

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA DE  
ACTIVIDAD ECONÓMICA A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS  
FARMACÉUTICOS ANTICONCEPTIVOS GENÉRICOS EN LA CIUDAD DE  
SANTIAGO DE CALI**

**CRISTIÁN DAVID ALMENDRA RIVERA**

**LUIS HERNANDO TOVAR SIERRA**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUMEN GENTIUM**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**SANTIAGO DE CALI 2018**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD DE UNA EMPRESA CUYA ACTIVIDAD  
ECONÓMICA ES LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS EN  
LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI**

**CRISTIÁN DAVID ALMENDRA RIVERA**

**LUIS HERNANDO TOVAR SIERRA**

**Anteproyecto presentado para optar al título de Administrador de  
Empresas**

**ASESOR**

**VICTORIA BOLAÑOS**

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUMEN GENTIUM**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**SANTIAGO DE CALI 2018**

## NOTA DE ACEPTACIÓN

Proyecto de grado “Estudio de viabilidad para la creación de una empresa comercializadora de productos farmacéuticos anticonceptivos en la ciudad de Cali” aprobado por la Facultad de Ciencias Empresariales de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, válido como requisito parcial para obtener el título de Administrador de empresas

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

Santiago de Cali Octubre 08 de 2018

<b>CONTENIDO</b>		<b>P.</b>
<b>1</b>	<b>CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>13</b>
1.1	TITULO DEL PROYECTO .....	13
1.2	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....	13
1.3	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	14
1.4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
1.3	JUSTIFICACIÓN.....	18
1.4	MARCO DE REFERENCIA.....	19
1.5	ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	25
<b>2</b>	<b>ESTUDIO DEL MERCADO.....</b>	<b>29</b>
2.1	ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA .....	29
2.2	ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO .....	31
2.3	CLIENTES.....	40
2.4	COMPETENCIA.....	42
2.5	CLIENTES OBJETIVOS .....	44
2.6	LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS CLIENTES .....	45
2.7	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	46
2.8	MODELO DE ENCUESTA .....	46
2.9	RESULTADOS DE LA ENCUESTA .....	48

2.10	COMPETENCIA .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
2.11	TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL .....	53
2.12	POLÍTICAS DE SERVICIO.....	56
2.13	TÁCTICAS DE VENTAS .....	57
2.14	PLANES DE CONTINGENCIA.....	57
3	ESTUDIO TÉCNICO .....	61
3.1	PROCESO DEL SERVICIO .....	61
3.2	DIAGRAMA DE PLANES Y DESARROLLO.....	63
3.3	MAQUINARIA Y EQUIPOS REQUERIDOS .....	64
3.4	LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO .....	64
3.5	POLÍTICA DE INVENTARIOS .....	64
3.6	COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS.....	65
3.7	METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO DE LA INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	65
3.8	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA .....	66
3.9	MECANISMOS DE CONTROL .....	66
3.10	TECNOLOGÍA.....	68
4	ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL .....	69
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	69

<b>4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>71</b>
<b>4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL.....</b>	<b>81</b>
<b>4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL.....</b>	<b>81</b>
<b>4.5 PROCESO DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL .....</b>	<b>84</b>
<b>4.6 ASPECTOS LEGALES.....</b>	<b>85</b>
<b>5 ANÁLISIS ECONÓMICO .....</b>	<b>91</b>
<b>5.1 INVERSIÓN INICIAL.....</b>	<b>91</b>
<b>5.2 DEPRESIACION EN PESOS .....</b>	<b>93</b>
<b>5.3 BALANCE INICIAL CON FINANCIACION Y SIN FINANCIACION.....</b>	<b>94</b>
<b>5.4 AMORTIZACION DE PRESTAMO EN PESOS .....</b>	<b>96</b>
<b>5.5 PARAMETROS GENERALES.....</b>	<b>97</b>
<b>5.6 GASTOS DE ADMINISTRACION EN PESOS.....</b>	<b>101</b>
<b>5.7 VENTAS Y COSTOS EN PESOS .....</b>	<b>102</b>
<b>5.8 IVA, RECAUDOS PAGOS EN PESOS.....</b>	<b>103</b>
<b>5.9 RECAUDO EN PESOS.....</b>	<b>104</b>
<b>5.10PAGOS EN PESOS .....</b>	<b>104</b>
<b>5.11ESTADOS DE RESULTADOS CON Y SIN FINANCIACION EN PESOS</b>	<b>105</b>
<b>5.12FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION Y CON FINANCIACION .....</b>	<b>107</b>

<b>5.13</b>	<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACION Y SIN FINANCIACION .....</b>	<b>109</b>
<b>5.14</b>	<b>ANALISIS VERTICAL SIN FIANACIACION Y CON FINANCIACION....</b>	<b>111</b>
<b>5.15</b>	<b>ANALISIS HORIZONTALES PROYECTADOS CON FINANCIACION Y SIN FIANACIACION .....</b>	<b>115</b>
<b>5.16</b>	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO .....</b>	<b>120</b>
<b>5.17</b>	<b>ANALISIS DE SENCIBILIDAD.....</b>	<b>120</b>
<b>5.18</b>	<b>..... RESUMEN DE FLUJO DE CAJA CON FIANACIACION Y SIN FIANACIACION .....</b>	<b>121</b>
<b>6</b>	<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>

## LISTA DE TABLAS

**P.**

<b>Tabla 1. Estadísticas vitales de nacimientos y defunciones .....</b>	<b>16</b>
<b>Tabla 2. Indicadores mortalidad y fecundidad .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 3. Muebles y enseres.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 4. Salarios.....</b>	<b>83</b>



## LISTA DE CUADROS

P.

<b>Cuadro 1. Métodos de recolección de información .....</b>	<b>26</b>
<b>Cuadro 2. Medicamentos .....</b>	<b>39</b>
<b>Cuadro 3. Competencia .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Cuadro 4. Canales de distribución .....</b>	<b>52</b>
<b>Cuadro 5. Análisis del microentorno .....</b>	<b>58</b>
<b>Cuadro 6. Análisis de la empresa .....</b>	<b>59</b>
<b>Cuadro 7. Descripción cargo administrador .....</b>	<b>73</b>
<b>Cuadro 8. Descripción de cargo Contador .....</b>	<b>75</b>
<b>Cuadro 9. Descripción de cargos secretaria .....</b>	<b>77</b>
<b>Cuadro 10. Descripción de cargos mensajero .....</b>	<b>79</b>

## LISTA DE IMÁGENES

P.

Imagen 1. Mapa Cali.....	;	Error! Marcador no definido.
Imagen 2. Mecanismos de control.....		67
Imagen 3. Equipos de cómputo.....		68

## **RESUMEN**

El presente proyecto se realiza con el objetivo de presentar que tan viable es crear una empresa distribuidora de productos farmacéuticos de tipo genérico en la ciudad de Cali, por lo que es necesario que los estudiantes apliquen los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera aplicado al trabajo de grado.

## **SUMMARY**

The present project is carried out with the objective of presenting how viable it is to create a distributor of generic pharmaceutical products in the city of Cali, so it is necessary that students apply the knowledge acquired throughout the applied career to grade work.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto se realiza para presentar la viabilidad de la creación de una empresa, en este caso se enfocara en el sector Farmacéutico, mediante la comercialización de productos farmacéuticos de tipo genérico en la ciudad de Santiago de Cali.

El proyecto está realizado bajo la base de 5 capítulos los cuales son, Contextualización del problema de investigación, estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y el estudio financiero, que al desarrollarlos dan respuestas desde la problemática, las condiciones del sector, características de los clientes y competencia, así mismo, la descripción de los productos, la estructura de la empresa y todo el componente económico y financiero.

# **1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA**

## **1.1 TITULO DEL PROYECTO**

Elaboración de plan de negocios para la creación de una comercializadora de productos farmacéuticos anticonceptivos de clase genérico.

## **1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

El presente trabajo está enfocado en la línea de emprendimiento para aprovechar la demanda que brinda el mercado en el consumo de productos farmacéuticos de tipo genérico.

### 1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad se observa cada vez, que los precios en algunos medicamentos en especial aquellos que son de marca tienen un mayor costo. A diferencia de los medicamentos genéricos los cuales son de un menor costo aproximado de un 40 % menos que los de marca que tienen unos costos superiores, de acuerdo con la publicación del diario el Tiempo en uno de sus titulares ¿Cómo impacta el alto costo de los medicamentos al sistema de salud? En América Latina mueren al año 700.000 personas por no acceder a medicinas, asegura la OMS.

El Tiempo las medicinas fueron el sexto producto más comercializado en el mundo en el año 2015 al igual que en Colombia, según las cifras de comercio de la división estadística de las Naciones Unidas. Este problema produce dos consecuencias nefastas. La primera es de carácter sanitario. En el mundo hay 2.000 millones de personas que no disponen de los medicamentos necesarios para tratarse.

Una segunda consecuencia es la crisis de los sistemas de salud, como el colombiano, que económicamente no soporta cubrir medicamentos de alto costo, pero lo hace. En Colombia el costo de los medicamentos está cubierto por el Sistema de Salud y Protección Social. Los colombianos pagan de su bolsillo el 15 % del costo de gastos en salud, que es una de las porciones más bajas en los países en América Latina que en promedio gastan el 40 %, incluso es más baja que el 19 % en promedio que pagan en los países de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos).

¿Qué hacer? Algunos medicamentos se utilizan inicialmente para prevención como anticonceptivos y otros como lo son para el alivio, diagnóstico, tratamiento, o rehabilitación de una enfermedad.

