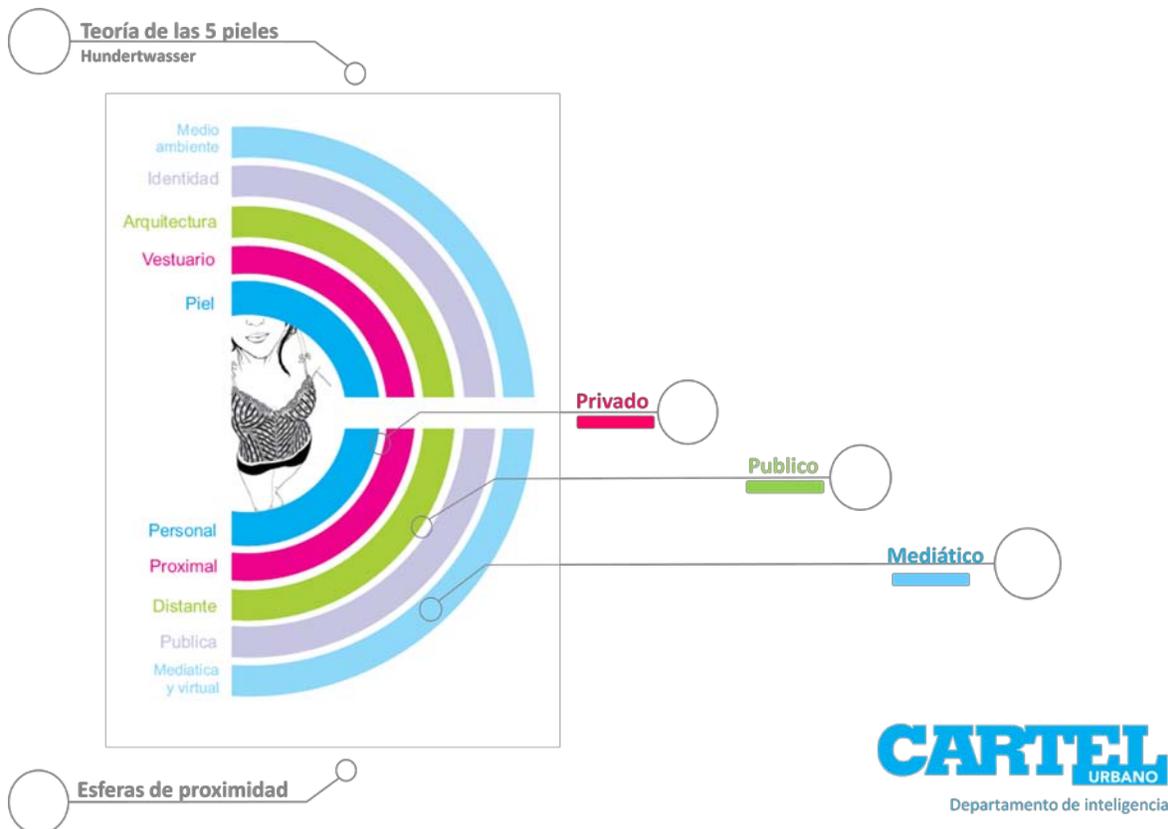
Son activos, curiosos y ávidos de información sobre lo que pasa en la ciudad y en el mundo. Tienen un nivel de educación universitario y son solteros.

Innovadores y Adoptadores iniciales (Early Adopters)

Son los primeros compradores de marcas/productos nuevos en el mercado. Tienen un impacto decisivo en la tendencia de adopción de grupos más tardíos e imponen tendencias de consumo.

Son cada día más escépticos y exigen mayor creatividad y autenticidad en los mensajes que reciben.

7. ESCENARIOS DE OBSERVACIÓN



PRIVADO

La **música** sigue vigente como un lenguaje y medio de comunicación juvenil **define estilos de vida**. La cultura juvenil bogotana se alimenta de nuevos nichos, y subculturas, nuevos lenguajes corporales y se fusionan ritmos, se re mezclan o se adoptan de una manera fiel, modas cíclicas re significando hábitos de consumo y estilos de vida.

La adquisición de **álbumes musicales físicos**, se hace como una manera de reconocer un interés particular hacia el mensaje del artista. El valor real de un buen artista es retribuido de manera consciente. Se hace como una demostración del hábito coleccionista de conservar o recordar un momento.

La **ropa** es un **medio de autoexpresión** por medio de símbolos, palabras, sentimientos... como una fuerza transformada de una realidad hostil (crisis financiera, pandemias, desequilibrio climático y social), transfiriéndole nociones opuestas que permite remitirse a lo ancestral, al mundo del inconsciente, la infancia, los sueños y la poesía.

Tendencia de Retro-Empatía (síndrome de Peter Pan) como respuesta a **reconstruir emociones infantiles positivas para huir de la crisis presente** (a nivel individual y colectivo)

PÚBLICO

ACTIVIDADES QUE REALIZAN

Van a actividades relacionadas con medios de expresiones artísticas como:

- +toques musicales underground
- +exposiciones de arte
- +conferencias
- +eventos culturales
- +fiestas underground
- +compran marcas independientes de diseño (mercado de las pulgas o locales de las marcas)
- +ellos mismo hacen actividades artísticas o de diseño

SITIOS QUE FRECUENTAN

Bares:	Marcas que compran:	Restaurantes:
la pola rosa	Fenomena	La hamburgueseria
La pola	Nixa sierra	La mona pizza
Socorro	Ultravioleta	Tapas macarena
In vitro	Jhon bandera	Oka
Teatro metro	Juan	Sir. Cook
Cabaret	Plur	Pizza 1969
Penthouse	Gala	Burger king
Revolver	Calaca	Corral
Armando records	Perfes	Mc donalds
kea	Kaftan...	Minima
in vitro		criolla

Al identificar los sitios territoriales que frecuentan se puede concluir que este segmento desarrolla sus actividades de consumo cultural en los sectores de: Chapinero, Centro (Candelaria, Macarena), la zona rosa y Usaquén (ocasionalmente).

MEDIATICO

Conectarse a la red es la actividad que más se destaca entre los jóvenes, es la fuente principal de información, de esta actividad se desprenden otras, por ejemplo juegan en línea o realizan otras actividades mientras están conectados, bajan películas, ven TV, o escuchan radio por este medio, dado que la oferta tradicional no satisface sus gustos y buscan medios alternativos donde se suplan tanto sus gustos como necesidades.

La inmediatez de la divulgación de la información, ha generado el fenómeno de poder transmitir de formas diversos estados de ánimo, momentos o recuerdos.

Es **el placer de Compartir** lo que siento, lo que pienso, lo que hago. Por esto redes sociales como Facebook, My Space, Flickr, Fotologs, blogs y Twitter han tenido tanto éxito en la cotidianidad de los jóvenes, ya que son los medios que permite una creación de su realidad que por medio de poses, actividades y lugares que se repiten muestran su identidad hacia los demás puesto que todos lo que se hace y se dice se sabrá.

Su computador es “un **laboratorio mediático** en el cual escogen que es de su gusto particular de manera permanente.” donde experimentan, se entretienen, comunican, suben o bajan la información de su interés.

La lectura en el contexto mediático como hábito crece cada día más ya sea por gusto propio o en el ámbito académico el consumo de información ha dado un vuelco completo con la aparición del internet. La consulta de periódicos y revistas por internet, los Libros comprados en Amazon, archivos coleccionados en Pdfs, y consulta de páginas web de diarios internacionales, hacen que se cree un **constante ciclo informativo** donde se puede acceder y ser parte de la información.

La **charla íntima con amigos se ha reemplazado por el acceso cotidiano y abierto** a blogs de opinión, publicaciones en línea y otras comunidades virtuales (en las que cualquier persona puede expresar su opinión y ser leído por millones)

8. OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Retro-coleccionismo

El valor del recuerdo, la facilidad de re-usar, reciclar o reconstruir prendas, accesorios u objetos que han sido heredados; lo importante es re-codificarlas y exhibirlas como un altar de admiración.



