



FRAGANCIAS DE PERFUMES

PRESETADO POR:

ANGELICA SEGURA GONZALEZ ID 460732

DIANA PAOLA ORREGO FLOREZ ID 463481

ASESOR:

JORGE MARIO TRONCOZO PEREZ

UNIMINUTO VIRTUAL Y A DISTANCIA - UVD
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2018

Nota de aceptación

Líder de investigación

Jurado

Jurado

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO	6
1. Planteamiento del problema	7
1.1 Situación actual y magnitud del problema	7
1.2 Causas	7
1.3 Efectos	7
1.4 Justificación	8
1.5 Objetivos	9
2. Estudio de mercado	10
2.1 Contexto del mercado y antecedentes	10
2.2 Análisis y caracterización del consumidor	11
2.3 Identificación y análisis de la competencia	12
2.4 Estrategias de mercado	16
3. Propuesta de negocio	17
3.1 Características del producto o servicio	17
3.2 Propuesta de valor	17
4. Estudio técnico	18
4.1 Balance de requerimientos	18
4.2 Descripción del proceso	20
4.3 Capacidad	21
4.4 Localización	21
4.5 Plano	22
5. Estudio organizacional	23
5.1 Tipo y naturaleza de empresa	29
5.2 Constitución de la empresa y aspectos legales	30
5.3 Estructura organizacional	32
5.4 Estrategias corporativas	33
6. Estudio financiero	34
6.1 Inversiones	39
6.2 Costos	40
6.3 Ingresos y proyecciones de ventas	40
6.4 Flujo de caja	42
6.5 Indicadores financieros	42
7. Plan operativo	44
8. Impactos	45
Conclusiones	46
Perfil de los Emprendedores	47
Bibliografía	50

INDICE DE GRÁFICAS

	Pág.
Grafica No. 1. Descripción del Proceso	20
Grafica No. 2. Evaluación de Alternativas	21
Grafica No. 3. Plano	22
Grafica No. 4. Organigrama	32

INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla No. 1. Características del Producto	20
Tabla No. 2. Inversiones	39
Tabla No. 3. Costos	40
Tabla No. 4. Costos de Unidades	40
Tabla No. 5. Costos Mano de Obra	40
Tabla No. 6. Proyección de Ventas por Mes	40
Tabla No. 7. Proyección de Ventas por Año	41
Tabla No. 8. Proyección de Ventas en Pesos por Mes	41
Tabla No. 9. Proyección de Ventas en Pesos por Mes	41
Tabla No. 10. Calculo Valor de Deshecho	42
Tabla No. 11. Flujo de Caja	42
Tabla No. 12. Balance General	43
Tabla No. 13. Estado de Resultados	44

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE FRAGANCIAS DE PERFUMES

Introducción

Este proyecto se origina gracias a una fuerte fuente de interés por buscar oportunidades de negocio que contribuyan a la aplicación de conocimientos adquiridos en durante nuestro proceso de formación y al análisis para construcción de negocio propio, Con fragancias, no solo se pretende generar utilidades si no contribuir con el bienestar y la salud de cada persona que tenga la oportunidad de conocer y adquirir nuestros productos, al igual ayudar a conservar el medio ambiente bajo una producción limpia y con la utilización de envases reutilizables.

Uno de los objetivos para nosotras como administradoras de empresas de la Corporación universitaria Minuto de Dios es llegar a generar empleo en Colombia contribuyendo así bajar el índice de desempleo y pobreza en el país, aunque el sector que se escogió para el desarrollo del plan presenta un volumen alto de competitividad también es un sector que presenta una rentabilidad estable dentro de la economía.

Para el desarrollo del presente plan de negocio dispondremos de conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera profesional, fuentes bibliográficas y direccionamiento de personas expertas en el tema.

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto se origina gracias al interés de buscar oportunidades de negocio que contribuyan a la aplicación de conocimientos adquiridos durante nuestro proceso de formación y al análisis de emprendimiento, Con fragancias, no solo se pretende generar utilidades si no contribuir en la satisfacción de las necesidades de cada persona que tenga la oportunidad de conocer y adquirir nuestros productos, al igual ayudar a conservar el medio ambiente bajo una producción limpia y con la utilización de envases reutilizables.

Uno de los objetivos para nosotras como administradoras de empresas de la Corporación universitaria Minuto de Dios es llegar a generar empleo en Colombia logrando una disminución del índice de desempleo y pobreza en el país, aunque el sector que se escogió para el desarrollo del plan presenta un volumen alto de competitividad también es un sector que presenta una rentabilidad estable dentro de la economía.

Para el desarrollo del presente plan de negocio dispondremos de conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera profesional, fuentes bibliográficas y direccionamiento de personas expertas en el tema.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación actual y magnitud del problema

¿Cuál es la factibilidad de incursionar en el sector de la perfumería las fragancias a granel Perfumhada en la ciudad de Bogotá sector de Engativá para la producción y comercialización de perfumes mediante venta directa?

1.2. Causas

- No contamos con un suficiente personal
- No contamos con suficientes recursos
- Falta de experiencia en el sector.
- Las ventas están muy relacionadas con el catálogo de moda.
- Debido a que somos nuevos en el mercado nuestro negocio presenta una desventaja en cuanto a posicionamiento respecto a los demás competidores del mercado.

1.3. Efectos

- Innovadores
- Buena calidad en nuestros productos
- Nuestra empresa cuenta con una tecnología
- Personal comprometido
- El tamaño del local tiene gran capacidad para atender un número extenso de clientes, lo que genera mayores ingresos.
- Los competidores no son fuertes debido que son muchos y muy pequeños para abarcan el mercado.

1.4. Justificación

Desde que comenzó la idea de negocio de fragancias se estableció como una idea de negocio innovadora y con alto grado de responsabilidad, su proyección está dada en 1 año a ingresar al mercado nacional, cumpliendo su principal objetivo que es la producción limpia y responsable ayudando a cuidar el medio ambiente y nuestra salud, se busca hacer uso y aprovechamiento del apoyo que brinda el gobierno nacional mediante el plan de desarrollo de producción al mercado de cosméticos.

El proyecto busca un alineamiento de objetivos en el desarrollo sostenible que genere un bienestar común para clientes brindándoles un producto cosmético de buena calidad que satisfaga necesidades y no atente contra su propio bienestar, con los proveedores al momento de elegirlos por sus productos de buena calidad en cuanto envases y materias primas para la elaboración de nuestros productos; con la sociedad en la generación de fuente de empleo y para el equipo de trabajo generando beneficios económicos.

Limitaciones

En este proyecto encontramos limitaciones de tiempo ya que cada socio cuenta con un empleo y no se ha podido dedicar de lleno en la idea de negocio, adicional se requieren recursos los cuales nos han limitado bastante.

1.5. Objetivos

Objetivo general

Determinar la factibilidad para la creación de perfumes a granel Perfumhada, en la ciudad de Bogotá en la localidad de Engativá, dedicada a la producción y comercialización de perfumes a granel por medio de venta directa.