A partir de esta situación que se considera de una complejidad amplia en la sociedad en donde se plantea una posible solución, con el objetivo de


comercializar medicamentos de tipo genérico con el fin de llegar a los extractos socio económicos 1 y 2 y dando prelación aquellos que su poder adquisitivo en ocasiones no devengan ni siquiera un salario mínimo legal vigente, en la actualidad hay una población importante en el departamento del valle del cauca, de acuerdo con el reporte del DANE el primer trimestre del año se presentó un aumento de 12.5 % a 13 % equivalente a 6000 desempleados más que en el año 2017 como referente. El crecimiento de los empleos informales en la actualidad afecta de manera directa la seguridad social ya que aparece un aumento significativo de las personas que se vinculan a SISBEN con el fin de obtener una atención de salud y que por otra parte algunos de dichos medicamentos no los cubre el POS. de acuerdo con MINSALUD establece, que Los usuarios afiliados al régimen contributivo y los usuarios afiliados al régimen subsidiado tienen derecho a acceder a los medicamentos incluidos en el Acuerdo 029 de 2011 de la CRES, siempre y cuando sean formulados por el médico de su IPS y cumplan con las características de principio activo, concentración y forma farmacéutica tal como que se encuentran descritos en el listado de medicamentos POS, además de cumplir con los contenidos de la prescripción, según lo dispuesto en los artículos 16 y 17 del Decreto 2200 de 2005.

Los medicamentos de tipo genérico ayudan a que los medicamentos de marca regulen sus precios y que de manera directa se generen estos monopolios, teniendo en cuenta como base la competencia, con el fin de apoyar a los pequeños laboratorios su inclusión de manera más activa al mercado teniendo las Droguerías como puntos claves para la venta.

En especial el enfoque será de manera directa a los altos niveles de natalidad a nivel nacional de acuerdo con informe de DANE, en donde reporte del primer trimestre del año de 2018. De acuerdo con la tabla de edades de la madre, se observa un crecimiento de natalidad importante entre las mujeres que se encuentran entre los 10 a 14 años de edad y las que se encuentran entre los 15 a

19 años de edad. Es notable que no alcanzan su mayoría de edad y se convierten en madres de familia.

Tabla 1. Estadísticas vitales de nacimientos y defunciones

							
<b>Estadísticas vitales de nacimientos y defunciones</b>							
<b>CUADRO 1</b> <b>Nacimientos por área de ocurrencia y sexo, según grupos de edad de la madre, total nacional</b> <b>Año 2018 Preliminar</b>							
Grupo de edad de la madre	Total	Total			Cabecera municipal		
		Hombres	Mujeres	Indeterminado	Hombres	Mujeres	Indeterminado
<b>TOTAL NACIONAL</b>	302.369	154.704	147.622	43	153.286	146.328	40
De 10-14 Años	2.606	1.335	1.270	1	1.315	1.259	1
De 15-19 Años	57.165	29.343	27.815	7	29.011	27.495	7
De 20-24 Años	87.131	44.654	42.468	9	44.255	42.106	8
De 25-29 Años	72.772	37.208	35.552	12	36.886	35.284	11
De 30-34 Años	48.873	24.846	24.016	11	24.676	23.845	10
De 35-39 Años	26.802	13.699	13.101	2	13.580	12.983	2
De 40-44 Años	6.462	3.343	3.118	1	3.294	3.079	1
De 45-49 Años	497	246	251	0	239	246	0
De 50-54 Años	61	30	31	0	30	31	0
Sin información	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: DANE - Estadísticas Vitales

Fuente: (Dane, 2018, p. 1)

Información tomada de: estadísticas vitales de nacimientos por área de ocurrencia y sexo, según grupos de edades de la madre durante el primer trimestre del año 2018.

Por lo tanto la pregunta que nos sugiere este problema es:



**1.3.1 Formulación del problema.**Cuál es la viabilidad de crear una empresa comercializadora de productos anticonceptivos de tipo genérico en la ciudad de Cali

**1.3.2 Sistematización del problema.**

- ¿Cuáles son las características del micro y macro entorno en el que estará ubicada la empresa?
- ¿Qué tipo de infraestructura se requiere para llevar a cabo la creación de la empresa?
- ¿Qué tipo de estructura organizacional y legal se requiere para el funcionamiento de la empresa?
- ¿Cuál es la viabilidad financiera del proyecto para crear la empresa?

**1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**1.4.1 Objetivo general.** Elaborar un plan de negocio que permita conocer la viabilidad de crear una empresa comercializadora de productos anticonceptivos de tipo genérico en la ciudad de Cali.

**1.4.2 Objetivos Específicos.**

- Identificar las características del micro y macro entorno en el que estará ubicada la empresa
- Identificar la infraestructura que se requiere para llevar a cabo la creación de la empresa

- Definir la estructura organizacional y aspectos legales que con lleven a su constitución
- Analizar la viabilidad financiera del proyecto para crear la empresa

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad en el sector farmacéutico la situación cada vez es más compleja debido a los altos costos de los medicamentos de marca debido a que una gran mayoría de la población se ve afectada debido a que su poder adquisitivo no es el suficiente teniendo en cuenta que en la actualidad los ingresos en las personas no son superiores al salario mínimo legal vigente y por otra parte al aumento de desempleo en la ciudad de Cali.

Por otra parte algunos de los medicamentos ofrecidos en el mercado algunos no cuenta con registro invima o no son debidamente patentados lo que en algunos casos lo que hacen es engañar a las personas y por otra parte algunos no tienen la composición química como debe ser.

Por eso se da la iniciativa de la creación de la empresa de comercialización de productos farmacéuticos de tipo genérico con el objetivo de comercializar productos farmacéuticos enfocados a los extractos socio económicos del 1 al 3. Llevando sus productos a las diferentes droguerías de cada uno de barrios en la ciudad de Cali, y con un segundo objetivo que es el de dar a conocer pequeños laboratorios. Este trabajo se realiza como plan de negocio teniendo en cuenta que la Universidad Católica Lumen Gentium tiene como opción de grado la

presentación de modelos de plan de negocio los cuales fortalecen de manera directa la investigación y la aplicación de conocimientos adquiridos para desarrollar dicho proyecto, poniendo en práctica las diferentes teorías administrativas y que el mismo genere rentabilidad en el tiempo aporte al desarrollo social aportando a la creación de empleo.

## **1.4 MARCO DE REFERENCIA**

**1.4.1 Marco teórico.** Plan de negocio “se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito y el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa, así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma.” (Fleiman, 2015).

En la actualidad se observa como día a día los mercados dentro de las diferentes industrias son más exigentes los cuales llevan a que sean más competitivos, teniendo en cuenta los productos o servicios llevan constantemente a replantear ideas o en su defecto antes de iniciar o llevar a cabo una idea realizar diferentes análisis los cuales permitan la viabilidad del mismo. De acuerdo con (Rodrigo Varela,2001), enfatiza sobre realizar los análisis y estudios correspondientes a cualquier producto o servicio antes de formalizarlo, antes de llevar a cabo un plan de negocio esto con el objetivo de identificar la viabilidad a fin de minimizar al máximo cualquier riesgo de pérdida a los inversores. Teniendo en cuenta lo anterior se dará inicio a la consecución de las siguientes teorías de la administración las cuales aportaran de manera directa en función del conocimiento de manera aplicada.

Para desarrollar el objetivo que corresponde al análisis de mercado se tendrá en cuenta la Teoría de los Sistemas, en donde argumenta “la empresa se ve como una estructura que se reproduce y se visualiza a través de un sistema de toma de decisiones tanto en lo individual como colectivamente.

En donde se debe tener en cuenta el micro y el macro entorno ya que son esenciales a la hora del planteamiento de una idea de negocio, por lo tanto se realizara análisis del macro entorno en donde se tendrá en cuenta el entorno demográfico teniendo en cuenta estudios previos realizados por entidades encargadas de realizar encuestas previas para saber en cuantos hogares de Cali se consumen medicamentos de tipo de genérico en los extractos 1 y 2 de la ciudad Santiago de Cali. En el entorno económico se reconocerá como se encuentra la industria farmacéutica de acuerdo con los informes y detalles en cifras del mercado actual, a la cual pertenece la idea de negocio. En el entorno tecnológico se analizara en la forma que se puede apoyar o implementar diferentes tecnologías a fin de la mejora continua. En el entorno legal se identificara el marco legislativo al cual influye en la actividad económica y funcionamiento de la organización. En el micro entorno se analizara el sector farmacéutico con el fin de identificar el crecimiento y tendencias al mismo, las distintas variables que influyen en la decisión de compra teniendo en cuenta las necesidades o en su defecto de acuerdo a su necesidad. De igual forma se identifican sus principales competidores e imagen.

Posteriormente se realizara análisis del mercado para ello se apoyaran en el modelo de las cinco fuerzas de Porter, “las cuales son fundamentales para la evaluación de diferentes aspectos como lo son las oportunidades y amenazas a las que se enfrentan las organizaciones” (Porter, 1980) se analizara de manera directa cual es el sector más adecuado para la ubicación de la empresa, una vez dada la ubicación se procederá con el análisis de la competencia con el fin de establecer las posibles estrategias las cuales se aplicaran en el mercado y así poder el grado de aceptación que se tendrá en el mercado. Una vez realizado el estudio de mercado se procederá a revisar la mezcla del marketing apoyado en los conceptos de Phillip Kotler, considerado el padre de la mercadotecnia “asegura que esta disciplina es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”. (Phillip Kotler, 6/10/2010)

De acuerdo a lo anterior se deben de tener en cuenta las cuatro características para llevar a cabo el proyecto que es Producto, Plaza, Precio y Descuentos. Y lo arrojado en el estudio de mercado podrá definir la ubicación de la organización, el nombre el cual debe ser acorde a actividad económica que debe ser fácil de recordar, es eslogan debe definido debe hablar por si solo de la organización, los precios deben de ser acordes de acuerdo al análisis previo realizado lo que permitirá la inclusión de manera directa a cada una de las droguerías en los

extractos 1 y 2 de la ciudad de Cali, que son posibles clientes potenciales y los precios actuales que se encuentran en el mercado.

Para llevar a cabo lo anterior se requiere de personal calificado quienes realicen cada una de las tareas que representan procesos dentro de la organización, por lo tanto se tendrá en cuenta los seis procesos de la administración de los recursos humanos de Idalberto Chiavenato (Chiavenato, 2009).