9. DE TRUEQUE

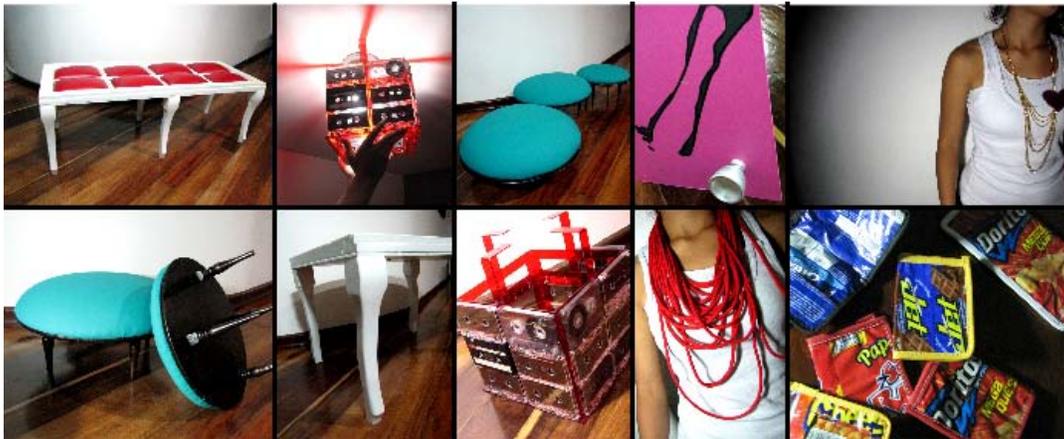
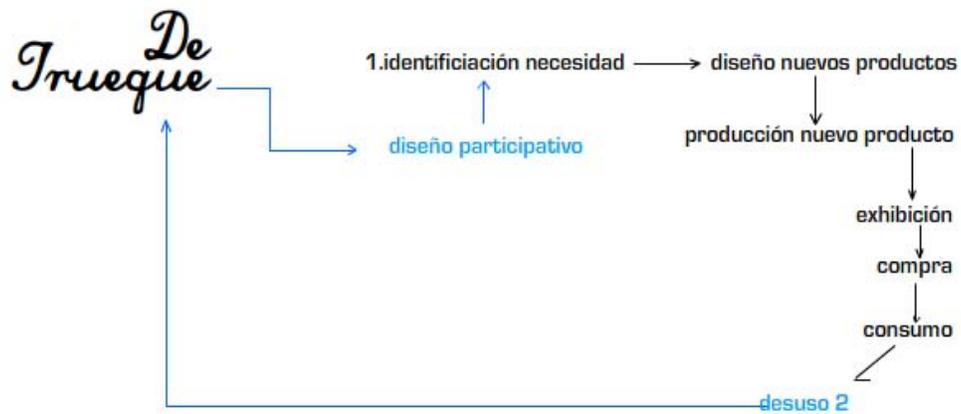
9.1 CONCEPTO DE DISEÑO

Despertar los objetos en desuso encarnando nuevas funciones a nivel prestacional y estético como un nuevo producto, fortaleciendo los lazos simbólicos entre el producto y el cliente, convirtiéndose en productos exclusivos formando parte de una identidad personal del consumidor.

9.2 DISEÑO PARTICIPATIVO

De Trueque vende un reconocimiento de diferenciación, una recordación de algún momento de su vida y de nuestra cultura colombiana, no se vende solo un producto terminado si no una experiencia totalmente innovadora de compra partiendo de un diseño participativo donde se busca así un diseño personalizado y a la vez jugar con los valores de los productos, dando como resultado un producto con un valor simbólico alto, construyendo así lazos entre la empresa y el cliente.

10. PRODUCTO



10.1 SOFA

sofa



Precio de venta: \$ 300.000
margen 50%

BASE	
Marcos	25.000
Patas de silla	25.000
ASIENTO	
tela	12.000
tapizada	50.000
costo total	112.000

partiendo de una ventana de madera se diseño este sofa donde se reutiliza el marco de la ventana y unas patas de sillas dañadas

10.2 BILLETERAS

Billeteras

Precio de venta: \$ 15.000
margen 73%



Paquetes	\$2.400
Contac	\$500
Sesgo	\$250
Ribete	\$400
Fabricación	\$500
Costo total	\$4.050

bajo el concepto como los que comemos nacen estas billeteras fabricadas por los empaques que diariamente consumimos

10.3 Difusor de Luz

Difusor de luz

Precio de venta: \$ 59.200
margen 50%



Estructura acrilico	20.000
tornillos	4.800
cassetes	4.800
Costo total	29.600

Esta conformado por 2 elementos la estructura en acrilico y los cassetes, con el fin de hacernos recordar lo que en un momento escuchamos o escucho colombia

10.4 PUF PONQUÉ

Puf ponque



Precio de venta: \$ 45.000
margen 60%

base ponque	5.000
tapizado	6.250
tela	6.750
Costo total	18.000

se reutilizo las bases de ponque en maderas para darles una utilidad de puf con el find e ser modulos generando un todo

10.5 PERCHERO

Perchero



Precio de venta: \$ 114.000
margen 47%

Chapas	5.000
Mdf	21.000
Imanes	2.500
Bisagras	5.000
costo total	28.500

formado por un sistema de cajas de diferentes tamaños donde se pueden guardar varias cosas y colgar elementos en las chapas reutilizadas

10.6 BUFANDAS

Bufandas



Precio de venta: \$ 25.000
margen 92%

camisa vieja \$2000

Estas bufandas estan fabricadas con franelas que se han dañado pero que al cortarlas y unir las termina siendo una buena alternativa como bufanda

10.7 COLLARES

Collares



Precio de venta: \$ 15.000
margen 82%

cadena gruesa	1.500
cadena delgada	500
broches	200
retazos tela	500
costo total	2.700

Rescatando el concepto del relicario se diseño este collar el cual permite llevar una imagen dentro de el, permitiendo así el desarrollo de una relación simbolica entre el collar y el usuario

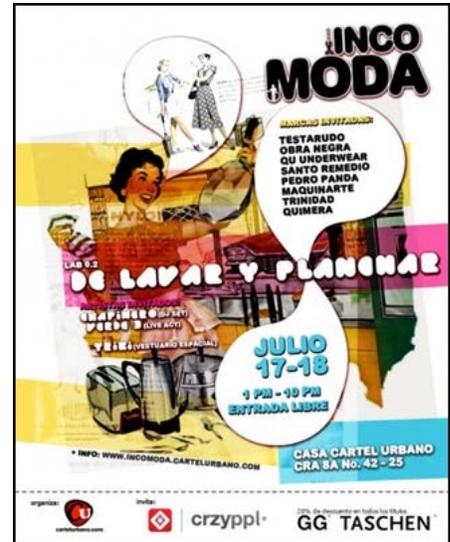
11. DISTRIBUCIÓN

11.1 LOCAL- TALLER

el local se utilizará como vitrina para exhibir los productos que la empresa desarrolla como resultado del segundo servicio que presta De Trueque, de modo que los peatonales que pasan por el lado del local se sientan atraídos por lo exhibido en la vitrina y así entre y conozcan la marca. De otra manera se usara como taller donde se realizara el diseño participativo y producción de algunos productos.

11.2 PRESENCIA EN EVENTOS

De Trueque hará presencia en diferentes eventos de diseño independiente dónde el mercado objetivo asiste para tener una experiencia diferente de compra donde conoce nuevas marcas como son: Incomoda, las puertas del sol, de garaje, mercado de las pulgas.



12. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO



Es un esquema horizontal donde predominan las alianzas estratégicas, las alianzas son a nivel de producción, proveedores y transporte de productos.

Equipo de diseño

Diseñador1

Actividades: +busca y compra de materia prima
+investigación de consumo
+encargada de producción de los productos

Responsabilidades: +innovar con diseños
+conseguir proveedores a bajos costos
+análisis de tendencias
+conseguir empresas satélites eficaces y económicas

Forma de realizar: +desarrollo de producto
+inteligencia de consumo
+relaciones públicas
+realización focus group

Perfil

+conocer el target
+creativo
+diseñador industrial
+responsable
+sociable
+líder
+comprometido
+conocimientos en procesos industriales

Sueldo: 1'000.000

Diseñador 2

Descripción

Actividades: +diseño de productos
+diseño de publicidad y comunicación
+relaciones públicas
+imagen corporativa

Responsabilidades: +innovar con diseños
+conseguir proveedores a bajos costos
+estrategia de comunicación
+actualización pagina web y redes sociales

Forma de realizar: +desarrollo de producto
+eventos promocionales
+material promocional
+realización focus group

Perfil

- +conocer el target
- +creativo
- +diseñador industrial
- +responsable
- +sociable
- +líder
- +comprometido
- +conocimientos en programas de diagramación, diseño pagina web y manejo de flash

Sueldo: 1'000.000

Alianzas**Área funcional****Transporte****Actividades**

- +transporte de producto al punto de venta
- +transportar materia prima al punto de producción

Responsabilidades

- +llegar puntualmente a los destinos del producto a transportar

Perfil

- +puntual
- +disponibilidad del vehiculó a cualquier hora

Sueldo

Pago por prestación de servicios \$80.000 por mes

Exhibición**Actividades**

- +exhibir productos

Responsabilidades

- +venta del producto
- +cuidado del producto

Perfil

- +tienda de diseño
- +reconocidas por nuestro target
- +apoyen nuevas empresa
- +venden productos exclusivos