Objetivos específicos

- Elaborar un estudio de mercados que permita analizar la situación actual del sector de las fragancias y establecer la viabilidad para la producción y comercialización de fragancias a granel.
- Desarrollar un estudio técnico, el impacto económico, social y ambiental de la empresa para evaluar su factibilidad para la producción y comercialización de fragancias a granel.
- Realizar el estudio legal – ambiental de la empresa para establecer los parámetros para la constitución y el debido funcionamiento que requiere.
- Elaborar un análisis financiero para establecer la viabilidad de la empresa de fragancias a granel Perfumhada.
- Desarrollar el plan estratégico para analizar la constitución de la empresa para la distribución y comercialización de fragancias en dicho sector

2. ESTUDIO DE MERCADO

Análisis del sector productivo

Encontramos que el mercado actual está estructurado en grandes, medianas y pequeñas empresas, las cuales están enfocados a un mercado determinado de acuerdo a sus proyecciones y los lugares en los que se encuentran localizados, por lo anterior observamos que independientemente del tamaño de las empresas, estas buscan generar empleo, teniendo en cuenta que muchas veces no tienen una capacitación adecuada de sus empleados; simplemente el objetivo es llegar a los consumidores y lograr índices de ventas alto.

Hay que tener en cuenta que para una empresa nueva entrar en este mercado es algo complicado debido a que hay mucha competencia informal y por esta razón es difícil competir, razón por la cual se debe ingresar con un alto nivel de calidad de los productos, precios cómodos y asequibles, variedad de presentaciones y fragancias; pero hay que tener en cuenta que en la actualidad encontramos en el mercado splash, cremas aromatizantes, geles con olores entre otros, los cuales en determinado momento podrían llegar a sustituir los perfumes originales o perfumes en general.

2.1. Contexto del mercado y antecedentes

Con la investigación de mercado lo que se busca es recolectar información sobre la demanda para identificar las preferencias de los consumidores que hacen parte de la población así mismo definir estrategias innovadoras que permitan garantizar una buena toma de decisiones direccionadas al cumplimiento de los objetivos establecidos en el plan de negocio.

2.2. Análisis y caracterización del consumidor

Selección de la Población Objetivo

Bogotá es una ciudad que se divide en 20 localidades de estratos 3 razón por la cual se realiza el estudio de mercado en la localidad 10 de Engativá que cuenta con una población de aproximadamente 1.300.000 habitantes al 2015, donde se evidencio que nuestra población de objetivo son hombre y mujeres entre 18 y 40 años quienes se preocupan por su presentación personal, es importante resaltar que fragancias de perfumes pueden ser una fuente generadora de empleo y de bienes económicos.

Estimación de la Demanda Potencial

Nuestra población objetivo son las personas hombres y mujeres entre los 18 y 40 años, de los estratos sociales 3.

El tamaño de la muestra va a ser la localidad de Engativá que es donde se va a realizar el muestreo para nuestra investigación.

Calculo de la Muestra



De acuerdo con la población objetivo que tenemos encontramos que en la localidad de Engativá cuenta con una población de aproximadamente 1.300.000 habitantes al 2015, por

lo cual se aplicó una encuesta la que se tomó en uno de los sectores de esta localidad que es Álamos norte; con la cual se aplicó la siguiente fórmula para poder identificar cual era el nivel de confianza con relación a la población

Después de haber aplicado la formula se concluye que para obtener el grado de confianza el tamaño de la muestra debe ser 384 encuestados.

Selección de la técnica de recolección de información

La técnica que vamos a aplicar para recolectar la información para nuestra investigación va a ser la encuesta ya que por el tipo de población que vamos a manejar creemos que es la forma donde podemos recolectar una información más vera y certera de lo que queremos conocer.

2.3. Identificación y análisis de la competencia

De acuerdo al estudio que se realizó en el mercado en el la localidad de Engativá se encontró que no hay un establecimiento como tal que sea igual o se asemeje a las características de esta empresa, pero si se puede determinar que hay competidores directos e indirectos y establecimientos que ofrecen productos suplementarios de los perfumes como son los splash; en el sector de Engativá en el barrio álamos encontramos aproximadamente 30 establecimientos de comercio que venden perfumes preparados y empacados.

LA RIVIERA



- La Riviera es una gran líder de distribución y comercialización de
- El diseño de la Riviera cuenta con un régimen de normas internacionales que rigen los establecimientos donde venden los productos de belleza
- Reconocimiento en el mercado
- Cuenta con un alto amplio portafolio de productos con estándares de calidad, buen ambiente y atención personalizada como herramienta clave
- Cobertura propia en Colombia

FALABELLA

falabella

- En sus marcas más destacadas se encuentran Carolina Herrera, Ralph Lauren, Hugo Boss, Paco Rabanne, Giorgio Armani, para hombre y mujeres.
- Permite que la elección de los perfumes sea más fácil y brinda variedad de aromas y permite que el público pueda elegir su fragancia favorita.
- Se encuentra posicionada a nivel nacional e internacional en el mercado, brindando innovación en sus procesos y productos.
- Sus costos se encuentran entre los \$140.000 y \$250.000, pero tienen estrategias de descuentos en sus tiendas y en sus páginas web.

FIORAN PERFUMES

FLORIAN®
PerfumeBar®



- Franquicia Colombiana que comercializa y vende perfumes de alta calidad a bajo costo

- Brinda cata de perfumes proporcionando alternativas para que el cliente pueda elegir su perfume de preferencia.
- Sus perfumes están compuestos por limón, naranja y mandarina, pero sus fragancias no son perdurables lo cual requiere de su uso constante.
- Se encuentran localizados en algunos centros comerciales de Bogotá y Cúcuta.

SENTÍA



- Consolidarse como un gremio representativo frente a la franquicia colombiana y la del mundo.
- Posicionamiento en el mercado nacional con productos competitivos en calidad y precio
- Fortalecimiento en el mercado de la fragancia por medio de los productos tras la prueba de nicho
- Cuenta con tiendas de ventas de producto que ofrecen innovación bajo un solo concepto "Hágalo usted mismo"

2.4. Estrategias de mercado

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Se implementará la **ESTRATEGIA DE DESCREMADO DE PRECIOS**, porque el precio de los frascos será alto en comparación a las recargas que después de la compra de este se hagan.

ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO (PROVEEDORES)

Se implementará **ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION DIRECTA** ya que esta nos permitirá llegarle al cliente de manera inmediata, solucionando dudas, inquietudes, quejas, o algún tipo de requerimiento por parte del cliente de forma casi inmediata.

ESTRATEGIAS EN PRECIOS

Se implementará la **ESTRATEGIA DE DESCREMADO DE PRECIOS**, porque el precio de los frascos será alto en comparación a las recargas que después de la compra de este se hagan.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

▣ **DESCUENTOS**

En días especiales como, el día de la madre, el día del padre, el día de la mujer, el día del hombre, amor y amistad, día de las brujas y navidad, se aplicará un descuento en el frasco temático dependiendo del día celebrado del 20% sobre el precio comercial con el fin de motivar al cliente para adquirir más productos.

▣ **ATRATIVOS DE RECARGAS**

Después que el cliente compre el frasco y consuma su primera recarga de fragancia, puede volver a la tienda con el mismo frasco y tan solo va a comprar la recarga de la

fragancia, esto le permitirá al cliente hacer una única inversión en el frasco, ahorrando un 80% del valor pagado inicialmente.

3. PROPUESTA DE NEGOCIO

Perfumhada SAS

La empresa por crear se encargará de la producción y comercialización de fragancias en la ciudad de Bogotá en los estratos 3 de la localidad de Engativá, con el fin de brindar la oportunidad de generar empleo y una buena atención al cliente, con ingresos legales y verosímiles, con la apropiada investigación y planeación para el progreso del proyecto.

El proyecto que se desea emprender recibirá el nombre de Perfumhada, fragancias a granel, que será constituida en la ciudad de Bogotá en la localidad de Engativá, cuya actividad estará enfocada en la producción y comercialización de fragancias a granel aportando al desarrollo social, ambiental y económico, enfocándose en brindar un excelente servicio y una agradable experiencia durante la adquisición del producto, junto con equipo sólido consolidado por madres cabeza de hogar.

VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR

DESVENTAJAS FRENTE A LA COMPETENCIA

- Posicionamiento en el mercado
- Falta de experiencia en el mercado
- Escases de cobertura
- Desconfianza por la falta de conocimiento de los productos
- Variedad de precios por el alto índice de competencia

- Estancamiento de productos

VENTAJAS FRENTE A LA COMPETENCIA

- Satisfacción en un cumplimiento de la necesidad creada por el cliente
- Ofertas de reconocimiento

Aprovechamiento de tecnologías de comunicación y publicidad.

4. ESTUDIO TECNICO

4.1. Balance de requerimientos

Los factores que se tienen en cuenta el momento de la fabricación de **perfumhada** incluye materias primas que son las esencias, el alcohol, fijador y colorantes, cuyo proceso de producción solo se basa en la mezcla de las mismas embazadas en un frasco de cierre de rosca. Estos productos serán elaborados en la el sector de Engativá con el apoyo de nuestros proveedores de esencias, alcohol, fijador y colorantes que aportan para que el producto salga a tiempo y con altos niveles de calidad. Con el tiempo las necesidades futuras serán una fábrica más grande que logre abastecer con la demanda, siendo nuestra mayor ventaja en el proceso de producción la agilidad que se tiene en el proceso de fabricación.

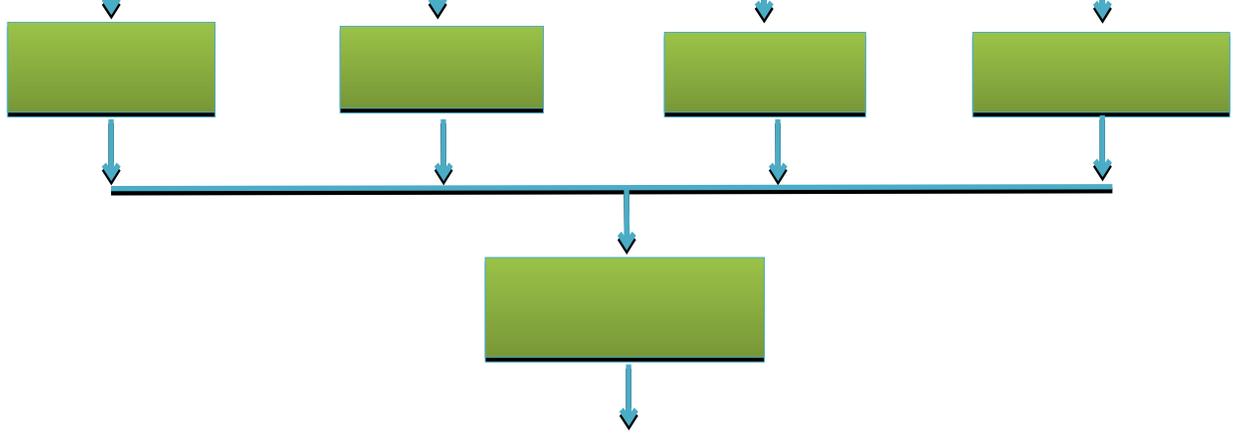
Ficha Técnica del Producto



NOMBRE	Perfumhada
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	Producto desarrollado con materias primas de excelente calidad, que permite que el cliente logre experimentar diferentes aromas en un envase llamativo y temático.
BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none">☐ Mejora la autoestima☐ Mejora el humor de la persona.☐ Relaja
ENVASES	Nuestro envase tiene dos ventajas y son: temáticos o diseñados por nuestros clientes.
FRAGANCIAS	Florales, verdes, frutales, frescas, ambar, madera, Chipre, marina, cítrica.
COLORES	Azul, morado, rosado, verde, rojo, amarillo.
TAMAÑO	50 L Y 100 ML

4.2. Descripción del proceso

RECEPCIÓN
MATERIA PRIMA



Grafica No. 1

EMPAQUE

4.3. Capacidad

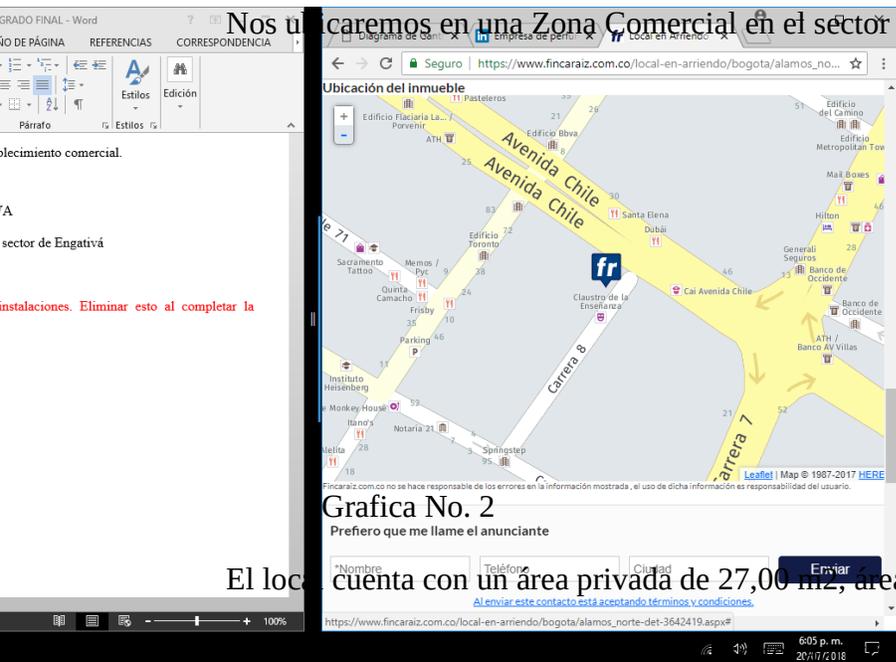
La capacidad que la empresa posee mensualmente para la producción de perfumes de 50ml es de 85 unidades y 100 ml es de 57 unidades, esto se prolongará mensualmente durante un año para el total de 1.020 unidades de fragancias por 50ml y 684 unidades de fragancias por 100ml.

4.4. Localización

MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN

La localización del negocio será en la localidad de Engativá en el barrio Álamos, se eligió este sector, porque es comercial y gracias a la investigación y al estudio de mercado se logró identificar que no hay negocios de venta de fragancias a granel o un negocio que cumpla con las características de nuestro establecimiento comercial.

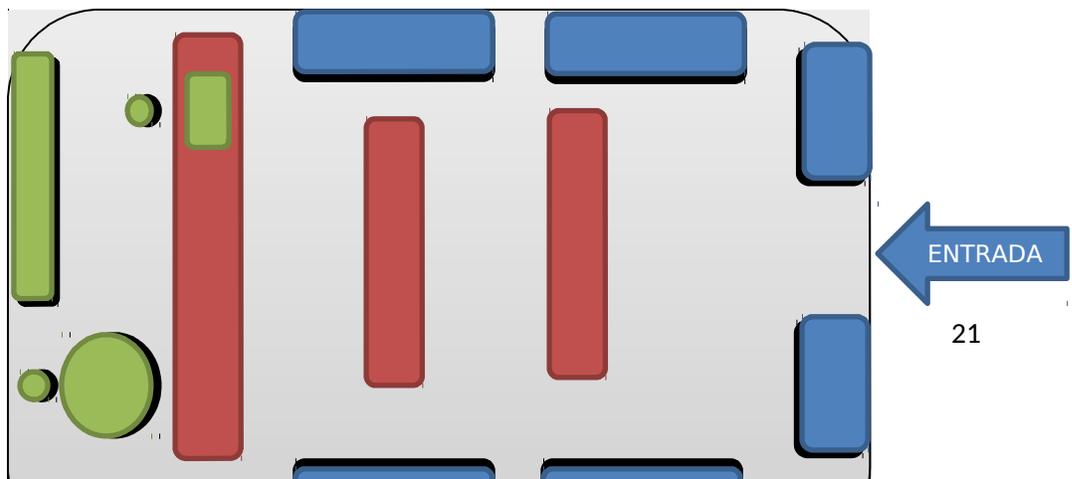
EVALUACIÓN DE LA ALTERNATIVA



El local cuenta con un área privada de 27,00 m², área de construcción de 27,00 m², el propietario tiene una edad 16 a 30 años, piso 1.