Que son los siguiente 1) proceso de reclutamiento en donde de acuerdo a sus capacidades y destrezas basados en conocimiento y experiencia se determinara la idoneidad de la misma para la ocupación del cargo.2) proceso de organizar a las personas en donde se determinan los cargos y respectivas funciones, 3) compensación laboral enfocados en la responsabilidad de cada uno de los cargos y principales funciones a fin de determinar su remuneración.4) desarrollo del personal en donde se determinan las herramientas y demás alternativas en las que se puede apoyar a los colaboradores para su desempeño dentro de la organización.5) implementación y adecuación del personal es que definirá sus respectivos dotación para la prestación de servicios y demás también la calidad lo que permite una mejora dentro de la calidad laboral. 6) proceso de auditoria método por el cual se realizara respectiva evaluación de desempeño con el fin de identificar el cumplimiento a cada una de sus obligaciones laborales.

Se realizara análisis de administrativo basado en la Teoría Neoclásica, según (Drucker, 2012, p. 1). En donde discute y actualiza términos como Eficiencia versus Eficacia, Centralización versus Descentralización o Autoridad y

Responsabilidad. En donde enfoca el capital humano como una de las principales razones para equilibrar en los diferentes aspectos con la finalidad de establecer criterios los cuales permitan un buen desempeño dentro de las organizaciones.

Por otra parte se tendrá en cuenta los aspectos legales a fin de definir la constitución de la organización y su sociedad teniendo en cuenta su actividad económica, se analizara respectiva viabilidad financiera con el fin de identificar si es rentable o no el plan de negocio proyectado. En donde se deben tener en cuenta el ámbito legal ya que hay leyes las cuales determinan la comercialización y distribución de medicamentos.

#### **1.4.2 Marco conceptual.**

- **Plan de negocio:** es un documento en el cual se presenta el valor de una empresa y valor diferencial en una oportunidad de negocio el cual se basa en la construcción de manera directa de los objetivos generales y específicos a dar cumplimiento.
- **Viabilidad:** hace referente a la probabilidad de que se lleve a cabo un proyecto y el mismo sea rentable en el tiempo.
- **Análisis de Mercado:** este análisis permite conocer a empresarios y emprendedores conocer el entorno y su cliente hacia donde dirigen su mercado.
- **Análisis Técnico:** es la realización de estudio del proceso de producción de un producto, bien o servicio.

- **Análisis Administrativo y Legal.** su principal objetivo es el de mostrar a sus inversionistas que el proyecto se encuentra bien estructurado y que el capital humano es el más idóneo para llevar a cabo cada uno de los objetivos planteados y que desde el ámbito jurídico cumple con todas normativas vigentes de acuerdo con la sociedad a crear.

- **Análisis Financiero.** este permite conocer la inversión o el financiamiento que se requiere para el proyecto, definiendo la rentabilidad y determinar el punto de equilibrio del proyecto y viabilidad del mismo.

**1.4.3 Marco espacial.** El proyecto se desarrollara en la ciudad de Cali, que se encuentra dentro de las 8 ciudades más grandes de américa latina y ocupa el tercer puesto con 2,4 millones de habitantes, con unas coordenadas geográficas de Latitud: 3°26'13" N, Longitud: 76°31'20" O y Altitud sobre el nivel del mar: 967 m, se divide en 22 comunas y con una totalidad de 554.918 hogares y 734 droguerías. (Pais, 2013) Cali se encuentra dentro de las 3 últimas empresas para la creación de negocio según (Dinero, 2017).

#### **1.4.4 Marco legal.**

- **RESOLUCIÓN 001478 DE 2006.** Por la cual se expiden normas para el control, seguimiento y vigilancia de la importación, exportación, procesamiento, síntesis, fabricación, distribución y dispensación, compra, venta, destrucción y uso.
- **RESOLUCIÓN 1478 DE 2006.** Por la cual se expiden normas para el control, seguimiento y vigilancia de la importación, exportación, procesamiento,



síntesis, fabricación, distribución, dispensación, compra, venta, destrucción, y uso.

- **RESOLUCIÓN 2010038231 DE 2010**. Por la cual se adopta la guía de Inspección de Buenas Prácticas de Manufactura que deben cumplir los gases medicinales en los procesos de fabricación, llenado control de calidad, distribución y comercialización.
- **RESOLUCIÓN 2011012580 DE 2011**. Por la cual se adopta la guía de Inspección de BPM que deben cumplir los gases medicinales en los procesos de fabricación, llenado, control de calidad y distribución)

## **1.5 ASPECTOS METODOLÓGICOS**

**1.5.1 Tipo de estudio.** Según el autor (*Fidias G. Arias. (2012)*). “define la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (*P. 24*). “se define que esta es la investigación más acorde con el proyecto debido a que se realizara la recolección de datos de manera detallada a fin de identificar clientes potenciales, necesidades del mercado las cuales permitan la viabilidad del proyecto”.

**1.5.2 Método Cualitativo.** El enfoque cualitativo se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de persona o lo que se investigará) acerca de los fenómenos que los rodean profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad. Se guía por áreas o temas significativos de investigación, sin embargo, en lugar de que la

claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante y después de la recolección y análisis de los datos. (Collado, 2012) Se determina este método ya que permite de manera directa conocer el consumidor final a través del cliente potencial necesidades y problema en general a través de las decisiones que afectan la compra de los medicamentos genéricos.

**1.5.3 Método de recolección de información.** Para la recolección de la información, se eligió un método de recolección donde se eligió método de recolección y tratamiento de la información generada el cual permitirá de manera directa que los dueños o socios permitan realizar inversión y que se genere una utilidad para los mismos.

Cuadro 1. Métodos de recolección de información

Técnicas	Instrumentos	Clasificaciones
Encuesta	Cuestionario	Abierta, cerradas

Fuente: Los autores

**1.5.4 Fuentes de información.** Las fuentes utilizadas para el desarrollo del proyecto, permitieron la ampliación y desarrollo de los conocimientos adquiridos para la creación y desarrollo de una empresa de comercialización de productos farmacéuticos de tipo genérico en la ciudad de Santiago Cali.

**1.5.5 Fuentes Primarias.** Para la investigación de este plan de negocio se utilizó como fuente primaria que permitió obtener información de manera directa con los clientes directos en la comercialización de productos farmacéuticos de tipo genérico en particular productos anticonceptivos. En donde se ha identificado el alto consumo de dichos productos en el género femenino y tener una perspectiva amplia desde la prevención a embarazos no deseados bien sea por desconocimiento o en su defecto por falta de cultura sexual dentro de la sociedad.

**1.5.6 Fuentes Secundarias.** Para tal plan de negocio se tiene en cuenta las diferentes encuestas y datos generados por la OMS en donde ratifica la importancia de regulación de los precios de los medicamentos de marca y el nacimiento de los medicamentos de tipo genérico que han generado un gran impacto en el sector farmacéutico y aporte importante a la sociedad en referencia al poder adquisitivo que tienen algunos. En donde se consultó diferentes revistas electrónicas, libros de diferentes metodologías, investigación y mercados entre otros.

**1.5.7 Tratamiento de la información.** Todo el análisis de la información obtenido del proyecto será representado de la siguiente forma.

- Realizar diferentes análisis en la medida que se obtenga información.
- Verificar los diferentes datos obtenidos.
- Clasificar y segmentar la información.

**1.5.8 Presentación de los resultados.** La información recopilada será llevada a una base de datos la cual garantice la custodia y el tratamiento de la misma. La información será debidamente presentada en diagramas, tortas, barras, líneas y áreas estadísticas con el fin obtener datos de manera específica y detallada.

**1.5.9 Población y muestra.** En esta sección se explicara de manera detallada cual será la población a censar.

**1.5.10 Población.** La población identificada son las droguerías de los estratos 1,2 y 3 de la zona oriente y norte de la ciudad de Cali.

**1.5.11 Censo.** El proyecto se enfocara en las distintas droguerías en los estratos 1,2 y 3 de la zona oriente y norte de la ciudad de Cali.

## 2 ESTUDIO DEL MERCADO

### 2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA

Actualmente este mercado se encuentra dentro de las Industrias Maduras y se encuentran dentro de las industrias de fabricación de sustancias químicas básicas con código CIU 2423 de acuerdo con la (DIAN) de las cuales en la actualidad se ven afectadas por los medicamentos Genéricos los cuales afectan de manera directa los grandes laboratorios. Como lo manifiesta el diario en sus publicaciones (EL TIEMPO) por Gina Morelo, Rafael Quintero Y Claudia Báez, en una de sus páginas publicadas el día 17 de agosto de 2017. En donde se resaltan Los Medicamentos, el alto costo de la vida en Colombia. En donde se tiene en cuenta el alto precio de algunos Medicamentos los cuales son de uso exclusivo para tratamientos en enfermedades terminales. Por otro lado dada la propagación de otros laboratorios buscan como poner barreras al ingreso de medicamentos, en donde se puede evidenciar que en el año 2015 los medicamentos fueron el sexto Producto más comercializado en el mundo al igual que en Colombia.

Actualmente las tendencias de esta industria a través del Ministerio de Salud se regulen los precios de los Medicamentos y controlar la entrada de nuevos medicamentos. Desde el punto de vista social como se fortalece la industria lo hace de manera directa en donde se puede generar y evitar la venta de medicamentos genéricos esto si se regulan los precios de los laboratorios teniendo en cuenta sus patentes las cuales se valoren y se deje una utilidad a los

laboratorios que no se busquen enriquecer lo cual generar que muchas más personas tengan acceso a la salud desde la parte de los medicamentos teniendo claro el Sistema de Salud al que hoy en día nos enfrentamos, en la actualidad es una industria Madura la cual enfrenta nuevos cambios y la diversificación de nuevos productos aquellos de manera directa afectan los precios dentro de un mercado. Sin tener en cuenta los costos que generan la investigación y la forma en que lastimosamente las enfermedades no cesan, la razón de la comercializadora es la de generar una empresa rentable. el fortalecimiento diario y con el tiempo aparte de satisfacer de manera directa clientes que no tienen acceso a otras marca por sus altos costos y desde el ámbito social contribuyan a la gestión en prevención que es lo más importante en la actualidad en especial la de embarazos no deseados.