Sueldo

- +depende del acuerdo

Producción**Actividades**

+manufactura & acabados del producto

Responsabilidades

+producción del producto

Perfil

+alta calidad en sus productos

+empresas satélites

+puntuales

Sueldo

Pago por prestación de servicios

Proveedores**Actividades**

+vender objetos cotidianos o en desuso

Responsabilidades

+proporcionar materiales de buena calidad y cantidad necesaria

Perfil

+chatarrerías

+mercado de las pulgas

+compra ventas

Sueldo

Pago por prestación de servicios

Contaduría**Actividades**

+contabilidad de empresa (pagos y gastos)

+IVA

Responsabilidades

+balance general de la empresa a nivel financiero

+informe en el manejo de finanzas (rentabilidad)

Forma de realizar

+análisis de facturación

+informe del comportamiento financiero

Perfil

+tarjeta profesional

+puntual

+responsable

+experiencia

Sueldo

\$500.000 por mes (prestación de servicios)

BIBLIOGRAFÍA

- + Cartel Media. Reporte: Consumo Cultural de jóvenes universitarios de Bogotá 2009
- + <http://www.futureconceptlab.com/>
- + <http://www.360trendlab.com/reportes>
- + Salamanca, Carlos. 2009 escenarios de observación
- + Sanín, Juan Diego. Reparaciones: estéticas del desecho y políticas de valor. Observatorio de cultura material. 2005,31 p.
- + Rocha, Servando. “políticas y estéticas acerca de la basura”.

NOTAS

1, Debido a que estoy registrada como persona natural, somos regimén simplificado debido a las características que este implica

2, No declaramos impuesto de renta porque nuestros ingresos mensuales son menores a 22,000,000

3, no pagamos IVA porque tenemos un número de ventas que no lo obliga. Después del tercer año si se paga (ver hoja proyección en las ventas año 2 y 3 del archivo de la herramienta de trueque)

4, pagamos de ICA 11,4% debido a nuestra actividad laboral (mobiliario y accesorios)

ICA	mes 1 y 2	mes 3 y 4	mes 5 y 6	mes 7 y 8	mes 9 y 10	mes 11 y 12
11,40%	\$ 907.062	\$ 1.014.167	\$ 1.385.605	\$ 1.232.308	\$ 1.043.055	\$ 1.428.157

margen sobre ventas

SOFA

Materia Prima	Unidad técnica	Costo U. Técnica	Cantidad Req.	Costo Total	
BASE					
Marcos	centímetros	25000	1	25.000	Margen 63%
Patas de silla	centímetros	4166	6	24.996	
ASIENTO					
tela	metros	12000	1	12.000	
tapizada	unidad	6250	8	50.000	
Costo total				111.996,00	
Precio de Venta				300.257,37	

BILLETERAS

Materia Prima	Unidad técnica	Costo U. Técnica	Cantidad Req.	Costo Total	
Paquetes	Unidad	600	4	2.400,00	Margen 73%
Contac	metros	2500	0,2	500,00	
Sesgo	metros	250	1	250,00	
Ribete	unidad	400	1	400,00	
Fabricación	unidad	500	1	500	
Costo total				4.050,00	
Precio de Venta				15.000,00	

LAMPARA

Materia Prima	Unidad técnica	Costo U. Técnica	Cantidad Req.	Costo Total	
Estructura acrilico	unidad	28000	1	20.000	Margen: 50%
tornillos	unidad	100	48	4.800	
cassetes	unidad	200	24	4.800	
Costo total				29.600	
Precio de Venta				59.200	

puf ponque

Materia Prima	Unidad técnica	Costo U. Técnica	Cantidad Req.	Costo Total	
base ponque	unidad	5000	1	5.000	Margen: 60%
tapizado	unidad	6250	1	6.250	
tela	metro	13.500	0,5	6.750	
Costo total				18.000	
Precio de Venta				45.000	

PERCHERO

Materia Prima	Unidad técnica	Costo U. Técnica	Cantidad Req.	Costo Total	
Chapas	Par	1000	5	5.000	Margen: 75%
Mdf	metros	7000	3	21.000	
Imanes	unidad	500	5	2.500	
Bisagras	unidad	500	10	5.000	
Costo total				33.500	
Precio de Venta				134.000	

BUFANDAS

Materia Prima	Unidad técnica	Costo U. Técnica	Cantidad Req.	Costo Total	
camisa vieja	unidad	2000	1,00	\$ 2.000,00	Margen: 92%
Costo total				2.000	
Precio de Venta				25.000	

COLLARES

Materia Prima	Unidad técnica	Costo U. Técnica	Cantidad Req.	Costo Total	
cadena gruesa	metros	1500	1	1.500	Margen: 82%
cadena delgada	metros	1000	0,5	500	
broches	unidad	200	1	200	
retazos tela	unidad	500	1	500	
Costo total				2.700	
Precio de Venta				15.000	

PRESUPUESTO DE VENTAS

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
sofa		0%	33%	0%	30%	0%	0%	-20%	0%	0%	20%	20%	
Cantidades	6	6	7	7	9	9	9	7	7	7	9	10	93
Billetera		0%	-50%	0%	30%	80%	0%	-44%	10%	-50%	30%	75%	
	32	32	17	17	22	37	37	23	24	13	16	27	297
Lampara		0%	0%	70%	30%	0%	0%	-45%	40%	-25%	70%	0%	
	9	9	9	14	17	17	17	11	14	11	17	17	162
Puf Ponque		0%	0%	80%	30%	0%	0%	-40%	20%	-10%	50%	10%	
	8	8	8	13	16	16	16	10	12	11	16	17	151
Perchero		0%	25%	0%	10%	40%	0%	-30%	15%	-35%	70%	30%	
	6	6	7	7	8	10	10	7	8	6	9	11	95
Bufandas		0%	-40%	0%	10%	35%	0%	-10%	5%	-50%	60%	50%	
	32	32	20	20	22	29	29	26	27	15	22	32	306
collares		0%	-40%	0%	10%	35%	0%	-10%	5%	-50%	60%	50%	
	32	32	20	20	22	29	29	26	27	15	22	32	306

INGRESOS OPERACIONALES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Sofa	\$ 1.801.544	\$ 1.801.544	\$ 2.101.802	\$ 2.101.802	\$ 2.702.316	\$ 2.702.316	\$ 2.702.316	\$ 2.101.802	\$ 2.101.802	\$ 2.101.802	\$ 2.702.316	\$ 3.002.574	
Billeteras	\$ 480.000	\$ 480.000	\$ 255.000	\$ 255.000	\$ 330.000	\$ 555.000	\$ 555.000	\$ 345.000	\$ 360.000	\$ 195.000	\$ 240.000	\$ 405.000	
Lampara	\$ 532.800	\$ 532.800	\$ 532.800	\$ 828.800	\$ 1.006.400	\$ 1.006.400	\$ 1.006.400	\$ 651.200	\$ 828.800	\$ 651.200	\$ 1.006.400	\$ 1.006.400	
Puf Ponque	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 585.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 450.000	\$ 540.000	\$ 495.000	\$ 720.000	\$ 765.000	
Percheros	\$ 804.000	\$ 804.000	\$ 938.000	\$ 938.000	\$ 1.072.000	\$ 1.340.000	\$ 1.340.000	\$ 938.000	\$ 1.072.000	\$ 804.000	\$ 1.206.000	\$ 1.474.000	
Bufandas	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 550.000	\$ 725.000	\$ 725.000	\$ 650.000	\$ 675.000	\$ 375.000	\$ 550.000	\$ 800.000	
Collares	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 550.000	\$ 725.000	\$ 725.000	\$ 650.000	\$ 675.000	\$ 375.000	\$ 550.000	\$ 800.000	
TOTAL * MES	\$ 3.978.344	\$ 3.978.344	\$ 4.187.602	\$ 4.708.602	\$ 5.830.716	\$ 6.323.716	\$ 6.323.716	\$ 4.486.002	\$ 4.902.602	\$ 4.247.002	\$ 5.874.716	\$ 6.652.974	\$ 61.494.336

GASTOS DE MERCADEO

Mes 1 : gastos de lanzamiento

ITEM	CANTIDAD	COSTO*UND	COSTO
LANZAMIENTO	1		
invitacion	200	\$ 500	\$ 100.000
Pasabocas	200	\$ 2.000	\$ 400.000
Meseros	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Sonido Y Dj	1	\$ 200.000	\$ 350.000
trago	10	\$ 30.000	\$ 350.000
total			\$ 1.260.000