El local comercial estará ubicado sobre la avenida principal, en una excelente ubicación, sector con alta afluencia de público y transporte.

4.5. Plano



Grafica No. 3

5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Normatividad

A continuación, se mencionarán las leyes relevantes en el proyecto.

- Ley 711 del 2001: “Por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y se dictan otras disposiciones en materia de salud estética”.

COSMETÓLOGO(A). Para efectos de la presente ley, se llama cosmetólogo(a) a la persona que en forma exclusiva y previa preparación, formación y acreditación de un ente especializado y reconocido, se dedica a esta ocupación con plena conciencia de la responsabilidad personal que entraña su ejercicio, así como de la calidad, eficacia, seriedad y pureza de los productos que emplea, recomienda o utiliza en su actividad.

- Decreto 219 de 1998: INVIMA

“Por el cual se reglamentan parcialmente los regímenes sanitarios de control de calidad, de vigilancia de los productos cosméticos, y se dictan otras disposiciones. El presidente de la República de Colombia, en ejercicio de las atribuciones que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y en desarrollo de la Ley 9ª de 1979”.

□ Decreto 612 de 2000

“Por el cual se reglamenta parcialmente el régimen de registros sanitarios automáticos o inmediatos y se dictan otras disposiciones. El presidente de la República de Colombia, en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas en el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y en desarrollo del artículo 245 de la Ley 100 de 1993”.

Marco Legal de la Actividad y Constitución de Empresa

El tipo de empresa que vamos a crear es una empresa S.A.S; se escogió este tipo de empresa en primer lugar por la facilidad para su creación, no tiene una restricción en la cantidad de socios, en cuanto al tema del capital se puede abrir con capital cero, la autonomía que tiene para implementar normas y reglas, y por los beneficios tributarios y en los parafiscales; para constituir este tipo de empresa debemos tener y cumplir los siguientes requisitos, pasos y reunir las documentaciones necesarias, las cuales son:

REQUISITOS:

- Nombre, documentos de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad seguida de las letras “S.A.S.”
- Domicilio principal de la sociedad y de las diferentes sucursales que se establezcan en el acto de constitución.
- Termino de duración de la sociedad donde se manifieste si es definido o indefinido.

- Una enunciación clara y completa de las actividades que la empresa va a desarrollar siempre que se constituya con actividad comercial o civil LÍCITA.
- El capital autorizado, suscrito y pagado teniendo en cuenta la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y plazo en que deberán pagarse.
- La forma de administración, nombre, documentos de identidad, y las facultades de sus administradores.

PASOS:

- Consultar nombre en el RUES
- Preparar la papelería
- Inscripción en la cámara de comercio
- Crear cuenta de ahorros
- Tramitar el RUT definitivo
- Tramitar el registro mercantil definitivo.
- Resolución de facturación y firma digital.

Adicional encontramos que para poder desarrollar nuestra actividad nos debemos registrar por las entidades de regulación en el ámbito laboral como lo son el ministerio de trabajo en cual se basa en las leyes descritas en código sustantivo de trabajo; con respecto al medio ambiente nos regula el sistema nacional ambiental SINA y el departamento de medio

ambiente DAMA. Otras instituciones que también nos regulan en el comercio es el INVIMA, la DIAN entre otras.

Licencias, trámites y permisos

▣ Registro Sanitario

El instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima), es un establecimiento público del orden nacional de carácter científico y tecnológico, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente adscrito ante el Ministerio de Salud y perteneciente al sistema de salud, creado mediante la ley 100 de 1993 artículo 245.

Se debe obtener el Registro Sanitario, el cual es el acto administrativo expedido por el INVIMA por el cual se autoriza previamente a una persona natural o jurídica, para producir, comercializar, importar, exportar, envasar o procesar productos cosméticos.

El registro sanitario para perfumes se encuentra en el código Numero 1024 “Perfumes, Colonias, Lociones, Aguas de tocador, Aguas de colonia, Aguas de Perfume y Splash.

Se tendrá en cuenta el Decreto número 219 de 1998, por el cual se reglamentan parcialmente los regímenes sanitarios de control de calidad, de vigilancia de los productos cosméticos.

▣ **Trámite para Registro Sanitario**

- ▣ Cancelación del valor de la tarifa de inscripción
- ▣ Diligenciar la información General en el Formato
- ▣ Diligenciar la información Técnica en el Formato
- ▣ Diligenciar la información legal en el formato.

▣ **Registro de Marcas**

Para registrar la marca Perfumhada y sea concedido el uso excesivo por los 2 años iniciales de funcionamiento y derecho para actuar contra terceros que la utilicen sin consentimiento, se debe presentar la solicitud ante la superintendencia de industria y comercio-Delegatura de Propiedad Industrial.

Normatividad sobre el producto

Los productos cosméticos utilizados tanto en los servicios personales de estética ornamental (Peluquería) como en los de facial y corporal se encuentran actualmente reglamentados por la [Decisión 516 de 2002](#) de la Comunidad Andina de Naciones, CAN, al cual establece la Armonización de Legislaciones en Materia de Productos Cosméticos.

- ▣ ¿Qué es un producto cosmético?

La Decisión 516 de 2002 define producto cosmético en su artículo 1º:

“Se entenderá por producto cosmético toda sustancia o formulación de aplicación local a ser usada en las diversas partes superficiales del cuerpo humano: epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos o en los dientes y las mucosas bucales,

con el fin de limpiarlos, perfumarlos, modificar su aspecto y protegerlos o mantenerlos en buen estado y prevenir o corregir los olores corporales.”

□ ¿Qué se considera producto cosmético?

La Decisión 516 de 2002 estableció en su anexo No.1 el listado de productos cosméticos:

- Cosméticos para niños.
- Cosméticos para el área de los ojos.
- Cosméticos para la piel.
- Cosméticos para los labios.
- Cosméticos para el aseo e higiene corporal.
- Desodorantes y antitranspirantes.
- Cosméticos capilares.
- Cosméticos para las uñas.
- Cosméticos de perfumería.
- Productos para higiene bucal y dental.
- Productos para y después del afeitado.
- Productos para el bronceado, protección solar y autobronceadores.
- Depilatorios.
- Productos para el blanqueo de la piel.

¿Cuáles son los requisitos que deben cumplir los productos cosméticos?

La Decisión 516 de 2002 estableció en su artículo 5° que: “Los productos cosméticos a que se refiere la presente Decisión requieren, para su comercialización o expendio en la Sub Región, de la Notificación Sanitaria Obligatoria presentada ante la Autoridad Nacional Competente del primer País Miembro de comercialización.”

Los productos manufacturados en la Sub Región deberán realizar la Notificación Sanitaria Obligatoria en el País Miembro de fabricación de manera previa a su comercialización.