Por otro lado, se identifica de manera clara como el ingreso de laboratorios Multinacionales afectan de manera directa dicha industria EL TIEMPO (11 de abril de 2017), afirma “El continuo crecimiento en el ingreso de los hogares, combinado con el cambio en los perfiles de enfermedades, impulsa el consumo de medicinas más avanzadas y de mayor costo, además del uso en planes de salud complementarios”, generando así incremento de planes de servicios por parte de la entidades Prestadoras de salud las cuales buscan de manera inmediata prestar un mejor servicio a un costo mayor con condiciones prioritarias. Está en un momento de grandes cambios porque muchos productos han perdido las patentes y los genéricos se han vuelto muy frecuentes en el mercado. Muchas compañías

han decidido no invertir en el desarrollo de nuevos productos porque no es posible competir con los precios de los genéricos. Cuando el precio es muy bajo el retorno de la inversión no es bueno. (Barrera, 2013, p. 1)

(Septiembre 03 2017) las regiones más importantes para el mercado farmacéutico. La industria farmacéutica tiene cuatro regiones muy importantes: Estados Unidos, que es donde se genera crecimiento, y más ahora con la reforma Obama con la que hay 35 millones de pacientes más en el sistema nacional. Está el mercado europeo que es maduro, no está en crecimiento pero es necesario tener nuevos productos especializados y de oncología. Por otro lado, están los mercados emergentes: Brasil, Latinoamérica, Rusia, China e India. Nuestro país se encuentra proyectado para un crecimiento a futuro dentro de la industria farmacéutica y mercado emergente. En el portafolio de los genéricos (Espectador, s.f., p. 1)

## **2.2 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO**

En el entorno Económico en el momento el principal afectado son los mismos consumidores, ya que se tiene que debatir en medio de la guerra de precios y la calidad de los productos farmacéuticos que ofrecen las marcas en donde de igual forma no se debe de olvidar de la Crisis en el sector Salud actual. En el entorno social se observa como cada día más se deteriora la prestación de las Entidades de Salud lo cual se suma los constantes pacientes con enfermedades terminales los cuales requieren de tratamientos con medicina la cual no es suministrada solo

por las entidades prestadoras de Salud. En el entorno Tecnológico se deriva la investigación de algunos laboratorios para la realización de Medicamentos para enfermedades terminales con el fin de avanzar en la búsqueda de posibles curas con laboratorios de tecnología de punta la que conlleva a la Inversión de los Laboratorios en la Investigación de nuevas patentes y los cuales se ven afectados hoy en día por la Comercialización de Medicamentos Genéricos.

Diagnóstico de la estructura actual y de las perspectivas del sector en el cual se va entrar. Posibilidades de crecimiento.

En la actualidad se observa un sector Farmacéutico es muy amplio ya que permite una gran variedad de productos de cualquier tipo y que permite abarcar cualquiera de los segmentos del mercado actual con un crecimiento importante debido a que la demanda de los productos crece en la actualidad.

De acuerdo con la publicación de la revista dinero (revista dinero, 2017) en donde resalta a Colombia como uno Colombia se ha convertido en un país atractivo para la inversión extranjera de empresas del sector farmacéutico, interesadas –muchas de ellas– en consolidar su operación no solo en el mercado local, sino en la región. Entre 2006 y 2016 se desarrollaron 27 proyectos nuevos, que significaron una inversión de US\$450 millones, según análisis de Invest in Bogotá.

Se trata de una actividad que mueve varios millones de dólares al año. Según el ranking de las 5.000 empresas de Revista Dinero, 54 compañías manufactureras del sector registraron ventas de \$9 billones en 2016, mientras que 118 mayoristas farmacéuticas alcanzaron \$12,2 billones en ingresos. En término de mercados es



un mercado amplio el cual permite el ingreso de nuevas empresas y que a la vez es un mercado con una competencia desleal debido a la guerra de precios entre marcas. En referencia a sus clientes iniciales son las droguerías las cuales en la actualidad se observa que ha presentado un aumento considerable de acuerdo con publicación de la revista (Revista Dinero, 2015) El negocio de las droguerías está viviendo un cambio extremo. Las compañías del sector han tenido que reinventarse en los últimos años para sobrevivir a los cambios que le han impuesto tanto las regulaciones en materia de salud como la entrada de jugadores internacionales y de nuevos formatos.

Este sector vende al año unos \$5,7 billones en Colombia, según datos de Euro monitor, y cuenta con más de 25.000 establecimientos que operan a lo largo y ancho del país.

Los primeros cambios en esta actividad comenzaron con la Ley 100, que estableció dentro del plan de beneficios a los pacientes la entrega de medicamentos, tanto intrahospitalarios como ambulatorios. Estos últimos eran una de las líneas de negocio más importantes de las droguerías, pero la normatividad llevó a que los consumidores se dirigieran a los dispensarios de las EPS para obtenerlos. Aunque el sector registra crecimientos entre 5% y 8% anuales, lo cierto es que la coyuntura no es fácil, pues las droguerías también han debido enfrentar el control de precios aplicado por el Gobierno, la desaceleración les ha apretado los márgenes y no se descarta un incremento en los precios. Además, “la

presión inflacionaria, el costo del dólar y el alza en las tasas de interés terminarán impactando el precio de los medicamentos”, señala Rueda.

- Factores positivos y negativos en el entorno.

El principal factor positivo del entorno es la variación de marcas y precios favorables para el consumidor los clientes, uno de los más representativos es la regulación de los productos farmacéuticos a través de entidad gubernamental como lo es el INVIMA quienes emiten los certificados para la comercialización de los productos farmacéuticos.

Uno de los factores negativos es la competencia desleal (guerra de precios) entre las diferentes farmacias y el contrabando de algunos de los productos lo que genera pérdidas representativas para los laboratorios.

- Factores que mueven el mercado en términos;

**2.2.1 Calidad.** Se debe tener en cuenta que los productos farmacéuticos independiente de su marca lo más representativo es que deben tener claro sus componentes activos de acuerdo a su patente todos son los mismos sin importar la marca.

**2.2.2 Precio.** Teniendo en cuenta que en la actualidad las distintas marcas permiten que no se generen monopolios en el sector.

**2.2.3 Servicio.** En cuanto servicio se observa que las industrias y sus empresas actualmente comprendieron la necesidad de innovar no solo en los productos sino también en el servicio como los farmaceutas no solo se dedican a vender los

diferentes productos sino que asesoran al cliente con decisiones acertadas para la mejora en la salud del cliente desde diferentes ámbitos.

Tendencias Económicas, sociales o culturales que afectan al sector de manera positiva o negativa.

**2.2.4 Tendencia Económica.** Actualmente la tendencia en el sector farmacéutico se observa un gran aumento en el consumo de medicamentos genéricos de acuerdo con la publicación del diario (TIEMPO, 2015) Está en un momento de grandes cambios porque muchos productos han perdido las patentes y los genéricos se han vuelto muy frecuentes en el mercado. Muchas compañías han decidido no invertir en el desarrollo de nuevos productos porque no es posible competir con los precios de los genéricos. Cuando el precio es muy bajo el retorno de la inversión no es bueno.

En este momento los medicamentos genéricos son una coyuntura importante, pero no es lo único que determina el rumbo de lo que hacemos. La especialidad es otra línea, donde muchas compañías han investigado sectores como neurología, psiquiatría, respiratorio, y han descubierto un retorno interesante. Otra línea es la oncología, donde hay unas 12 empresas buscando nuevas soluciones para estas enfermedades, lo que representa un continuo desarrollo y una nueva posibilidad de mejorar la vida del paciente, aunque hay pocas farmacéuticas con este enfoque. La otra línea importante es sobre enfermedades huérfanas, que son las que numéricamente padecen pocos pacientes. Antes ninguna compañía tenía desarrollo para enfermedades huérfanas, ahora los gobiernos tienen un presupuesto para investigación de este tipo.

- **Tendencia social;** en lo social se observa como en la actualidad uno de los mayores puntos de determinación de una compra es el precio, en donde la mayoría de los consumidores opta por productos económicos en donde no se vea tan afectado su bolsillo y otra de las grandes determinaciones que los lleva a auto medicarse es la atención en las entidades de salud que son más precarias y que algunos de los medicamentos no los cubre el POS.
- **Tendencia Cultural;** En lo social se tiene en cuenta que algunos de los consumidores a través del tiempo han generado múltiples opciones entre ellas ya se habla de productos homeópatas los cuales son elaborados con plantas las cuales según estudios brindan mejores resultados que los productos patentados, otra de las tendencias es la de la planificación familiar es la generación de una nueva cultura de parejas sin hijos.
- **Barreras especiales de ingreso**

En la actualidad las barreras de ingreso de nuevos laboratorios al país son muy pocas debido a los TLC los cuales en gran manera han afectado a empresas nacionales y por otra parte han traído empresas de otros países a invertir en el país lo cual ha sido de manera positiva.

- **Rivalidades existentes entre los competidores**

Una de las más representativas rivalidades es la de los precios y no solo en esta industria sino a nivel global. Debido a la llegada de productos farmacéuticos genéricos al mercado. Lo que ha obligado a los diferentes laboratorios a analizar sus altos costos en sus medicamentos.

- **Poder de negociación entre clientes y proveedores**

En la actualidad el poder de negociación entre los mismos es más abierto debido a la llegada de laboratorios extranjeros los cuales su materia prima es más económica lo que influye de manera directa en los costos de producción no son tan altos. Y en donde no se afecta al consumidor y ayudan a desaparecer los monopolios que se generan en los diferentes sectores económicos.

- **Rivalidades entre competidores**

En la actualidad es muy usual que se presente esta situación debido a la entrada de nuevos laboratorios al mercado y de igual manera los costos de producción en sus materias primas ya que son más económicas y por eso se produce la competencia desleal lo que afecta de manera directa a los comercializadores debido a que el margen de ganancia puede ser cada vez menor.