*tarjetas de presentacion
1000 unidades = \$60,000

\$ 1.770.000

*pagina web= \$200,000 anuales

Mes 6 , 7, 12 Mini flyers

2,000 unidades = \$250,000

MES 1

ITEM	CANTIDAD	COSTO*UND	COSTO
MATERIA PRIMA Y FABRICACION	4 sofas		\$ 1.801.544
	30 billeteras		\$ 480.000
	7 lamparas		\$ 532.800
	6 puf ponque		\$ 360.000
	30 bufandas		\$ 804.000
	30 collares		\$ 800.000
SUBTOTAL			\$ 2.605.544
GASTOS LEGALES (Constitucion)			
Imprevistos			\$ 500.000
Licencias y Permisos			\$ 1.000.000
SUBTOTAL			\$ 1.500.000
<u>PERSONAL</u>			
Contador	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Diseñador 1	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Diseñador 2	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
SUBTOTAL			\$ 2.500.000
<u>PUBLICIDAD</u>			
LANZAMIENTO	1		
invitacion	200	\$ 500	\$ 100.000
Pasabocas	200	\$ 2.000	\$ 400.000
Meseros	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Sonido Y Dj	1	\$ 200.000	\$ 350.000
trago	10	\$ 30.000	\$ 350.000
SUBTOTAL			\$ 1.260.000
<u>TRANSPORTE</u>			\$ 80.000
Caja			\$ 200.000
Total			\$ 8.145.544

GASTOS DE PUBLICIDAD Y ADMINISTRACION

ENERO

ITEM	Q ESTIMADA	COSTO UND.	TOTAL
<u>PERSONAL</u>			
Contador	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Diseñador 1	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Diseñador 2	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
LANZAMIENTO	1		\$ 0
LANZAMIENTO	1		
invitacion	200	\$ 500	\$ 100.000
Pasabocas	200	\$ 2.000	\$ 400.000
Meseros	2	\$ 30.000	\$ 60.000
Sonido Y Dj	1	\$ 200.000	\$ 350.000
trago	10	\$ 30.000	\$ 350.000
PAGINA WEB			\$ 200.000
TARJETAS DE PRESENTACION	1000	\$ 60	\$ 60.000
<u>TRANSPORTE</u>			\$ 80.000
TOTAL			\$ 4.100.000

FEBRERO

ITEM	Q ESTIMADA	COSTO UND.	TOTAL
<u>PERSONAL</u>			
Contador	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Diseñador 1	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Diseñador 2	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
<u>TRANSPORTE</u>			\$ 80.000
TOTAL			\$ 2.580.000

MARZO

ITEM	Q ESTIMADA	COSTO UND.	TOTAL
<u>PERSONAL</u>			
Contador	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Diseñador 1	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Diseñador 2	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
<u>TRANSPORTE</u>			\$ 80.000
TOTAL			\$ 2.580.000

ABRIL

ITEM	Q ESTIMADA	COSTO UND.	TOTAL
<u>PERSONAL</u>			
Contador	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Diseñador 1	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Diseñador 2	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
<u>TRANSPORTE</u>			\$ 80.000
TOTAL			\$ 2.580.000

MAYO

ITEM	Q ESTIMADA	COSTO UND.	TOTAL
<u>PERSONAL</u>			
Contador	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Diseñador 1	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Diseñador 2	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
<u>TRANSPORTE</u>			\$ 80.000
TOTAL			\$ 2.580.000

JUNIO - JULIO

ITEM	Q ESTIMADA	COSTO UND.	TOTAL
<u>PERSONAL</u>			
Contador	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Diseñador 1	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Diseñador 2	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
<u>PUBLICIDAD</u>			\$ 0
Miniflyers	2000	\$ 125	\$ 250.000
alquiler toldo mercado artesanal			\$ 250.000
<u>TRANSPORTE</u>			\$ 80.000
TOTAL			\$ 3.080.000

Agosto, septiembre, octubre son igual que febrero marzo y abril
 Diciembre es igual que junio y julio

GASTOS OPERACIONALES

	Costo operacional
SOFA	\$ 111.996
BILLETERAS	\$ 4.050
LAMPARA	\$ 29.600
PUF PONQUE	\$ 18.000
PERCHERO	\$ 33.500
BUFANDAS	\$ 2.000
COLLARES	\$ 2.700

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Nº Silla	4	4	5	5	7	7	7	6	6	6	7	8
Costo total	\$ 447.984	\$ 447.984	\$ 559.980	\$ 559.980	\$ 774.564	\$ 774.564	\$ 774.564	\$ 619.651	\$ 619.651	\$ 619.651	\$ 743.582	\$ 892.298
Nº Billetera	30	30	15	15	20	35	35	20	22	11	14	25
Costo total	\$ 121.500	\$ 121.500	\$ 60.750	\$ 60.750	\$ 78.975	\$ 142.155	\$ 142.155	\$ 79.607	\$ 87.567	\$ 43.784	\$ 56.919	\$ 99.608
Nº Lampara	7	7	7	12	15	15	15	9	12	9	15	15
Costo total	\$ 207.200	\$ 207.200	\$ 207.200	\$ 352.240	\$ 457.912	\$ 457.912	\$ 457.912	\$ 251.852	\$ 352.592	\$ 264.444	\$ 449.555	\$ 449.555
Nº Puf Ponque	6	6	6	11	14	14	14	8	10	9	14	15
Costo total	\$ 108.000	\$ 108.000	\$ 108.000	\$ 194.400	\$ 252.720	\$ 252.720	\$ 252.720	\$ 151.632	\$ 181.958	\$ 163.763	\$ 245.644	\$ 270.208
Nº perchero	4	4	5	5	6	8	8	5	6	4	7	9
Costo total	\$ 134.000	\$ 134.000	\$ 167.500	\$ 167.500	\$ 184.250	\$ 257.950	\$ 257.950	\$ 180.565	\$ 207.650	\$ 134.972	\$ 229.453	\$ 298.289
Nº Bufandas	30	30	18	18	20	27	27	24	25	13	20	30
Costo total	\$ 60.000	\$ 1.005.000	\$ 603.000	\$ 603.000	\$ 663.300	\$ 895.455	\$ 895.455	\$ 805.910	\$ 846.205	\$ 423.102	\$ 676.964	\$ 1.015.446
Nº Collares	30	30	18	18	20	27	27	24	25	13	20	30
Costo total	\$ 81.000	\$ 1.005.000	\$ 603.000	\$ 603.000	\$ 663.300	\$ 895.455	\$ 895.455	\$ 805.910	\$ 846.205	\$ 423.102	\$ 676.964	\$ 1.015.446

NOMINA

Funcionarios	Salario	Aporte salud empleado 4%	Aporte salud empleador 8.50%	Pension empleado 3.875%	Pension empleador 11.635%	Cesantia	Interes cesantia 1%	ARP 0.52%	Caja de compensacion 9%	Prima	Sueldo total
Diseñador 1	\$ 1.000.000	\$ 40.000	\$ 85.000	\$ 38.750	\$ 116.350	\$ 83.333	\$ 10.000	\$ 5.200	\$ 90.000	\$ 83.333	\$ 1.513.217
Diseñador 2	\$ 1.000.000	\$ 40.000	\$ 85.000	\$ 38.750	\$ 116.350	\$ 83.333	\$ 10.000	\$ 5.200	\$ 90.000	\$ 83.333	\$ 1.513.217