¿Qué se entiende por Notificación Sanitaria Obligatoria?

“Se entiende por Notificación Sanitaria Obligatoria la comunicación en la cual se informa a las autoridades nacionales competentes, bajo declaración jurada, que un producto cosmético será comercializado a partir de la fecha determinada por el interesado. En cualquier caso, tal comercialización deberá ser posterior a la fecha de recepción de la notificación por parte de la autoridad nacional competente del primer país miembro de comercialización.”

Normatividad Ambiental

[Decreto 1397 de 2016](#) del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible “Por el cual se establecen las condiciones para el montaje, instalación y puesta en funcionamiento de zonas del territorio nacional para la ubicación temporal de miembros de las organizaciones armadas al margen de la ley en el marco de un proceso de paz”

Para información de derecho ambiental con una perspectiva interamericana por favor visite el [sitio web de la Asociación Interamericana para la Defensa del Ambiente \(AIDA\)](#)

[Resoluciones y mapas](#) que delimitan páramos de Colombia.

[Resolución 97 de 2017](#) “por la cual se crea el Registro Único de Ecosistemas y Áreas Ambientales y se adoptan otras disposiciones”

[Resolución 0376 de 2016](#): casos que no requieren modificación de licencia ambiental.

[Decreto 1076 de 2015.](#) Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible.

[Resolución 6 de 2015.](#) “Por la cual se ordena la suspensión del uso del herbicida glifosato en las operaciones de erradicación de cultivos ilícitos mediante aspersión aérea”.

[Decreto 1077 de 2015.](#) “Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio”.

[Decreto 1076 de 2015.](#) Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible.

5.1. Tipo y naturaleza de empresa

El tipo de empresa que vamos a crear es una empresa S.A.S; se escogió este tipo de empresa en primer lugar por la facilidad para su creación, no tiene una restricción en la cantidad de socios, en cuanto al tema del capital se puede abrir con capital cero, la autonomía que tiene para implementar normas y reglas, y por los beneficios tributarios y en

los parafiscales; para constituir este tipo de empresa debemos tener y cumplir los siguientes requisitos, pasos y reunir las documentaciones necesarias.

5.2. Constitución de la empresa y aspectos legales

REQUISITOS:

- Nombre, documentos de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad seguida de las letras “S.A.S.”
- Domicilio principal de la sociedad y de las diferentes sucursales que se establezcan en el acto de constitución.
- Termino de duración de la sociedad donde se manifieste si es definido o indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades que la empresa va a desarrollar siempre que se constituya con actividad comercial o civil LÍCITA.
- El capital autorizado, suscrito y pagado teniendo en cuenta la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y plazo en que deberán pagarse.
- La forma de administración, nombre, documentos de identidad, y las facultades de sus administradores.

PASOS:

- Consultar nombre en el RUES
- Preparar la papelería
- Inscripción en la cámara de comercio

- Crear cuenta de ahorros
- Tramitar el RUT definitivo
- Tramitar el registro mercantil definitivo.
- Resolución de facturación y firma digital.

Adicional encontramos que para poder desarrollar nuestra actividad nos debemos regir por las entidades de regulación en el ámbito laboral como lo son el ministerio de trabajo en cual se basa en las leyes descritas en código sustantivo de trabajo; con respecto al medio ambiente nos regula el sistema nacional ambiental SINA y el departamento de medio ambiente DAMA. Otras instituciones que también nos regulan en el comercio es el INVIMA, la DIAN entre otras.

Visión

Perfumada será en el año 2025 reconocido como la mejor productora y distribuidora de fragancias inspiradas en perfumes originales en las grandes industrias fragancias logrando ser competitiva y cubriendo a nivel nacional el mercado.

Misión

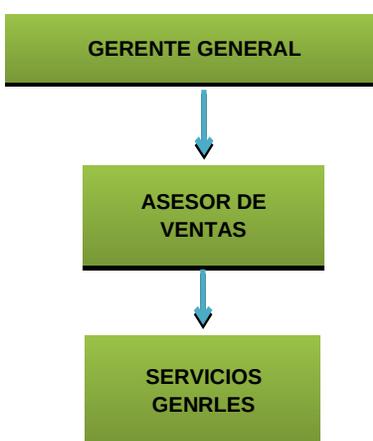
Perfumada fue creada con el propósito de solucionar la necesidad de tener a la mano fragancias de muy buena calidad, inspiradas en perfumes originales, respaldado de mercadeo y tecnología especiales que cubren la demanda de las necesidades de nuestros clientes a través de responsabilidad, transparencia, pasión, transformación e integridad, que nuestra empresa posee y que la hace tan eficiente como competitiva, en las operaciones que a diario realiza.

Nuestros clientes son nuestra primera responsabilidad, porque ellos son nuestra razón de supervivencia en el mercado.

Valores Corporativos

- **COMPROMISO:** Solo es bueno para nosotros si es bueno para nuestros clientes.
- **HONESTIDAD:** Nuestra ética es innegociable ante cualquier eventualidad.
- **RESPONSABILIDAD:** Las personas son nuestro enfoque en todo lo que realizamos.

5.3. Estructura organizacional



Grafica N° 4

Perfiles de Cargo

□ GERENTE:

CIUDAD	Bogotá
SALARIO	\$2.500.000
TIPO DE CONTRATO	Término Indefinido
CANT. DE VACANTES	1

PERFÍL

Profesional en gerencia de mercados, con amplia experiencia liderando equipos de trabajo.

Con habilidades desarrollando estrategias de mercadeo, investigación y desarrollo del

mercado, elaborando planes de mercadeo y ventas trimestrales, de igual forma

desarrollando estrategias comerciales acordes a la condición del mercado y proyectado

hacia el crecimiento de la empresa, identificando oportunidades comerciales y creando

nuevas estrategias para la penetración de nuevos mercados.

Elaboración de estrategias de entendimiento para los clientes, evaluando bases de clientes

actuales según su clasificación y objetivo.

Diseña y estructura modelos de atención de la unidad del negocio, propuestas de

capacitación y potencializarían en los equipos comerciales.

REQUERIMIENTOS	
EDUCACIÓN MINIMA	Postgrado / Especialización
AÑOS DE EXPERIENCIA	6
DISPONIBILIDAD DE VIAJAR	NO
DISPONIBILIDAD DE CAMBIO DE RESIDENCIA	NO

▣ ASESOR DE VENTAS:

CIUDAD	Bogotá
SALARIO	\$1.250.000
TIPO DE CONTRATO	Término Indefinido
CANT. DE VACANTES	1

PERFÍL

Persona bachillera con experiencia mínima de 6 meses como asesor de ventas e impulso con disponibilidad de domingo a domingo con un día compensatorio entre semana, turnos rotativos, con oportunidad de carrera dentro de la compañía y beneficios.

REQUERIMIENTOS	
EDUCACIÓN MINIMA	Bachiller básico
AÑOS DE EXPERIENCIA	6 meses
DISPONIBILIDAD DE VIAJAR	NO
DISPONIBILIDAD DE CAMBIO DE RESIDENCIA	NO

▯ OPERARIOS

CIUDAD	Bogotá
SALARIO	\$950.000
TIPO DE CONTRATO	Término Indefinido
CANT. DE VACANTES	1

PERFÍL

Persona bachillera con experiencia mínima de 6 meses como operarios con disponibilidad de domingo a domingo con un día compensatorio entre semana, turnos rotativos, con oportunidad de carrera dentro de la compañía y beneficios.