**2.2.5 Producto.** En el momento la empresa se dedica de manera directa a la comercialización de productos Farmacéuticos de tipo genérico en la ciudad de Cali, enfocada al producto en especial que son los métodos de anticonceptivos para mujer como lo es las pastillas de planificación entre ellas se encuentra los siguientes:

Cuadro 2. Medicamentos

Producto	Descripción
	<p><b>1.1 FEMELIN 25 / 5 MG CAJA CON 1 AMPOLLA RX</b></p>
	<p>Levonorgestrel 0.75 y 1.5 mg Excipiente, cbp 1 comprimido</p>
	<p>Acetato de medroxiprogesterona..... 25 mg Cipionato de estradiol..... 5 mg</p>
	<p>Noretisterona enantato 50 mg Estradiol valerato 5 mg Excipientes, c. s.p. 1 mL</p>

Fuente: los autores

Que es un anticonceptivo de emergencia que puede evitar el embarazo siempre que sea utilizado dentro de las 72 horas después del coito sin protección. Dicho producto es producido por laboratorios la Francol y de que en la actualidad es de gran consumo.

- Los factores de cuidado especial con el producto es que no se debe realizar consumo por más de dos pastillas al año debido a que genera efectos secundarios como el retraso del ciclo hormonal.
- Es de aclarar que este tipo de productos son de consumo previamente formulado que en la mayoría de tiendas farmacéuticas no se cumple tiende a variar su precio debido a que no se controla de manera directa su precio y menos su comercialización de manera responsable.

### **2.3 CLIENTES**

Entre los clientes potenciales se encuentran las mujeres desde los 14 años de edad, las cuales se deben tener en cuenta que no se tiene un gran conocimiento en temas de Sexualidad. Y de acuerdo con informe del Banco Mundial de datos en donde nos da un reporte de mayor consumo se presenta en mujeres que están entre los 15 a los 49 años de edad. Y los extractos económicos se encuentran



entre los extractos del 1 al 3 y de acuerdo con el informe de (Profamilia , 2016) en donde arroja los siguientes datos estadísticos.

Las características de este cliente final está reflejado en género femenino en donde es más frecuente el consumo de estos anticonceptivos, en referencia a la localización de dichos clientes de primera mano son las tiendas farmacéuticas en los extractos socio económicos del 1 al 3.

Tabla 2. Indicadores mortalidad y fecundidad

INDICADORES	TOTAL PAÍS	ZONA	
		URBANA	RURAL
<b>Mortalidad</b>			
<u>Mortalidad Infantil</u>			
Tasa de mortalidad neonatal	9.8	8.6	12.8
Tasa de mortalidad postneonatal	6.0	4.6	9.6
Tasa de mortalidad infantil <sup>1</sup>	15.8	13.2	22.4
Tasa de mortalidad postinfantil	3.0	2.1	5.1
Tasa de mortalidad de menores de 5 años <sup>2</sup>	18.7	15.3	27.3
Porcentaje de mujeres en unión a riesgo de concebir un hijo con riesgo elevado de mortalidad <sup>3</sup>	32.7	28.1	43.9
<u>Mortalidad adulta</u>			
Tasa de mortalidad de mujeres de 15 a 49 años para 6 años anteriores a la encuesta	1.3	ND	ND
Tasa de mortalidad de hombres de 15 a 49 años para 6 años anteriores a la encuesta	3.1	ND	ND
<b>Fecundidad</b>			
Tasa Global (Total) de Fecundidad (hijos por mujer) <sup>4</sup>	2.0	1.8	2.6
Promedio de hijos nacidos vivos en mujeres de 40-49 años (hijos por mujer)	2.7	2.5	3.7
Porcentaje de mujeres de 15 a 19 años madres o embarazadas del primer hijo	17.4	15.1	24.8
Porcentaje de mujeres de 13 a 19 años alguna vez embarazada	13.8	12.2	18.6
Porcentaje de hombres de 13 a 19 años con un hijo o más	1.5	1.4	1.9

Fuente: (Profamilia, 2018, p. 1)

La base de compra de los productos farmacéuticos de tipo genérico es la de los bajos precios para el cliente final, y porcentaje de rentabilidad para los comercializadores de los productos aún más para los mayoristas a los cuales por las grandes compras a los laboratorios obtienen descuentos favorables.

Uno de los más grandes intereses en la compra de los productos farmacéuticos es la de los precios asequibles a los diferentes extractos económicos los cuales generan competencia de manera directa a los laboratorios que en la actualidad venden sus productos de marca a precios no favorables teniendo en cuenta la tipología de los clientes y su poder adquisitivo.

## **2.4 COMPETENCIA**

Se realiza análisis respectivo en donde se observa la presencia de dos importantes comercializadoras como los Genetic y Negociemos, las cuales tienen músculo financiero que les permite realizar compras al por mayor de productos de alta rotación a otros proveedores lo que les permite tener una gran cartera y rotación de caja menor de manera positiva. Por otra parte, las anteriores mencionadas tienen una característica en particular es que no venden a clientes que realicen compra por menos de \$ 200.000 de lo anterior es una debilidad ya que un alto porcentaje de las droguerías de la ciudad no realizan compras tan altas.

En referencia a sus políticas de ventas se debe algunos solo realizan ventas a comercializadores de cierta cantidad en delante de lo contrario no venden.

Tienen capacidad de gran compra debido a que son mayoristas y esto les permite dominar el mercado y a sus clientes de fácil forma.

De acuerdo con la publicación del (tiempo, 2015) La compañía Tecnoquímicas se mantiene como la empresa líder en el sector exportador regional de la industria farmacéutica, alcanzando ventas superiores a los US\$21 millones en el 2013 y US\$22 millones durante el año pasado. Asimismo, para el periodo enero - abril del 2015 sus exportaciones ya alcanzaban los US\$5 millones, ocupando el tercer lugar después de las multinacionales BSN Medical y Laboratorios Baxter. Las compras generadas a estas marcas son por el reconocimiento a nivel nacional y sus productos de alta calidad. Esta marca está dirigida a toda la población pero en especial a los extractos más altos debido a los altos costos en cada uno de sus medicamentos teniendo en cuenta su clasificación.

Se puede lograr una fracción importante del mercado debido a que sus productos son de alto costo y que teniendo en cuenta la tipología de clientes teniendo en cuenta el poder adquisitivo.

Cuadro 3. Competencia

Empresa	Productos	Mercado
Comercializadora Negociemos	Variedad de productos farmacéuticos de tipo genéricos de laboratorios pequeños, tales como productos de la línea de antibióticos, antialérgicos, anticonceptivos y demás etc.	Pequeñas y grandes tiendas farmacéuticas en diferentes sectores de la ciudad de Cali.
Genetic Distribuciones	Variedad de productos farmacéuticos de tipo genéricos de laboratorios pequeños productos como antibióticos, antialérgicos, anticonceptivos y demás etc.	Pequeñas y grandes tiendas farmacéuticas en los diferentes sectores de la ciudad de Cali.

Fuente: Los autores

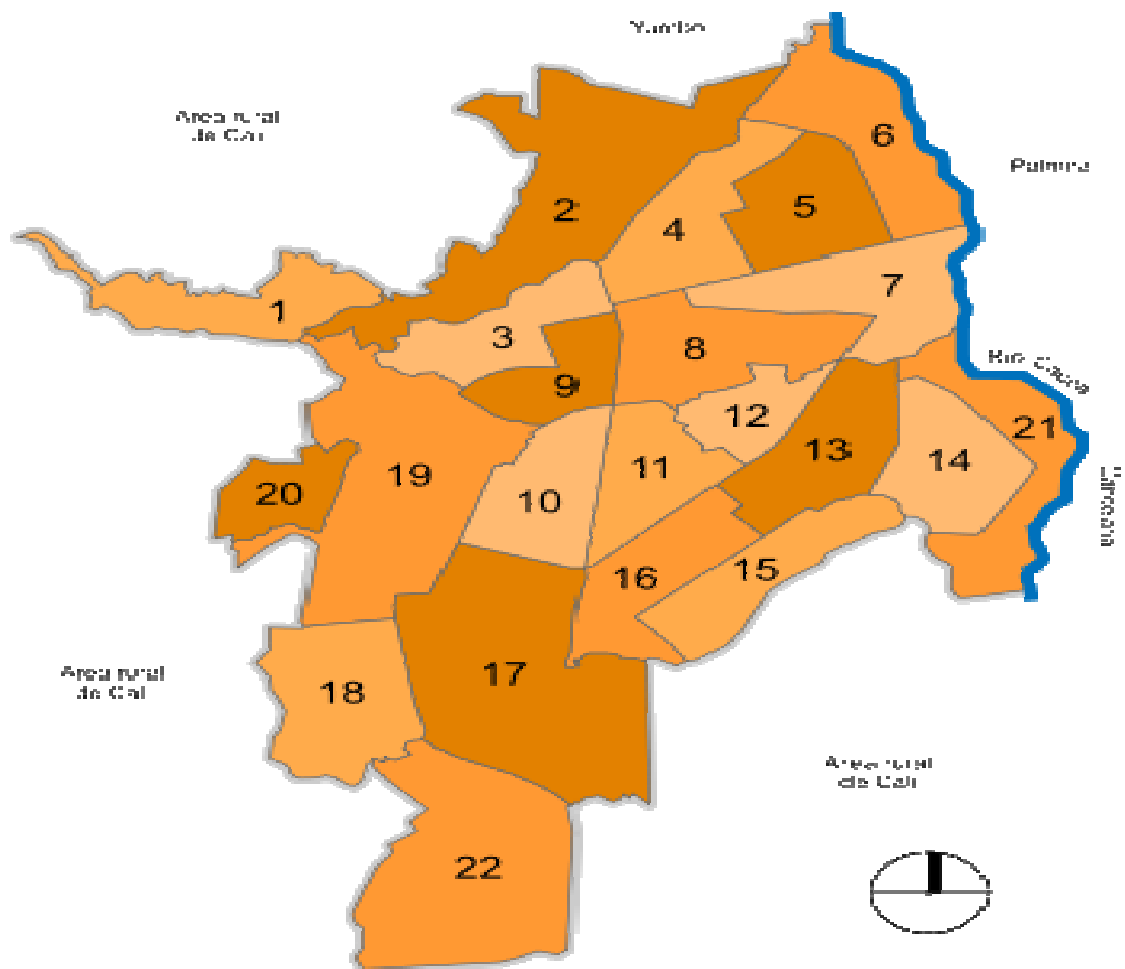
## 2.5 CLIENTES OBJETIVOS

Son todas las tiendas farmacéuticas ubicadas en Santiago de Cali, que se encuentren en los extractos del 1 al 3 inicialmente los cuales no determinan su compra en la marca del producto, en donde encontramos clientes finales los cuales no son de mayor poder adquisitivo y de mayor necesidad.