FLUJO DE CAJA MENSUAL

CONCEPTO	PREOPER.	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS OPERATIVOS													
VENTAS DE CONTADO		\$ 5,863.200	\$ 5,848.200	\$ 5,687.200	\$ 6,208.200	\$ 7,309.800	\$ 8,112.800	\$ 8,112.800	\$ 6,160.600	\$ 6,671.200	\$ 5,591.600	\$ 7,333.800	\$ 8,376.800
VENTAS A 30 DIAS													
VENTAS A 60 DIAS													
VENTAS A 90 DIAS													
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		\$ 5,863.200	\$ 5,848.200	\$ 5,687.200	\$ 6,208.200	\$ 7,309.800	\$ 8,112.800	\$ 8,112.800	\$ 6,160.600	\$ 6,671.200	\$ 5,591.600	\$ 7,333.800	\$ 8,376.800
EGRESOS OPERATIVOS													
MATERIA PRIMA CONTADO		\$ 1,863.822	\$ 1,859.772	\$ 1,897.518	\$ 2,135.518	\$ 2,556.060	\$ 2,730.810	\$ 2,730.810	\$ 2,040.518	\$ 2,236.368	\$ 1,937.518	\$ 2,565.260	\$ 2,835.806
MATERIA PRIMA 30 DIAS													
MATERIA PRIMA 60 DIAS													
GASTOS DE VENTA													
MANO DE OBRA VARIABLE													
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA		\$ 2,580.000	\$ 2,580.000	\$ 2,580.000	\$ 2,580.000	\$ 2,580.000	\$ 2,580.000	\$ 2,580.000	\$ 2,580.000	\$ 2,580.000	\$ 2,580.000	\$ 2,580.000	\$ 2,580.000
OTROS COSTOS DE PRODUCCION		\$ 1,350.000	\$ 1,350.000	\$ 1,350.000	\$ 1,350.000	\$ 1,350.000	\$ 1,475.000	\$ 1,475.000	\$ 1,350.000	\$ 1,350.000	\$ 1,350.000	\$ 1,350.000	\$ 1,475.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 1,720.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 450.000
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS		\$ 7,513.822	\$ 5,989.772	\$ 6,027.518	\$ 6,265.518	\$ 6,686.060	\$ 7,235.810	\$ 7,235.810	\$ 6,170.518	\$ 6,366.368	\$ 6,067.518	\$ 6,695.260	\$ 7,340.806
FLUJO NETO OPERATIVO		-\$ 1,650.622	-\$ 1,411.572	-\$ 340.318	-\$ 57.318	\$ 623.740	\$ 876.990	\$ 876.990	-\$ 9.918	\$ 304.832	-\$ 475.918	\$ 638.540	\$ 1,035.994
INGRESOS NO OPERATIVOS (FLUJO DE FONDOS DE INVERSION)													
APORTES													
ACTIVOS FIJOS	\$ 3,620.000												
CAPITAL DE TRABAJO													
FINANCIACION													
ACTIVOS FIJOS													
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 3,000.000												
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 6,620.000												
EGRESOS NO OPERATIVOS													
GASTOS PREOPERATIVOS													
AMORTIZACIONES		\$ 34.871	\$ 35.673	\$ 36.493	\$ 37.333	\$ 38.191	\$ 39.070	\$ 39.968	\$ 40.888	\$ 41.828	\$ 42.790	\$ 43.774	\$ 44.781
GASTOS FINANCIEROS		\$ 89.000	\$ 68.198	\$ 67.377	\$ 66.538	\$ 65.679	\$ 64.801	\$ 63.902	\$ 62.983	\$ 62.043	\$ 61.081	\$ 60.097	\$ 59.090
IMPUESTOS													
ACTIVOS DIFERIDOS													
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	\$ 3,620.000												
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 3,620.000	\$ 103.871	\$ 103.871	\$ 103.871	\$ 103.871	\$ 103.871	\$ 103.871	\$ 103.871	\$ 103.871	\$ 103.871	\$ 103.871	\$ 103.871	\$ 103.871
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ 3,000.000	-\$ 103.871	-\$ 103.871	-\$ 103.871	-\$ 103.871	-\$ 103.871	-\$ 103.871	-\$ 103.871	-\$ 103.871	-\$ 103.871	-\$ 103.871	-\$ 103.871	-\$ 103.871
FLUJO NETO	\$ 3,000.000	-\$ 1,754.493	-\$ 245.443	-\$ 444.189	-\$ 161.189	\$ 519.869	\$ 773.119	\$ 773.119	-\$ 113.789	\$ 200.961	-\$ 579.789	\$ 534.669	\$ 932.123
+ SALDO INICIAL		\$ 3,000.000	\$ 1,245.507	\$ 1,000.064	\$ 555.875	\$ 394.686	\$ 914.555	\$ 1,687.674	\$ 2,460.793	\$ 2,347.004	\$ 2,547.966	\$ 1,968.177	\$ 2,502.846
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ 3,000.000	\$ 1,245.507	\$ 1,000.064	\$ 555.875	\$ 394.686	\$ 914.555	\$ 1,687.674	\$ 2,460.793	\$ 2,347.004	\$ 2,547.966	\$ 1,968.177	\$ 2,502.846	\$ 3,434.969

CART 30 D CART 60 D CART 90 D

contado
30 dias
60 dias
90 dias

PARA AGREGAR EL COMENTARIO

PROYECCION DE VENTAS RESULTADO DE LA INVESTIGACION DE MERCADO

PRODUCTO	nombre producto	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO 1
CANTIDAD	sofa	7,0	7,0	8,0	8,0	10,0	10,0	10,0	8,0	8,0	8,0	10,0	11,0	105
VALOR \$		\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 3.000.000	\$ 3.300.000	\$ 31.500.000
CANTIDAD	Billetteras	35,0	34,0	19,0	19,0	24,0	39,0	39,0	25,0	26,0	15,0	18,0	29,0	322
VALOR \$		\$ 525.000	\$ 510.000	\$ 285.000	\$ 285.000	\$ 360.000	\$ 585.000	\$ 585.000	\$ 375.000	\$ 390.000	\$ 225.000	\$ 270.000	\$ 435.000	\$ 4.830.000
CANTIDAD	Lamparas	11,0	11,0	11,0	16,0	19,0	19,0	19,0	13,0	16,0	13,0	19,0	19,0	186
VALOR \$		\$ 651.200	\$ 651.200	\$ 651.200	\$ 947.200	\$ 1.124.800	\$ 1.124.800	\$ 1.124.800	\$ 769.600	\$ 947.200	\$ 769.600	\$ 1.124.800	\$ 1.124.800	\$ 11.011.200
CANTIDAD	Puf Ponque	10,0	10,0	10,0	15,0	18,0	18,0	18,0	12,0	14,0	13,0	18,0	18,0	174
VALOR \$		\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 675.000	\$ 810.000	\$ 810.000	\$ 810.000	\$ 540.000	\$ 630.000	\$ 585.000	\$ 810.000	\$ 810.000	\$ 7.830.000
CANTIDAD	Perchero	8,0	8,0	9,0	9,0	10,0	12,0	12,0	9,0	11,0	8,0	11,0	13,0	120
VALOR \$		\$ 912.000	\$ 912.000	\$ 1.026.000	\$ 1.026.000	\$ 1.140.000	\$ 1.368.000	\$ 1.368.000	\$ 1.026.000	\$ 1.254.000	\$ 912.000	\$ 1.254.000	\$ 1.482.000	\$ 13.680.000
CANTIDAD	Bufandas	35	35	25	25	25	35	35	30	30	20	25	35	355
VALOR \$		\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 400.000	\$ 500.000	\$ 700.000	\$ 7.100.000
CANTIDAD	collares	35	35	25	25	25	35	35	30	30	20	25	35	355
VALOR \$		\$ 525.000	\$ 525.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 525.000	\$ 525.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 300.000	\$ 375.000	\$ 525.000	\$ 5.325.000
CANTIDAD														
VALOR \$														
CANTIDAD														
VALOR \$														
CANTIDAD														
VALOR \$														
CANTIDAD														
VALOR \$														
CANTIDAD														
VALOR \$														
CANTIDAD														
VALOR \$														
TOTAL CANTIDAD														
TOTAL\$		5.863.200,0	5.848.200,0	5.687.200,0	6.208.200,0	7.309.800,0	8.112.800,0	8.112.800,0	6.160.600,0	6.671.200,0	5.591.600,0	7.333.800,0	8.376.800,0	81.276.200

***MESES ESPECIALES DE MAYORES VENTAS**

enero (mes 1) lanzamiento de los productos y de la marca)

junio y julio vacaciones (alquiler de tolodos en artesanias de usaquen)

septiembre (mes 9) mes de amor y amistad

diciembre (mes12) navidad

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

PERIODO DE REPOSICIÓN DE INVENTARIOS		\$ 0
--------------------------------------	--	------

[CON RESPECTO A LA CIFRA DE INV. CAPITAL DE TRABAJO INGRESE SU APORTE](#)

APORTES K.W.	\$ 0
CRÉDITO K.W.	\$ 3.000.000
TOTAL	\$ 3.000.000

[CON RESPECTO A LA CIFRA DE INV. CAPITAL DE TRABAJO INGRESE LA SOLICITUD DE CRÉDITO](#)

INVERSIÓN REQUERIDA EN ACTIVOS FIJOS

APORTES A.F.	\$ 3.620.000
CRÉDITO A.F.	\$ 0
TOTAL	\$ 3.620.000

INVERSIÓN REQUERIDA TOTAL

APORTES	\$ 3.620.000
CRÉDITO	\$ 3.000.000
TOTAL	\$ 6.620.000

**RELACION DE PERSONAL REMUNERADO PARA EL PROYECTO.
COSTO FIJO MENSUAL EMPLEADOS DE OPERACIÓN**

SALARIO BASICO MENSUAL VIGENTE
AUXILIO DE TRANSPORTE VIGENTE

\$ 1.000.000

CARGO	SUELDO BASICO ACORDADO	PRESTACIONAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL	NUMERO DE EMPLEADOS MENSUALES												
					MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	
Diseñador 1	\$ 1.000.000	NO		\$ 1.000.000	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Diseñador 2	\$ 1.000.000	NO		\$ 1.000.000	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Contador	\$ 500.000	NO		\$ 500.000	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
transporte	\$ 80.000	NO		\$ 80.000	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