REQUERIMIENTOS	
EDUCACIÓN MINIMA	Bachiller básico
AÑOS DE EXPERIENCIA	6 meses
DISPONIBILIDAD DE VIAJAR	NO
DISPONIBILIDAD DE CAMBIO DE RESIDENCIA	NO

Descripción del cargo

GERENTE:

- Identifica mercados rentables y crecientes
- Implementa a los clientes políticos de satisfacción las cuales son diferentes a las políticas de servicio.
- Planifica ventas, pronostica y planea sistemas de venta estratégica, contra la venta de tomar pedidos.
- Lanza nuevos productos con diferentes características y usos a través del mercadeo del bienestar.
- Promociona marcas e integra estrategias entre clientes consumidor y usuario.

ASESOR DE VENTAS:

- Brindar asesoría a los clientes
- Generar ventas efectivas
- Identifica las necesidades de los clientes
- Hace seguimiento a sus clientes objetivo
- Brinda servicio al cliente

SERVICIOS GENERALES

- Desarrolla distintas tareas asociadas a servicios generales y cafetería

5.4. Estrategias corporativas

Políticas de selección de personal

- El departamento de recursos humanos identificara las vacantes para coordinar y gestionar el proceso de selección de personal.
- La búsqueda del proceso de selección del personal será difundida por medios escritos, actividad que realizara el departamento de recursos humanos.
- Se dará preferencia al proceso de selección por convocatoria interna, en caso de que no resulte candidato o no se presenten postulantes que cumplan con los para metros establecidos para el perfil, se dará búsqueda externa.
- En proceso de selección de personal se tendrá en cuenta la igualdad de oportunidades y derechos tanto para hombres como para mujeres aspirantes y no se descalificar por su inclinación sexual, raza, genero, discapacidad o religión

Políticas de Ventas y precios

- Los precios mostrados al público tanto en la tienda como en la página web estarán sujetos a cambios sin previo aviso.
- Los productos que se venden en la tienda y en la página deberán ser pagados en su totalidad para poder realizar la respectiva entrega y/o envío.
- Todo producto que se venda por la página y en la tienda tendrán IVA.

- No se realizarán cambios o devoluciones a menos que el producto presente defectos de calidad y empaque.
- El plazo para los cambios y devoluciones estarán sujetos únicamente durante las primeras 24 siguientes a la compra.

6. ESTUDIO FINANCIERO

De acuerdo con las oportunidades y requerimientos de Perfumhada descritos en este Plan de Negocios, y con base en las estimaciones de inversión total para el proyecto, ésta asciende a la suma de \$52.454.075, de las cuales \$35.000.000 corresponden a recursos propios, por lo tanto, un total de \$17.454.075 requieren ser financiados. Para dicho propósito las garantías ofrecidas para respaldar esta inversión son: [\[Garantías para respaldar la inversión\]](#) lo que hará que dicha inversión sea rentable.

De acuerdo con estos requerimientos, la meta es desarrollar un plan intensivo para acelerar las actividades de mercadeo y ventas, desarrollo del producto, expansión de servicios, ingeniería, distribución y servicio al cliente. Para la implementación de estos planes se necesita un préstamo para los siguientes propósitos:

- Remodelación del local comercial.
- Maximizar las ventas con una campaña extensiva para promover nuestros productos y/o servicios.

- Buscar salidas de ventas al por menor/ oficinas de ventas/ catálogos de ventas.
- Reforzar servicios de apoyo al cliente para incrementar la demanda e influir en nuevas órdenes con el propósito de cubrir el mayor número de clientes.
- Incrementar el personal de la compañía para apoyar y sustentar un prolongado y continuo crecimiento de la empresa basado en nuestros planes de mercadeo.
- Intensificar la Investigación y Desarrollo para generar productos adicionales y mejorados, para así conseguir ventajas sobre los competidores.
- Estudio y análisis de pruebas del producto.
- Adquisición de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
- Compra de terrenos y demás activos de la empresa.

Las proyecciones financieras indican que se alcanzará el punto de equilibrio cuando se logren ventas de 128 unidades vendidas. De igual forma se espera que para el 1 año de funcionamiento de la empresa, se obtengan utilidades por valor de \$6.000.000 al igual que un retorno de la inversión para las dos inversionistas.

6.1. Inversiones

** DESCRIPCION DE LAS INVERSIONES INICIALES					
TIPO DE ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	INTANGIBLES - INVERSION DIFERIDA	
MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 7.000.000		
Dispensadores	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	Estudios y diseños	\$ 5.000.000
Vitrinas	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	Gastos de constitucion	\$ 2.340.000
			\$ 0	Adecuaciones y remodelaciones	\$ 5.000.000
			\$ 0	Gastos pre-operativos**	\$ 5.500.000
EQUIPO DE OFICINA			\$ 460.000	Seguros	\$ 2.000.000
Telefonos fijos	2	\$ 80.000	\$ 160.000	Otros gastos diferidos	
Escritorios	1	\$ 300.000	\$ 300.000	SUBTOTAL	\$ 19.840.000
			\$ 0	** Publicidad y gastos de lanzamiento, capacitación, entre otros.	
			\$ 0	valor	
MUEBLES Y ENSERES			\$ 2.830.000	VALOR DEL PROYECTO	\$ 52.454.075
Escritorios	2	\$ 250.000	\$ 500.000	INVERSION SOCIOS	\$ 35.000.000
Sillas ejecutivas	4	\$ 220.000	\$ 880.000	CREDITO	\$ 17.454.075
Sillas fijas	2	\$ 100.000	\$ 200.000		
Mesa de juntas			\$ 0		
Estanteria	5	\$ 250.000	\$ 1.250.000		
EQUIPOS DE COMPUTO			\$ 2.550.000		
Computadores de escritorio	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000		
Equipos Portatiles	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000		
Impresora	1	\$ 250.000	\$ 250.000		
EDIFICACIONES			\$ 0		
VEHICULOS			\$ 0		
TERRERNOS		\$ 0	\$ 0		

Tabla N° 2

6.2. Costos

No	Descripción	Unidad COMPRA	Costo COMPRA	PRESENTACION
1	Alcohol	LITRO	\$4.500,00	1000
2	Fijador	LITRO	\$3.500,00	1000
3	Feromonas	LITRO	\$3.500,00	1000
4	Fragancia	LITRO	\$5.750,00	1000
5	Colorante	LITRO	\$800,00	1000
6	Envases	unidad	\$4.500,00	1
7	Etiquetas	unidad	\$100,00	1

Tabla N° 3

CALCULO DE COSTO UNITARIO DE MATERIALES											
No	Descripción	Unidad Medida	Precio de Venta	Costo Uni. Mp. E Ins.	Margen Contrib.	Costo Alcohol	Costo Fijador	Costo Feromonas	Costo Fragancia	Costo Colorante	Costo ENVASE
1	PERFUME tipo 1	50 ML	\$80.000,00	\$ 4.631,90	1627,2%	\$ 63,00	\$ 17,50	\$ 17,50	\$ 11,50	\$ 22,40	\$ 4.500,00
2	PERFUME tipo 2	100 ML	\$100.000,00	\$ 9.228,80	983,6%	\$ 126,00	\$ 35,00	\$ 23,00	\$ 44,80	\$ 9.000,00	\$ 0,00

Tabla N° 4

MANO DE OBRA REQUERIDA									
No	Descripción	Presentacion	Precio de Venta	Costo Quimico por Unidad	Costo Mezclador por Unidad	Costo Operador por Unidad	Costo Servicio Tecnico por Unidad	Costo Empaque por Unidad	
1	PERFUME tipo 1	50 ML	\$80.000,00	1.125,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	
2	PERFUME tipo 2	100 ML	\$100.000,00	1.125,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	