## 2.6 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS CLIENTES

Los clientes objetivos están ubicados en la zona norte y oriente de Santiago de Cali, en donde se encuentran las diferentes comunas las cuales se mencionan a continuación. En el norte donde se encuentran las comunas que van del 4 al 8, En el oriente las comunas que van de 13, 14,15 y 21.

Imagen 1. Comunas de Cali



Fuente: (SajoR, 2010, fig. 1)

## 2.7 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivos de la investigación

- Identificar la existencia de clientes en los estratos socio económico en las comunas 4, 5, 6, 7, 8 de la zona norte y en la zona oriente en las comunas 13, 14, 15, 22 de la ciudad de Cali.
- Identificar cuáles son las principales incidencias que impulsan a los clientes en la comprar productos farmacéuticos de tipo genérico.

A) Tipo de estudio: descripción y explicación

B) Técnica del estudio: Método estadístico con variables medibles. (Cuantitativo).

Técnica de recolección de datos: Censo

## 2.8 MODELO DE ENCUESTA

**2.8.1 Encuesta para estudio de viabilidad.** La presente encuesta se realiza con el objetivo de estudiar la viabilidad de creación de empresa comercializadora de productos farmacéuticos en la ciudad de Santiago de Cali. Se agradece su participación ya que la información nos ayudara a determinar posibles clientes del sector norte y oriente de la ciudad de Cali.

**2.8.2 Instrucciones.** Por favor lea atenta y cuidadosamente cada una de las preguntas y responda a las mismas con una "X"

1. ¿Cuenta con una droguería cerca a su hogar?
  - Si \_\_\_\_\_
  - No \_\_\_\_\_
  
2. ¿Compra sus productos farmacéuticos en droguerías?
  - Si \_\_\_\_\_
  - No \_\_\_\_\_
  
3. ¿Compra productos farmacéuticos de tipo genérico?
  - SI \_\_\_\_\_
  - NO \_\_\_\_\_
  - Algunas veces \_\_\_\_\_
  - Es indiferente \_\_\_\_\_
  
4. ¿Qué productos anticonceptivos utiliza?
  - Pastillas \_\_\_\_\_
  - Inyección \_\_\_\_\_
  - Pastillas de emergencia \_\_\_\_\_
  
5. ¿En el momento de la compra de productos anticonceptivos se fija en?
  - Precio \_\_\_\_\_
  - Marca \_\_\_\_\_
  
6. ¿utiliza productos anticonceptivos de emergencia?
  - Si \_\_\_\_\_
  - No \_\_\_\_\_
  
7. ¿con que frecuencia utiliza anticonceptivos de emergencia?
  - Una vez al mes \_\_\_\_\_
  - Más de una vez \_\_\_\_\_
  - Nunca \_\_\_\_\_

## 2.9 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Tabla 3. Cálculo de la demanda

Sí	63	63%	63	63%																				
No	37	37%	37	37%																				
Respuestas recogidas	100																							
No hay ningún filtro aplicado a los resultados de esta encuesta																								
<p><b>cuenta con Droguerías cerca a su hogar</b></p> <table border="1"> <caption>Data for 'cuenta con Droguerías cerca a su hogar'</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>63</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>37</td> </tr> </tbody> </table>					Respuesta	Cantidad	Sí	63	No	37	<p><b>compra productos en la droguería cerca a su hogar</b></p> <table border="1"> <caption>Data for 'compra productos en la droguería cerca a su hogar'</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>63%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>37%</td> </tr> </tbody> </table>				Respuesta	Porcentaje	Sí	63%	No	37%				
Respuesta	Cantidad																							
Sí	63																							
No	37																							
Respuesta	Porcentaje																							
Sí	63%																							
No	37%																							
<p><b>Droguerías</b></p> <table border="1"> <caption>Data for 'Droguerías'</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sí</td> <td>63%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>37%</td> </tr> </tbody> </table>					Respuesta	Porcentaje	Sí	63%	No	37%														
Respuesta	Porcentaje																							
Sí	63%																							
No	37%																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Análisis técnico</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Media</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Intervalo de confianza (95%)</td> <td>[2 - 2]</td> </tr> <tr> <td>Tamaño de la muestra</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>Desviación típica</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Error estandar</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>		Análisis técnico		Media	2	Intervalo de confianza (95%)	[2 - 2]	Tamaño de la muestra	100	Desviación típica	0	Error estandar	0	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Conclusiones destacadas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>La opción mas elegida fue "No".</td> <td></td> </tr> <tr> <td>La opción menos elegida fue "Sí".</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			Conclusiones destacadas		La opción mas elegida fue "No".		La opción menos elegida fue "Sí".			
Análisis técnico																								
Media	2																							
Intervalo de confianza (95%)	[2 - 2]																							
Tamaño de la muestra	100																							
Desviación típica	0																							
Error estandar	0																							
Conclusiones destacadas																								
La opción mas elegida fue "No".																								
La opción menos elegida fue "Sí".																								

Fuente: Los autores



Tabla 4. Aceptación productos

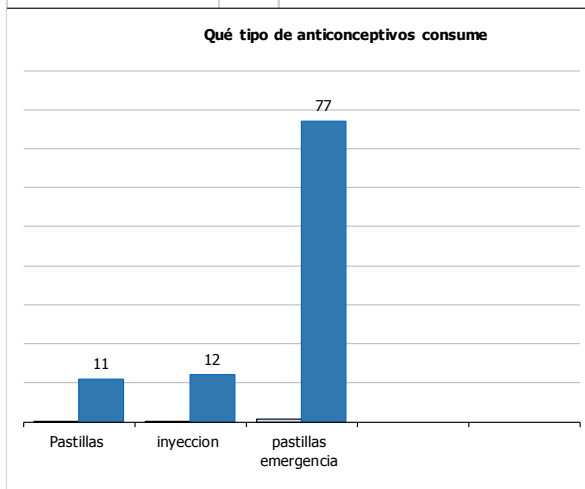
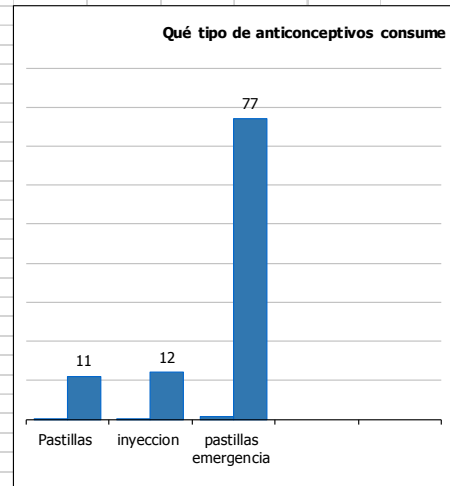
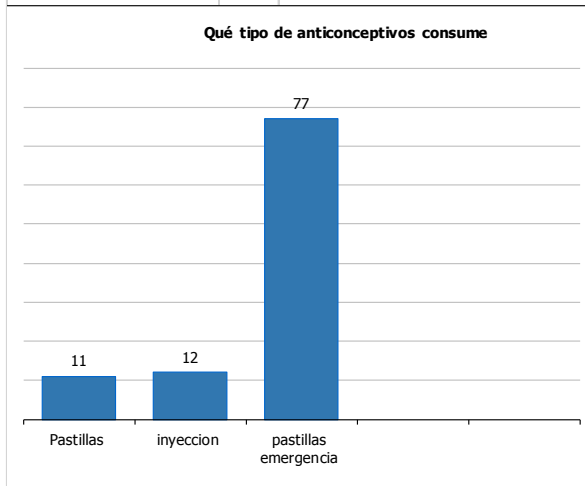
Sí	72	72%	72	72%						
No	28	28%	28	28%						
Respuestas recogidas	100									
No hay ningún filtro aplicado a los resultados de esta encuesta										
<p>compra medicamentos de tipo generico</p> <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Cantidad</th></tr> <tr><td>Sí</td><td>72</td></tr> <tr><td>No</td><td>28</td></tr> </table>					Respuesta	Cantidad	Sí	72	No	28
Respuesta	Cantidad									
Sí	72									
No	28									
<p>compra medicamentos de tipo generico</p> <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Cantidad</th></tr> <tr><td>Sí</td><td>72</td></tr> <tr><td>No</td><td>28</td></tr> </table>					Respuesta	Cantidad	Sí	72	No	28
Respuesta	Cantidad									
Sí	72									
No	28									
<p>compra medicamentos de tipo generico</p> <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Cantidad</th></tr> <tr><td>Sí</td><td>72</td></tr> <tr><td>No</td><td>28</td></tr> </table>					Respuesta	Cantidad	Sí	72	No	28
Respuesta	Cantidad									
Sí	72									
No	28									
<b>Análisis técnico</b>		<b>Conclusiones destacadas</b>								
Media	1	La opción mas elegida fue "Sí".								
Intervalo de confianza (95%)	[1 - 2]									
Tamaño de la muestra	100									
Desviación típica	0	La opción menos elegida fue "No".								
Error estandar	0									

Fuente: Los autores

Tabla 4. Uso de métodos anticonceptivos

Pastillas	11	11%	11	11%
inyeccion	12	12%	12	12%
pastillas emergencia	77	78%	77	78%
Respuestas recogidas	99			