GASTO FIJO MENSUAL EMPLEADOS DE ADMINISTRACION

CARGO	SUELDO BASICO ACORDADO	PRESTACIONAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL	NUMERO DE EMPLEADOS MENSUALES												
					MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	

GASTO FIJO MENSUAL EMPLEADOS DE VENTAS

CARGO	SUELDO BASICO ACORDADO	PRESTACIONAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL	NUMERO DE EMPLEADOS MENSUALES												
					MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	

el contador se contarara solo una vez al mes para revizar los movimientos y finanzas de la empresa

COSTOS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	AÑO 1	AÑO 2
MANO DE OBRA	2.580.000	2.580.000	2.580.000	2.580.000	2.580.000	2.580.000	2.580.000	2.580.000	2.580.000	2.580.000	2.580.000	2.580.000	30.960.000	32.198.400
ARRIENDO	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.125.000	1.125.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.125.000	12.375.000	12.870.000
SERVICIOS PUBLICOS PRODUCTIVOS	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	4.200.000	4.368.000
DEPRECIACION Maquinaria y Equipo	21.583	21.583	21.583	21.583	21.583	21.583	21.583	21.583	21.583	21.583	21.583	21.583	259.000	269.360
MANTENIMIENTO														
OTROS														
SUB TOTAL	3.951.583	3.951.583	3.951.583	3.951.583	3.951.583	4.076.583	4.076.583	3.951.583	3.951.583	3.951.583	3.951.583	4.076.583	47.794.000	49.705.760
GERENTE														
OTROS EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS														
ARRIENDO														
DEPRECIACION Muebles y enseres	8.583	8.583	8.583	8.583	8.583	8.583	8.583	8.583	8.583	8.583	8.583	8.583	103.000	107.120
SERVICIOS PUBLICOS NO PRODUCTIVOS														
ASESORIA CONTABLE														
ASESORIAS														
GASTOS BANCARIOS	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000	1.248.000
CAFETERIA Y ASEO														
PAPELERIA	50.000												50.000	52.000
UTILES DE OFICINA														
VIGILANCIA														
SEGUROS														
POLIZAS DE GARANTIA														
CAJA MENOR	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000	1.248.000
SUB TOTAL	258.583	208.583	2.553.000	2.655.120										
SUELDO VENDEDORES														
TRANSPORTE DOMICILIOS														
PUBLICIDAD	1.470.000			300.000		250.000	250.000					250.000	2.520.000	2.620.800
PROMOCION														
SUB TOTAL	1.470.000					250.000	250.000					250.000	2.520.000	2.620.800
PREOPERATIVOS														
SUB TOTAL														
TOTAL COSTOS FIJOS Y GASTOS FIJOS	5.680.167	4.160.167	4.160.167	4.160.167	4.160.167	4.535.167	4.535.167	4.160.167	4.160.167	4.160.167	4.160.167	4.535.167	52.867.000	54.981.680
TOTAL COSTOS FIJOS	5.680.167	4.160.167	4.160.167	4.160.167	4.160.167	4.535.167	4.535.167	4.160.167	4.160.167	4.160.167	4.160.167	4.535.167	52.567.000	54.669.680

DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO

PRODUCTO	PUNTO DE EQUILIBRIO EMPRESA	PORCENTAJE DE PARTICIPACION EN VENTAS	PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO \$	PRECIO DE VENTA	PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES
sofa	\$ 81.283.108	38,76%	\$ 31.502.677	\$ 300.000	106,00
Billeteras	\$ 81.283.108	5,94%	\$ 4.830.411	\$ 15.000	323,00
lampara	\$ 81.283.108	13,55%	\$ 11.012.136	\$ 59.200	187,00
puf ponque	\$ 81.283.108	9,63%	\$ 7.830.665	\$ 45.000	175,00
perchero	\$ 81.283.108	16,83%	\$ 13.681.163	\$ 114.000	121,00
bufandas	\$ 81.283.108	8,74%	\$ 7.100.603	\$ 20.000	356,00
collares	\$ 81.283.108	6,55%	\$ 5.325.453	\$ 15.000	356,00
	\$ 81.283.108				
	\$ 81.283.108				
	\$ 81.283.108				
	\$ 81.283.108				
	\$ 81.283.108				

AJUSTE DE PROYECCION DE VENTAS AL PUNTO DE EQUILIBRIO

300000																
PRODUCTO	nombre producto	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3
CANTIDAD	sofa	7,0	7,0	8,0	8,0	10,0	10,0	10,0	8,0	8,0	8,0	10,0	11,0	105	126	158
VALOR \$		2.100.000	2.100.000	2.400.000	2.400.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	3.000.000	3.300.000	31.500.000	\$ 37.800.000	\$ 47.250.000
CANTIDAD	Billeteras	35,0	34,0	19,0	19,0	24,0	39,0	39,0	25,0	26,0	15,0	18,0	29,0	322	386	483
VALOR \$		525.000	510.000	285.000	285.000	360.000	585.000	585.000	375.000	390.000	225.000	270.000	435.000	4.830.000	\$ 5.796.000	\$ 7.245.000
CANTIDAD	Lampara	11,0	11,0	11,0	16,0	19,0	19,0	19,0	13,0	16,0	13,0	19,0	19,0	186	223	279
VALOR \$		651.200	651.200	651.200	947.200	1.124.800	1.124.800	1.124.800	769.600	947.200	769.600	1.124.800	1.124.800	11.011.200	\$ 13.213.440	\$ 16.516.800
CANTIDAD	Puf Ponque	10,0	10,0	10,0	15,0	18,0	18,0	18,0	12,0	14,0	13,0	18,0	18,0	174	209	261
VALOR \$		450.000	450.000	450.000	675.000	810.000	810.000	810.000	540.000	630.000	585.000	810.000	810.000	7.830.000	\$ 9.396.000	\$ 11.745.000
CANTIDAD	Perchero	8,0	8,0	9,0	9,0	10,0	12,0	12,0	9,0	11,0	8,0	11,0	13,0	120	144	180
VALOR \$		912.000	912.000	1.026.000	1.026.000	1.140.000	1.368.000	1.368.000	1.026.000	1.254.000	912.000	1.254.000	1.482.000	13.680.000	\$ 16.416.000	\$ 20.520.000
CANTIDAD	Bufandas	35	35	25	25	25	35	35	30	30	20	25	35	355	426	533
VALOR \$		700.000	700.000	500.000	500.000	500.000	700.000	700.000	600.000	600.000	400.000	500.000	700.000	7.100.000	\$ 8.520.000	\$ 10.650.000
CANTIDAD	Collares	35	35	25	25	25	35	35	30	30	20	25	35	355	426	533
VALOR \$		525.000	525.000	375.000	375.000	375.000	525.000	525.000	450.000	450.000	300.000	375.000	525.000	5.325.000	\$ 5.325.000	\$ 5.325.000
CANTIDAD																
VALOR \$																
CANTIDAD																
VALOR \$																
CANTIDAD																
VALOR \$																
CANTIDAD																
VALOR \$																
CANTIDAD																
VALOR \$																
		5.863.200	5.848.200	5.687.200	6.208.200	7.309.800	8.112.800	8.112.800	6.160.600	6.671.200	5.591.600	7.333.800	8.376.800	81.276.200	96.466.440	119.251.800