Tabla N° 5

6.3. Ingresos y proyecciones de ventas

PROYECCION DE VENTAS EN UNIDADES POR MES		
No	Ventas en Unidades Año 1	
1	PERFUME tipo 1	320 50 ML
2	PERFUME tipo 2	584 100 ML

Tabla N° 6

PROYECCION DE VENTAS EN UNIDADES POR AÑO						
No	Ventas en Unidades	2019	2020	2021	2022	2023
1	PERFUME	1.020,00	1.051,00	1.083,00	1.116,00	1.150,00
2	PERFUME	684,00	705,00	727,00	749,00	772,00
3	0	0				
4	0	0				
5		0				
6		0				
7		0				
8		0				
9		0				
10		0				
TOTAL		3723	3.776	3.831	3.887	3.945

Tabla N° 7

PROYECCION DE VENTAS EN PESOS POR MES														
#	Ventas en \$ Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
1	PERFUME	\$6.800.000	\$6.800.000	\$6.800.000	\$6.800.000	\$6.800.000	\$6.800.000	\$6.800.000	\$6.800.000	\$6.800.000	\$6.800.000	\$6.800.000	\$6.800.000	\$81.600.000
2	PERFUME	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$5.700.000	\$68.400.000
3	0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
4	0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
5		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
6		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
7		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
8		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
9		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
10		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Ventas en Pesos		\$12.500.000	\$12.500.000	\$12.500.000	\$12.500.000	\$12.500.000	\$12.500.000	\$12.500.000	\$12.500.000	\$12.500.000	\$12.500.000	\$12.500.000	\$12.500.000	\$150.000.000

Tabla N° 8

PROYECCION DE VENTAS EN PESOS POR AÑO						
#	Ventas Anuales en Pesos	2019	2020	2021	2022	2023
1	PERFUME	\$81.600.000	\$84.080.000	\$86.640.000	\$89.280.000	\$92.000.000
2	PERFUME	\$68.400.000	\$70.500.000	\$72.700.000	\$74.900.000	\$77.200.000
3	0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
4	0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
5		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
6		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
7		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
8		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
9		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
10		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Venta en Pesos		\$150.000.000	\$154.580.000	\$159.340.000	\$164.180.000	\$169.200.000

Tabla N° 9

6.4.

Valor de Desecho

CALCULO DEL VALOR DE DESECHO				
ACTIVOS	VL ADQUISICIÓN	DEP. ACUMULADA	VL EN LIBROS	VL COMERCIAL
Terrenos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
Edificaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
Maquinaria y equipo	\$ 7.000.000	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000	\$ 4.200.000
Muebles y enseres	\$ 2.830.000	\$ 2.830.000	\$ 0	\$ 566.000
Equipos de computo	\$ 2.550.000	\$ 2.550.000	\$ 0	\$ 0
Equipos de oficina	\$ 460.000	\$ 460.000	\$ 0	\$ 230.000
Vehiculos y equipo de transporte	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
	\$ 12.840.000	\$ 9.340.000	\$ 3.500.000	\$ 4.996.000

Tabla N° 10

6.5.

Flujo de Caja

PERFUMHADA													
Flujo de Fondos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Ingresos por Ventas	12.500.000	12.500.000	12.500.000	12.500.000	12.500.000	12.500.000	12.500.000	12.500.000	12.500.000	12.500.000	12.500.000	12.500.000	150.000.000
Egresos por Compras M.P.	919.753	919.753	919.753	919.753	919.753	919.753	919.753	919.753	919.753	919.753	919.753	919.753	11.037.037
Sueldos y Cargas													
<i>Producción</i>	727.750	727.750	727.750	727.750	727.750	727.750	727.750	727.750	727.750	727.750	727.750	727.750	8.733.000
<i>Administración</i>	4.500.422	4.500.422	4.500.422	4.500.422	4.500.422	4.500.422	4.500.422	4.500.422	4.500.422	4.500.422	4.500.422	4.500.422	54.005.064
<i>Intereses</i>	139.181	137.363	135.531	133.684	131.822	129.946	128.054	126.147	124.226	122.288	120.336	118.368	1.546.946
<i>Impuestos</i>	28.393	28.393	28.393	28.393	28.393	28.393	28.393	28.393	28.393	28.393	28.393	28.393	340.711
<i>Cargas Soc. Adm. Y Ventas</i>	1.411.034	1.411.034	1.411.034	1.411.034	1.411.034	1.411.034	1.411.034	1.411.034	1.411.034	1.411.034	1.411.034	1.411.034	16.932.408
Subtotal Sueldos y Cargas	6.806.780	6.804.962	6.803.130	6.801.283	6.799.421	6.797.544	6.795.653	6.793.746	6.791.824	6.789.887	6.787.934	6.785.966	81.558.129
Otros Gastos Operacionales	2.904.676	2.904.676	2.904.676	2.904.676	2.904.676	2.904.676	2.904.676	2.904.676	2.904.676	2.904.676	2.904.676	2.904.676	34.856.114
Total Egresos Operativos	10.631.209	10.629.391	10.627.559	10.625.712	10.623.850	10.621.973	10.620.082	10.618.175	10.616.253	10.614.316	10.612.364	10.610.395	127.451.280
Diferencia Operativa	1.868.791	1.870.609	1.872.441	1.874.288	1.876.150	1.878.027	1.879.918	1.881.825	1.883.747	1.885.684	1.887.636	1.889.605	22.548.720
Inversiones	35.000.000												35.000.000
Flujo Financiero													
Prestamo	17.454.075												17.454.075
Devolución del Prestamo	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	4.405.879
Total Flujo Financiero	17.821.232	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	367.157	21.859.955
Diferencia Ingresos - Egresos	-15.309.977	2.237.765	2.239.598	2.241.445	2.243.307	2.245.183	2.247.075	2.248.981	2.250.903	2.252.840	2.254.793	2.256.761	9.408.675
Flujo de Fondos	-15.309.977	-13.072.212	-10.832.614	-8.591.169	-6.347.863	-4.102.679	-1.855.605	393.377	2.644.280	4.897.120	7.151.913	9.408.675	

Tabla N° 11

6.6.

Indicadores Financieros

PERFUMHADA			
Activo		Pasivo	
Caja	18.142.840	Proveedores	0
Créditos	17.454.075	Sueldos y Cargas	0
		Impuesto a Pagar	2.742.452
		Pasivo Corriente	2.742.452
Activo Corriente	35.596.916		
		Prestamos	14.595.142
Activo Fijo	12.840.000	Pasivo No Corriente	14.595.142
		TOTAL PASIVO	17.337.594
		Patrimonio Neto	
		Capital	20.386.282
Amortización B. de U.	9.340.000	Resultado	6.399.055
Activo No Corriente	9.340.000		26.785.337
Total Activo	44.936.916	Total Pasivo + PN	44.122.931

Tabla N° 12

Flujo de Fondos	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos por Ventas		150.000.000	154.500.000	159.135.000	163.909.050	168.826.322
Egresos por Compras M.P.		11.037.037	5.196.992	5.716.691	6.288.360	6.917.196
Sueldos y Cargas		81.558.129	89.713.942	98.685.336	108.553.870	119.409.257
Otros Gastos de Producción		34.856.114	38.341.725	42.175.898	46.393.488	51.032.836
Otros Gastos de Adm. Y Ventas						
Impuesto a las Ganancias		2.742.452	3.016.697	3.318.367	3.650.204	4.015.224
Total Egresos Operativos		130.193.732	136.269.356	149.896.292	164.885.922	181.374.513
Diferencia Operativa		19.806.268	18.230.644	9.238.708	-976.871	-12.548.192
Inversiones						
Flujo Financiero						
Prestamo		17.454.075				
Devolución del Prestamo		2.858.934	3.144.827	3.459.310	3.805.241	4.185.765
Total Flujo Financiero		34.401.409	3.144.827	3.459.310	3.805.241	4.185.765
Diferencia Ingresos - Egresos		54.207.677	21.375.471	12.698.018	2.828.369	-8.362.427
Aporte del Emprendedor	-	52.454.075				
Flujo de Fondos	-52.454.075	1.753.602	23.129.073	35.827.090	38.655.460	30.293.032

Autoguardado Gantt - Modo de compatibilidad - Guardado

Archivo Inicio Insertar Dibujar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar **Vista** Ayuda ¿Qué desea hacer?