No hay ningún filtro aplicado a los resultados de esta encuesta

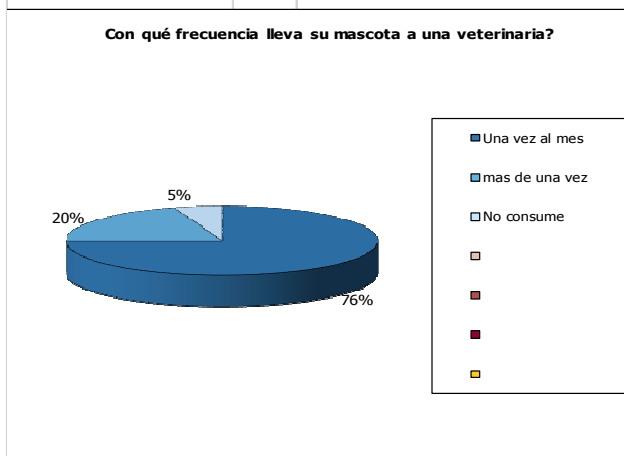
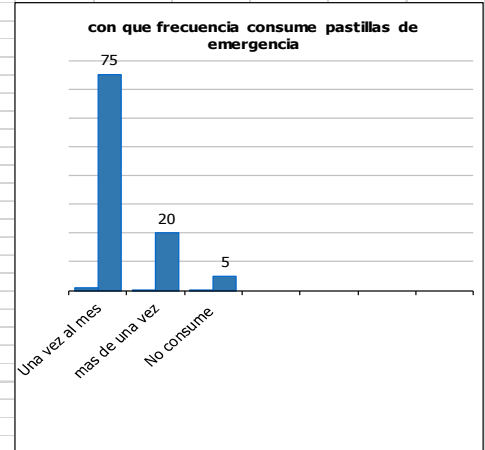
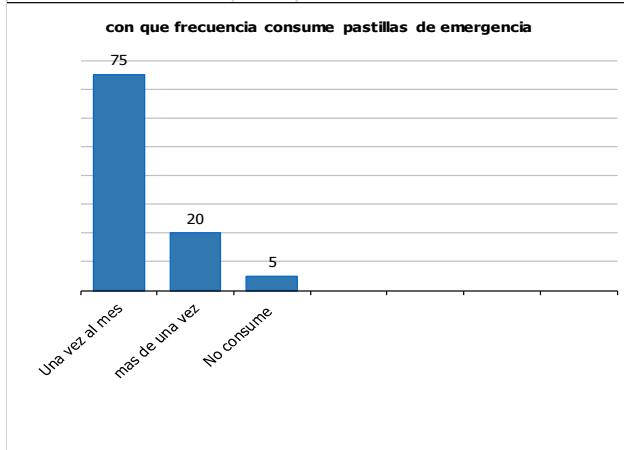


Análisis técnico	Conclusiones destacadas
Media	2 El "90%" eligieron:
Intervalo de confianza (95%)	[ 2 - 2 ] Perro
Tamaño de la muestra	99 Gato
Desviación típica	1 La opción menos elegida representa el "5%":
Error estandar	0 Peces

Fuente: Los autores

Tabla 5. Frecuencia de consumo de pastillas de emergencia

Una vez al mes	75	76%	75	76%
mas de una vez	20	20%	20	20%
No consume	5	5%	5	5%
Respuestas recogidas	99			
No hay ningún filtro aplicado a los resultados de esta encuesta				



Análisis técnico	Conclusiones destacadas
Media	4
Intervalo de confianza (95%)	[3 - 4]
Tamaño de la muestra	99
Desviación típica	2
Error estandar	0

Fuente: Los autores

Cuadro 4. Canales de distribución

Empresa	Venta	Distribución	Canales de marketing
<b>Negociemos</b>	Página	Valle	E-mail marketing
	Web		Facebook
	Local		letreros, paneles, carteles, afiches,
	Correo electrónico		folletos, catálogos, volantes,
	Presencial		tarjetas de presentación, calendarios y otros instrumentos publicitarios.
<b>Genetic Distribuciones</b>	Página	Nacional	E-mail marketing
	Web		Facebook
	Correo electrónico		letreros, paneles, carteles, afiches,
	Presencial		folletos, catálogos, volantes,
			tarjetas de presentación, calendarios y otros instrumentos publicitarios.

Fuente: Los autores

En la actualidad la capacidad financiera está ligada a la conformación de la sociedad y a la necesidad de realizar un préstamo a banco de libre inversión buscando la tasa de interés más conveniente para el proyecto.

En la actualidad una de las marcas líderes en medicamentos es la francol laboratorio reconocido a nivel mundial que se encuentra dentro de un crecimiento constante y que a través del tiempo se ha consolidado en el mercado de lo que se debe tener en cuenta el costo de los medicamentos ofertados, en relación de las otras empresas las cuales solo unas producen pero no tienen el alcance dentro del mercado como otras y se considera actualmente como medianas empresas ya que no tienen el alcance de la marca líder en el mercado.

## **2.10 TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL**

Actualmente el mercado objetivo se encuentra ubicado en el sector norte y oriente de la ciudad de Santiago de Cali, que se encuentran entre los extractos socio económicos del 1 al 3 y se enfocaran a las droguerías ya que es el mercado clave para la comercialización de productos farmacéuticos de tipo genérico. Actualmente de acuerdo con cifras emitidas por el (el país , 2015) en donde informa que en la ciudad de Santiago de Cali 734 Droguerías.

- Tamaño del mercado del proyecto

Actualmente se tiene determinado llegar a las diferentes droguerías que se encuentran ubicadas en los barrios de extractos 1 al 3 con el fin de ir fidelizando a cada uno de los pequeños comerciantes o dueños de las Droguerías.

**2.10.1 Política de venta de la Competencia.** Aquellas empresas que se mueven en el mercado de la comercialización de productos farmacéuticos de tipo genérico presentan las siguientes condiciones para la venta a minoristas, grandes y pequeñas tiendas Farmacéuticas.

- Compra de mercancía de contado.
- Compras superiores a \$ 300.000 (mcte).
- No aceptan devoluciones por fechas de vencimiento.
- No venden a cliente final.

**2.10.2 Tamaño Mercado.** El tamaño del mercado es la parte esencial del plan de negocio el cual se propone ya que del mismo depende la viabilidad del negocio y la rentabilidad que genere para la misma lo que con lleva a la utilidad a la que aspiran los diferentes dueños o en su defecto los socios. Para ello se determina realizar su mayor concentración en los extractos socioeconómicos entre las tiendas farmacéuticas que se encuentran yacentes entre los extractos del 1 al 3 los cuales se tiene en cuenta que su poder adquisitivo no es el mejor y donde existe la mayor tasa de desempleo actual.

Teniendo en cuenta algunas de las políticas de venta de la competencia en donde solo venden a comercializadores a partir de ciertos montos y que se entrara a comercializar de manera directa sin poner montos a comprar a las tiendas farmacéuticas esto con la finalidad inicial de captar clientes.

En referencia al precio previsto de comercialización se entrara en el mercado con los precios que estable algunos de los competidores en algunos de los productos y a fin de obtener un margen de rentabilidad de al menos el 10% en cada uno de los productos inicialmente.

**2.10.3 Estrategia de Venta.** En referencia a la estrategia de venta lo que se pretende es mediante el servicio al cliente llegar a las droguerías y adquirir nuevos clientes con el fin de iniciar de manera rápida una cartera y con flujo de caja positivo, para ello se realizara la contratación de personal que tenga conocimiento en la venta de productos farmacéuticos de tipo genérico.

**2.10.4 Estrategia promocional.** Se debe tener en cuenta que la publicidad y otros medios son de suma importancia debido a que se debe dar a conocer los productos de manera oportuna y que se han muy visibles al consumidor con el fin de que las droguerías obtengan mayor información de los productos ofertados, en donde se tendrá en cuenta los productos que tengan mayor rotación los cuales se realizará descuentos después de ciertos montos incentivando al cliente la compra influenciada de ciertas cantidades. Por otra parte

Se tendrá en cuenta la venta de productos por las redes sociales tales como Facebook, Twitter, Instagram entre otras que en la actualidad influyen de manera directa en los diferentes clientes, las buenas relaciones ayudan a fortalecer el índice de ventas.

**2.10.5 Estrategia de distribución.** Dentro del mercado actual teniendo en cuenta que los clientes se encuentran en el sector norte y oriente de la ciudad se tiene determinado ubicar la empresa en el sector norte lo que permitirá fácil desplazamiento de la persona encargada de entregar los despachos y que el cliente que desee recoger su mercancía sea de fácil acceso. Uno de los factores diferenciadores en la distribución es que será la entrega de los productos

**2.10.6** Inmediata por tal motivo se dotaran a los encargados de domicilios una bodega móvil la cual se podrá adaptar a la motocicleta.

## **2.11 POLÍTICAS DE SERVICIO**

Las políticas que crea una empresa son aquellas que de manera directa le informan a los clientes que espera de la organización a contratar con el objetivo de generar valor al servicio de manera directa de igual forma le permite al cliente realizar de manera directa realizar recomendaciones o sugerencia de los productos o servicios ofertados con el objetivo de establecer planes de mejora continua con el fin de prestar un servicio de calidad. Por otra parte les permite crecer desde todos los ámbitos llegando al posicionamiento de la marca que es lo más representativo dentro del mercado que es el reconocimiento de manera puntual desde lo positivo, Que de una u otra forma traen clientes debido a los referidos de los clientes actuales.



## **2.12 TÁCTICAS DE VENTAS**

Se contara personal con amplio conocimiento en ventas de productos farmacéuticos con el objetivo de dar cumplimiento a los presupuestos de ventas debidamente planteados apoyados en la capacitación constante del personal lo que permite una enseñanza permanente de cada uno de los colaboradores generando incentivos.

- Atención al cliente
- Reconocimiento publico
- Comunicación asertiva

Cada una de las tácticas planteadas se llevara a cabo de la mano de cada uno de los involucrados dentro de la organización los cuales se tendrán en cuenta en su desempeño diario y los cuales se realizaran reconocimiento económico porcentual de acuerdo al cumplimiento en ventas durante el mes.

## **2.13 PLANES DE CONTINGENCIA**

Se debe tener en cuenta que se entiende por contingencia a todas las acciones secundarias planeadas previamente como alternativas en caso de que se materialice determinado riesgo de cualquier índole que pueda representar pérdidas para la organización.