PROYECCION DE VENTAS RESULTADO DE LA INVESTIGACION DE MERCADO

incremento porcentual según investigación de mercado		20%	25%	
PRODUCTO	nombre producto	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3
CANTIDAD	sofa	105	126	158
VALOR \$		\$ 31.500.000	\$ 37.800.000	\$ 47.250.000
CANTIDAD	Billeteras	322	386	483
VALOR \$		\$ 4.830.000	\$ 5.796.000	\$ 7.245.000
CANTIDAD	Lamparas	186	223	279
VALOR \$		\$ 11.011.200	\$ 13.213.440	\$ 16.516.800
CANTIDAD	Puf Ponque	174	209	261
VALOR \$		\$ 7.830.000	\$ 9.396.000	\$ 11.745.000
CANTIDAD	Perchero	120	144	180
VALOR \$		\$ 13.680.000	\$ 16.416.000	\$ 20.520.000
CANTIDAD	Bufandas	355	426	533
VALOR \$		\$ 7.100.000	\$ 8.520.000	\$ 10.650.000
CANTIDAD	collares	355	426	533
VALOR \$		\$ 5.325.000	\$ 6.390.000	\$ 7.987.500
CANTIDAD				
VALOR \$				
CANTIDAD				
VALOR \$				
CANTIDAD				
VALOR \$				
CANTIDAD				
VALOR \$				
CANTIDAD				
VALOR \$				
TOTAL PESOS		81.276.200	97.531.440	121.914.300

discriminacion del COSTO VARIABLE

300000

PRODUCTO	nombre producto	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO 1
CANTIDAD	sofa	7	7	8	8	10	10	10	8	8	8	10	11	105
MP\$		783.972,0	783.972,00	895.968	895.968	1.119.960	1.119.960	1.119.960	895.968	895.968	895.968	1.119.960	1.231.956	\$ 11.759.580
MO\$														
GV\$														
CANTIDAD	Billeteras	35	34	19	19	24	39	39	25	26	15	18	29	322
MP\$		141.750	137.700	76.950	76.950	97.200	157.950	157.950	101.250	105.300	60.750	72.900	117.450	\$ 1.304.100
MO\$														
GV\$														
CANTIDAD	Lampara	11	11	11	16	19	19	19	13	16	13	19	19	186
MP\$		325.600	325.600	325.600	473.600	562.400	562.400	562.400	384.800	473.600	384.800	562.400	562.400	\$ 5.505.600
MO\$														
GV\$														
CANTIDAD	Puf Ponque	10	10	10	15	18	18	18	12	14	13	18	18	\$ 174
MP\$		180.000	180.000	180.000	270.000	324.000	324.000	324.000	216.000	252.000	234.000	324.000	324.000	\$ 3.132.000
MO\$														
GV\$														
CANTIDAD	Perchero	8	8	9	9	10	12	12	9	11	8	11	13	\$ 120
MP\$		268.000	268.000	301.500	301.500	335.000	402.000	402.000	301.500	368.500	268.000	368.500	435.500	\$ 4.020.000
MO\$														
GV\$														
CANTIDAD	Bufandas	35	35	25	25	25	35	35	30	30	20	25	35	\$ 355
MP\$		70.000	70.000	50.000	50.000	50.000	70.000	70.000	60.000	60.000	40.000	50.000	70.000	\$ 710.000
MO\$														
GV\$														
CANTIDAD	Collares	35	35	25	25	25	35	35	30	30	20	25	35	\$ 355
MP\$		94.500	94.500	67.500	67.500	67.500	94.500	94.500	81.000	81.000	54.000	67.500	94.500	\$ 958.500
MO\$														
GV\$														
CANTIDAD														
MP\$														
MO\$														
GV\$														
CANTIDAD														
MP\$														
MO\$														
GV\$														
CANTIDAD														
MP\$														
MO\$														
GV\$														

CANTIDAD	141	140	107	117	131	168	168	127	135	97	126	160	167	1.617
MP\$	1.863.822	1.859.772	1.897.518	2.135.518	2.556.060	2.730.810	2.730.810	2.040.518	2.236.368	1.937.518	2.565.260	2.835.806	2.835.806	27.389.780
MO\$														
GV\$	1.863.822	1.859.772	1.897.518	2.135.518	2.556.060	2.730.810	2.730.810	2.040.518	2.236.368	1.937.518	2.565.260	2.835.806	2.835.806	27.389.780

P Y G MENSUAL PROYECTADO

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS	\$ 5.863.200	\$ 5.848.200	\$ 5.687.200	\$ 6.208.200	\$ 7.309.800	\$ 8.112.800	\$ 8.112.800	\$ 6.160.600	\$ 6.671.200	\$ 5.591.600	\$ 7.333.800	\$ 8.376.800
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 1.863.822	\$ 1.859.772	\$ 1.897.518	\$ 2.135.518	\$ 2.556.060	\$ 2.730.810	\$ 2.730.810	\$ 2.040.518	\$ 2.236.368	\$ 1.937.518	\$ 2.565.260	\$ 2.835.806
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 3.999.378	\$ 3.988.428	\$ 3.789.682	\$ 4.072.682	\$ 4.753.740	\$ 5.381.990	\$ 5.381.990	\$ 4.120.082	\$ 4.434.832	\$ 3.654.082	\$ 4.768.540	\$ 5.540.994
(-) COSTOS FIJOS	\$ 3.951.583	\$ 3.951.583	\$ 3.951.583	\$ 3.951.583	\$ 3.951.583	\$ 4.076.583	\$ 4.076.583	\$ 3.951.583	\$ 3.951.583	\$ 3.951.583	\$ 3.951.583	\$ 4.076.583
= UTILIDAD BRUTA	\$ 47.795	\$ 36.845	-\$ 161.901	\$ 121.099	\$ 802.157	\$ 1.305.407	\$ 1.305.407	\$ 168.499	\$ 483.249	-\$ 297.501	\$ 816.957	\$ 1.464.411
(-) GASTOS FIJOS	\$ 1.728.583	\$ 208.583	\$ 208.583	\$ 208.583	\$ 208.583	\$ 458.583	\$ 458.583	\$ 208.583	\$ 208.583	\$ 208.583	\$ 208.583	\$ 458.583
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 1.680.789	-\$ 171.739	-\$ 370.485	-\$ 87.485	\$ 593.573	\$ 846.823	\$ 846.823	-\$ 40.085	\$ 274.665	-\$ 506.085	\$ 608.373	\$ 1.005.827
INTERESES	\$ 69.000	\$ 68.198	\$ 67.377	\$ 66.538	\$ 65.679	\$ 64.801	\$ 63.902	\$ 62.983	\$ 62.043	\$ 61.081	\$ 60.097	\$ 59.090
(-) OTROS EGRESOS	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 1.749.789	-\$ 239.937	-\$ 437.862	-\$ 154.023	\$ 527.894	\$ 782.022	\$ 782.921	-\$ 103.068	\$ 212.623	-\$ 567.165	\$ 548.277	\$ 946.738
(-) IMPUESTOS		\$ 1.335.100		\$ 1.356.076		\$ 1.758.176		\$ 1.627.168		\$ 1.397.959		\$ 1.791.008
= UTILIDAD NETA	-\$ 1.749.789	-\$ 1.575.036	-\$ 437.862	-\$ 1.510.098	\$ 527.894	-\$ 976.154	\$ 782.921	-\$ 1.730.235	\$ 212.623	-\$ 1.965.125	\$ 548.277	-\$ 844.271

P Y G MENSUAL PROYECTADO

	ANO 1	ANO 2	ANO 3
VENTAS	\$ 81.276.200	\$ 97.531.440	\$ 121.914.300
(-) COSTO VARIABLE M.P.	\$ 27.389.780	\$ 32.867.736	\$ 41.084.670
(-) COSTO VARIABLE M.O.	\$ 0	\$ 0	\$ 0
(-) COSTOS FIJOS	\$ 47.794.000	\$ 49.705.760	\$ 49.705.760
= UTILIDAD BRUTA	\$ 6.092.420	\$ 14.957.944	\$ 31.123.870
(-) GASTOS FIJOS	\$ 4.773.000	\$ 5.275.920	\$ 5.275.920
(-) GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS	\$ 0	\$ 0	\$ 0
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS e intere	\$ 1.319.420	\$ 9.682.024	\$ 25.847.950
-intereses	\$ 770.790	\$ 621.558	\$ 425.508
OTROS EGRESOS	\$ 0		
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 548.630	\$ 9.060.466	\$ 25.422.442
(-) IMPUESTOS	\$ 211.223	\$ 3.488.279	\$ 9.787.640
= UTILIDAD NETA	\$ 337.408	\$ 5.572.186	\$ 15.634.802

FLUJO DE FONDOS ANUAL

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS OPERATIVOS			
VENTAS DE CONTADO	\$ 81.276.200	\$ 97.531.440	\$ 121.914.300
VENTAS A 30 DIAS			
VENTAS A 60 DIAS			
VENTAS A 90 DIAS			
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	\$ 81.276.200	\$ 97.531.440	\$ 121.914.300
EGRESOS OPERATIVOS			
MATERIA PRIMA CONTADO	\$ 27.389.780	\$ 32.867.736	\$ 41.084.670
MATERIA PRIMA 30 DIAS			
MATERIA PRIMA 60 DIAS			
GASTOS DE VENTA VARIABLES			
MANO DE OBRA VARIABLE			
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA	\$ 30.960.000	\$ 32.198.400	\$ 33.808.320
OTROS COSTOS DE PRODUCCION	\$ 16.575.000	\$ 17.238.000	\$ 18.099.900
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4.670.000	\$ 5.168.800	\$ 5.427.240
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	\$ 79.594.780	\$ 87.472.936	\$ 98.420.130
FLUJO NETO OPERATIVO	\$ 1.681.420	\$ 10.058.504	\$ 23.494.170
INGRESOS NO OPERATIVOS			
APORTES			
ACTIVOS FIJOS	\$ 3.620.000		
CAPITAL DE TRABAJO			
FINANCIACION			
ACTIVOS FIJOS			
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 3.000.000		
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 6.620.000		
EGRESOS NO OPERATIVOS			
GASTOS PREOPERATIVOS			
AMORTIZACIONES	\$ 475.662	\$ 624.893	\$ 820.944
GASTOS FINANCIEROS	\$ 770.790	\$ 621.558	\$ 425.508
IMPUESTOS		\$ 211.223	\$ 3.488.279
ACTIVOS DIFERIDOS			
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	\$ 3.620.000		
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 4.866.451	\$ 1.457.674	\$ 4.734.731
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ 1.753.549	-\$ 1.457.674	-\$ 4.734.731
FLUJO NETO	\$ 3.434.969	\$ 8.600.830	\$ 18.759.439
+ SALDO INICIAL		\$ 3.434.969	\$ 12.035.799
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ 3.434.969	\$ 12.035.799	\$ 30.795.238