Normal Ver salt. Diseño Vistas Regla Barra de fórmulas Zoom 100% Ampliar selección Nueva ventana Organizar todo Inmovilizar Dividir Ocultar Ver en paralelo Desplazamiento sincrónico Restablecer posición de la ventana Cambiar ventanas

Vistas de libro Líneas de cuadrícula Encabezados Mostrar Mostrar Ventana

F39

Diagrama de GANTT en Excel© [más diagramas de GANTT](#)

Aquí puedes crear un diagrama de Gantt simple
Sólo tienes que indicar las tareas o puntos clave, la fecha de inicio y la fecha final de cada una de ellas.

Ten en cuenta:
Este diagrama se genera mediante la programación del "formato condicional" de las celdas (no visible sin seleccionar "formato condicional" en el menú). Debes poner las fechas en formato dd-mm-aa exactamente, de lo contrario las fechas pueden reflejarse mal en el gráfico.
Recomendación: Una vez creado el diagrama, oculta las filas que no hayas usado y ajusta el rango.

Indica el mes de inicio del Plan ► **febrero-18** ◀ Primer mes que vas a planear en formato mm-aa (por ejemplo: enero-20)

MíEmpresa		Proyecto 2018						
Num	Tarea	Inicio	Final	febrero-18	marzo-18	abril-18	mayo-18	junio-18
1	Registro marcas	1-2-18	30-4-18	████████████████████				
2	Reforma locales	1-1-18	31-3-18	████████████████				
3	Licencias actividad	1-2-18	30-4-18	████████████████████				
4	Apertura de local	1-4-18	31-12-18			██		
5	Promoción de Apertura	1-4-18	31-5-18			████████████████		
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								

8. IMPACTOS

Impacto Económico:

Los altos índices de desempleo son alarmantes, Perfumhada busca generar empleo y sobre todo tendremos enfoque en las madres cabeza de hogar, porque gracias a su dedicación, mejor servicio y satisfacción a los clientes, lograremos que se incremente la participación en el mercado de la empresa y esto requerirá que se incremente el empleo para muchas otras madres, obteniendo un alto porcentaje de rentabilidad aportando al desarrollo económico de la comunidad

Impacto Social:

Perfumhada buscara contribuir con beneficios a las familias de las comunidades menos favorecidas otorgando empleo con el sistema de comercialización y producción de fragancias a granel a las madres cabeza de hogar para que incrementen sus ingresos por medio de ventas desarrollando su perfil laboral y personal, generando empleo para la mejora de la calidad de vida de estas familias

Impacto Ambiental:

Las líneas de producción y comercialización que trabajara Perfumhada cuenta con fragancias a granel envasadas en un frasco que solo podrá ser reutilizable solo dentro de las tiendas, adicional serán en spray, que no afecta la capa de ozono, certificamos que la elaboración de las fragancias y la distribución tendrán un impacto ambiental mínimo porque trabajaremos con altos estándares de tecnología que favorezcan el medio ambiente.

CONCLUSIONES

Al culminar la elaboración de este trabajo podemos decir que en el mercado encontramos diversas herramientas que nos permiten conocer todos los factores que pueden afectar el mercado buenas o malas y como lo podemos aplicar en el funcionamiento y crecimiento de nuestra idea de negocio de nuestra empresa, las cuales podemos utilizar ya sean en el mercado nacional o internacional; teniendo en cuenta cuales pueden ser las implicaciones y todo lo que puede acarrear la toma de decisiones.

Adicional a eso supimos aprender a identificar realmente cual es el problema del mercado para dar una solución que es nuestra idea de negocio.

PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES

Datos Personales

Nombre: Angélica Segura González

Documento: C.C. # 1.070.964.766

Edad: 26 años

Estado Civil: unión libre

Perfil Profesional

Administradora de empresas en formación, con experiencia en el área administrativa y de servicio al cliente, desempeñando funciones como manejo de archivo físico, realización de digitalización, clasificación, depuración, foliación, servicio al cliente interno y externo, recepción de dinero, manejo de caja y facturación. Persona responsable, honesta, dedicada, con actitud de servicio y adaptable.

Experiencia LABORAL

- **COVINOC**
Agente de Cobranzas

- **AECSA**
Abogados Especializados en Cobranza S.A
Agente de Cobranzas

- **MEDERY**
Auxiliar de Archivo
Archivo

Datos Personales

Nombre: Diana Paola Orrego Florez

Documento: C.C. # 1.018.412.016

Edad: 31 años

Estado Civil: unión libre

Perfil Profesional

Estudiante de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, con experiencia en las áreas administrativas y contables, cuento con gran capacidad de trabajo en equipo, adaptación y muy dispuesta a adquirir nuevos conocimientos que me permitan una buena proyección laboral y personal.

Experiencia LABORAL

PPH LTDA

Asistente Administrativa

BAGATELLE S.A.S

Asistente Contable

GESNEG DISEÑO & CONSTRUCCION S.A.S

Asistente Administrativo

LUDAPEGON Y ASOCIADOS

Auxiliar Contable

GESNEG DISEÑO & CONSTRUCCION S.A.S

Asistente Administrativo

Decidimos entrar al mundo de la perfumería, enfocado por ser un producto de alta necesidad y de uso diario, de muy alta calidad y a un muy buen precio.

Nuestras tiendas prometen brindar más que un servicio una experiencia, con precios asequibles y todo esto lo vamos a lograr de la mano de grandes distribuidores y productores mediante un canal de distribución directa para la minimización de gastos y mayor beneficio para el consumidor final.

BIBLIOGRAFÍA

Contabilidad de costos 5ta Ed. Revisada, de Oscar Gómez Bravo, Editorial MC GRAW HILL.

Principios de Administracion Financiera (LAWRENCE J. GITMAN / CHAD J. ZUTTER) PERSON

Proceso Administrativo Para Las Organizaciones del Siglo XXI (CESAR AUGUSTO BERNAL TORRES / HERNAN DARIO SIERRA ARANGO) SEGUNDA EDICION

Economía 19 ed. Con aplicación a Latinoamérica Paul A. Samuelson y William D. Nordhaus

SAPAG Chain, Nassir, (2011). Proyectos de inversión: formulación y evaluación: Segunda Edición, Pearson.

KERIN, Roger A, (2014). Marketing, Undécima Edición. Editor sponsor Jesús Mares Chacón.

ANEXOS

Anexo 1: Resultado Análisis de Encuestas

Anexo 2: Plantilla Financiera

Anexo 3: Hoja de Vida Angélica Segura González

Anexo 4: Hoja de Vida Diana Paola Orrego Flórez

Anexo 5: Grafica Gantt