N/A: VALORES PARA EL CALCULO DE LA VIABILIDAD FINANCIERA

N/A: VALOR CALCULADO UNICAMENTE PARA EL BALANCE

ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA

T.I.R.		42,84%	94,07%
V.N.A.	-\$ 3.159.192	\$ 2.495.993	\$ 13.221.764
T.I.O.	15,00%	TASA DE INTERÉS DE OPORTUNIDAD	
P.R.I.	SOLO SE HA RECUPERADO EL 10,56% DE LA INVERSIÓN	LA INVERSIÓN SE RECUPERA EN UN AÑO Y 12 MESES	

ES CONVENIENTE INVERTIR

BALANCE ANUAL PROYECTADO

ACTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
CAJA	\$ 3.000.000	\$ 3.434.969	\$ 12.035.799	\$ 30.795.238
CUENTAS POR COBRAR				
INVENTARIOS				
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 3.000.000	\$ 3.434.969	\$ 12.035.799	\$ 30.795.238
ACTIVOS SIN DEPRECIACION	\$ 3.620.000	\$ 3.620.000	\$ 3.620.000	\$ 3.620.000
DEPRECIACION		\$ 362.000	\$ 724.000	\$ 1.086.000
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	\$ 3.620.000	\$ 3.258.000	\$ 2.896.000	\$ 2.534.000
OTROS ACTIVOS				
TOTAL ACTIVOS	\$ 6.620.000	\$ 6.692.969	\$ 14.931.799	\$ 33.329.238
PASIVO				
CUENTAS POR PAGAR				
PRESTAMOS	\$ 3.000.000	\$ 2.524.338	\$ 1.899.445	\$ 1.078.502
IMPUESTOS POR PAGAR		\$ 211.223	\$ 3.488.279	\$ 9.787.640
TOTAL PASIVO	\$ 3.000.000	\$ 2.735.561	\$ 5.387.725	\$ 10.866.142
CAPITAL	\$ 3.620.000	\$ 3.620.000	\$ 3.620.000	\$ 3.620.000
UTILIDADES RETENIDAS			\$ 337.408	\$ 5.909.594
UTILIDADES DEL EJERCICIO		\$ 337.408	\$ 5.572.186	\$ 15.634.802
TOTAL PATRIMONIO	\$ 3.620.000	\$ 3.957.408	\$ 9.529.594	\$ 25.164.396
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 6.620.000	\$ 6.692.969	\$ 14.917.319	\$ 36.030.538

Escriba los valores	
Importe del préstamo	\$ 3.000.000,00
Interés anual	22,00 %
Periodo del préstamo en años	4
Número de pagos anuales	12
Fecha inicial del préstamo	01/06/2008
Pagos extra ocasionales	

Resumen del Crédito	
Pago programado	\$ 103.871
Número de pagos programados	48
pago total	\$ 4.985.208
Interés total	\$ 1.985.208

Cuota No.	Fecha de pago	Cuota	capital	intereses	saldo
1	01/06/2008	\$ 103.871	\$ 34.871	69501	\$ 2.965.129
2	01/08/2008	\$ 103.871	\$ 35.473	6819.6564	\$ 2.929.656
3	01/10/2008	\$ 103.871	\$ 36.083	6747.5701	\$ 2.892.573
4	01/12/2008	\$ 103.871	\$ 37.333	66581.8428	\$ 2.855.240
5	02/11/2008	\$ 103.871	\$ 38.191	65673.6564	\$ 2.817.048
6	03/12/2008	\$ 103.871	\$ 39.371	64611.283	\$ 2.778.676
7	03/01/2009	\$ 103.871	\$ 39.885	63309.4783	\$ 2.738.790
8	03/02/2009	\$ 103.871	\$ 40.888	62045.2617	\$ 2.697.907
9	03/03/2009	\$ 103.871	\$ 41.359	60767.5338	\$ 2.656.548
10	03/04/2009	\$ 103.871	\$ 42.790	61080.7262	\$ 2.612.758
11	07/05/2009	\$ 103.871	\$ 43.774	60006.9816	\$ 2.569.980
12	07/06/2009	\$ 103.871	\$ 44.781	59089.7209	\$ 2.524.238
13	08/07/2009	\$ 103.871	\$ 45.811	58297.7853	\$ 2.478.427
14	08/08/2009	\$ 103.871	\$ 46.865	57606.127	\$ 2.431.562
15	08/09/2009	\$ 103.871	\$ 47.843	56926.2383	\$ 2.383.720
16	08/10/2009	\$ 103.871	\$ 48.935	56358.6521	\$ 2.334.784
17	09/11/2009	\$ 103.871	\$ 49.173	55807.2103	\$ 2.284.601
18	10/12/2009	\$ 103.871	\$ 50.527	55263.8216	\$ 2.233.074
19	10/01/2010	\$ 103.871	\$ 52.028	54728.4809	\$ 2.180.046
20	10/02/2010	\$ 103.871	\$ 53.747	54201.1981	\$ 2.126.299
21	13/03/2010	\$ 103.871	\$ 55.661	53681.9646	\$ 2.071.638
22	13/04/2010	\$ 103.871	\$ 56.216	4765.0735	\$ 2.016.424
23	14/05/2010	\$ 103.871	\$ 57.608	4676.3393	\$ 1.959.816
24	14/06/2010	\$ 103.871	\$ 58.891	4589.3474	\$ 1.901.924
25	14/07/2010	\$ 103.871	\$ 60.164	4497.2938	\$ 1.842.752
26	15/08/2010	\$ 103.871	\$ 61.588	4403.0188	\$ 1.777.694
27	15/09/2010	\$ 103.871	\$ 62.984	4308.3666	\$ 1.711.710
28	16/10/2010	\$ 103.871	\$ 64.433	4218.3696	\$ 1.644.277
29	16/11/2010	\$ 103.871	\$ 65.915	3766.3749	\$ 1.584.363
30	17/12/2010	\$ 103.871	\$ 67.431	3640.34	\$ 1.516.932
31	17/01/2011	\$ 103.871	\$ 68.982	3488.2462	\$ 1.447.951
32	17/02/2011	\$ 103.871	\$ 70.568	3302.8816	\$ 1.377.383
33	20/03/2011	\$ 103.871	\$ 72.181	3169.7869	\$ 1.305.191
34	20/04/2011	\$ 103.871	\$ 73.822	3019.3886	\$ 1.231.360
35	21/05/2011	\$ 103.871	\$ 75.490	2850.8134	\$ 1.155.869
36	21/06/2011	\$ 103.871	\$ 77.288	2658.1613	\$ 1.078.592
37	22/07/2011	\$ 103.871	\$ 79.205	2435.6424	\$ 999.388
38	22/08/2011	\$ 103.871	\$ 80.884	2298.0283	\$ 918.563
39	22/09/2011	\$ 103.871	\$ 82.744	2136.7886	\$ 836.816
40	23/10/2011	\$ 103.871	\$ 84.647	1953.6513	\$ 751.161
41	23/11/2011	\$ 103.871	\$ 86.584	1756.7023	\$ 664.587
42	26/12/2011	\$ 103.871	\$ 88.556	1548.0489	\$ 576.041
43	24/01/2012	\$ 103.871	\$ 90.573	1324.7591	\$ 485.517
44	24/02/2012	\$ 103.871	\$ 92.708	1183.3214	\$ 393.801
45	26/03/2012	\$ 103.871	\$ 94.840	1030.9488	\$ 297.810
46	26/04/2012	\$ 103.871	\$ 97.071	869.654	\$ 200.738
47	27/05/2012	\$ 103.871	\$ 99.353	681.12976	\$ 101.389
48	27/06/2012	\$ 103.871	\$ 101.636	236.31925	\$ 0