Cuadro 5 . Análisis del Micro entorno

Fuerza Competitiva	Calificación	Empresa Comercializadora De Productos Farmacéuticos CONFIFARMA
Poder de negociación de los clientes	Alto	El poder de negociación entre los clientes y consumidores es la manera que los clientes oferten de manera directa los diferentes productos.
Poder de negociación de los proveedores	medio	El poder de negociación de los proveedores es reciproco debido a la competencia del mercado y con el fin de minimizar la competencia desleal.
Amenaza de nuevos competidores	Media	Debido al ingreso de nuevos laboratorios en donde se desconocen las diferentes patentes y demás productos que se comercializan.
Amenaza de productos sustitutos	Baja	En el momento es mínima debida que son estos productos genéricos los sustitutos de los de marca.
Rivalidad entre competidores	Alta	Actualmente las rivalidades son mayores debido a la competencia desleal de los mayoristas en donde se debe tener en cuenta que algunos como política no realizan venta a cliente final.

Fuente: los autores

Cuadro 6. Análisis de la empresa

	BARRERAS DE ENTRADA	DEBILIDAD	--	-		+	+	FORTALEZA
<b>AMENAZA DE COMPETIDORES POTENCIALES</b>	Musculo financiero	pequeño				x		Alta
	Descuentos	pequeño				x		Alta
	Registro invima	grande	x					Baja
<b>RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES</b>	Múltiples marcas	pequeño				x		Alta
	Diversidad de competidores	pequeño	x					Baja
	Barreras de salida							
	Normativas legales	pequeño				x		Alta
<b>PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES</b>	Variación en precios							
	Productos de alta rotación	pequeño	x					Baja
	Información de tiendas farmacéuticas	grande	x					Baja
<b>PODER DE NEGOCIACIÓN PROVEEDORES</b>	Múltiples proveedores	grande					x	Alta
	Descuentos a productos	grande	x					Baja

Fuente: Los autores

La justificación del precio es la manera que se pretende comprar volumen determinante y obtener un precio factible y así mismo vender a las tiendas farmacéuticas generando una gana gana, sin que se pierda la empresa. Una de las ventajas que se comprenden es la de la entrega inmediata uno de los factores diferenciadores en la empresa. Los descuentos que se plantean ofrecer solo a las ventas que se realicen de contado en un 10 % de descuentos y descuentos a compras superiores a los \$ 500.000(mcte) en compra de mercancía de varios productos.

Las tasas de crecimientos de los productos se realizaran sustanciales teniendo en cuenta al movimiento en el mercado con el fin de no entrar en competencia desleal y que se puedan sostener y a la vez conservar los clientes adquiridos.

### **3 ESTUDIO TÉCNICO**

#### **3.1 PROCESO DEL SERVICIO**

El objetivo principal del estudio técnico es el de analizar y determinar el tamaño, la localización, las instalaciones y los equipos necesarios para la realización del proyecto.

Este permite responder a preguntas como a donde, cuanto, cómo y con que se realizara el proyecto.

La determinación del tamaño óptimo para el proyecto teniendo en cuenta que la ocupación será la distribución de medicamentos genéricos al por menor, por lo que el tamaño es igual a los fármacos disponibles para la venta, representado su volumen en pesos de acuerdo a la demanda y oferta proyectadas en el estudio de mercado, teniendo en cuenta la vida útil del proyecto.

La oferta mensual del proyecto durante su vida útil tendrá un costo promedio del 60% ya que los laboratorios venden con un descuento promedio del 40% de acuerdo con promedio de compra.

La localización del proyecto estará ubicado en la zona norte de la ciudad de Cali en el barrio salomia, debido a la cercanía de los proveedores mayoristas lo que permite el corto desplazamiento.

En referencia al análisis de costo es fundamental a la realización del proyecto en donde se tendrán en cuenta la adquisición de los siguientes suministros los cuales se requieren para ofrecer los medicamentos a los clientes finales en las droguerías.

Y por último en el aspecto psicosocial en donde se identifica que la mayor población afectada en los casos de embarazos a temprana edad se presenta en las sociedades más vulnerables en donde la incidencia por falta de educación y

por otra parte el poder de acceder a productos farmacéuticos de planificación es una de las agravantes que genera un aumento significativo de natalidad antes de la mayoría de edad, que con lleva no solo a esta problemática si no también otras problemáticas como lo son las mujeres cabeza de hogar y así mismo la capacidad de que cada persona tome su rol al interior de una sociedad.

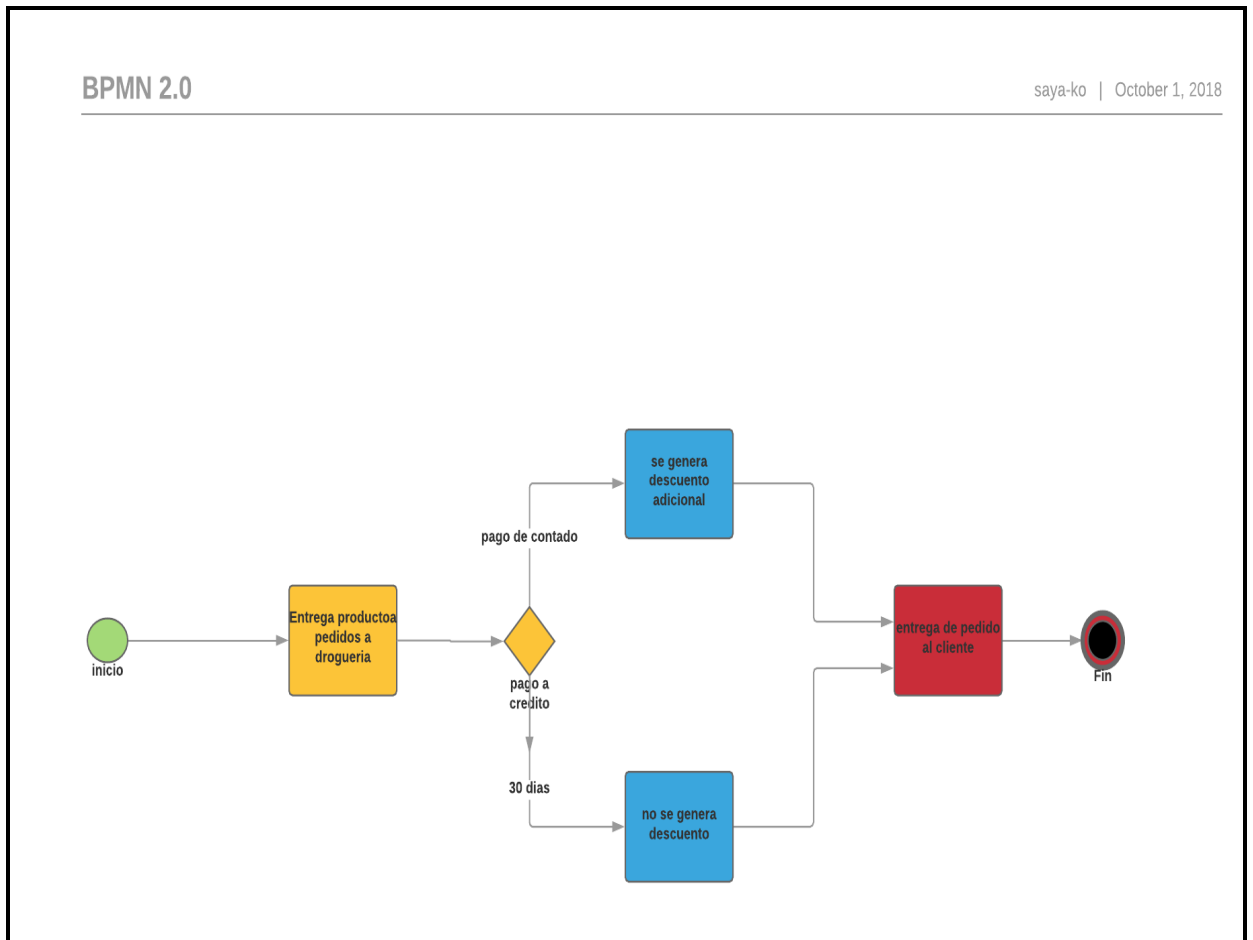
Por lo tanto la idea de comercialización de productos farmacéuticos de tipo genérico en clasificación, anticonceptivos entre otros los cuales son de alto consumo entre la sociedad en general y no solo productos de que permiten una sexualidad segura y sin repercusiones en materia de salud sino también en el desarrollo de la persona desde lo personal sino también en lo económico lo cual es aún más directo ya que un embarazo indeseado por cualquiera que fuesen los motivos genera una reacción de manera inmediata en cualquier núcleo familiar y que decir de las personajes principales los cuales aún dependen de sus padres en donde los mismos deben asumir otro tipo de posturas ante la situación a enfrentar con el fin apoyar a las partes involucradas, por ende por esa misma razón se piensa en la comercialización de medicamentos farmacéuticos en la clasificación de los anticonceptivos.

## 3.2 DIAGRAMA DE PLANES Y DESARROLLO

A continuación se presenta diagrama y plan de desarrollo en el tiempo.

### 3.2.1 Distribución de productos.

Grafica 1. Distribución de productos



Fuente: Los autores

### 3.3 MAQUINARIA Y EQUIPOS REQUERIDOS

La maquinaria y equipos requeridos para llevar a cabo la operación de venta y distribución de los productos farmacéuticos de tipo genérico en la ciudad de Santiago de Cali.

Tabla 6. Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
COMPUTADOR	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
IMPRESORA	1	\$ 400.000	\$ 400.000
CAJA REGISTRADORA	1	\$ 500.000	\$ 500.000
ESCRITORIO	3	\$ 200.000	\$ 600.000
SILLA ESCRITORIO	3	\$ 150.000	\$ 450.000
ESTANTERÍAS	8	\$ 250.000	\$ 2.000.000
TOTAL			\$ 5.450.000

Fuente: los autores

### 3.4 LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

La empresa se ubicara en el sector norte de Santiago de Cali, en el barrio salomia en un local de 30 metros cuadrados y que cuyo alquiler será de un valor aproximado de \$ 400.000 (mcte) este local contara con todos sus servicios domiciliarios tales como agua, energía, alcantarillado

### 3.5 POLÍTICA DE INVENTARIOS

Se mantiene un stock de inventario de cada uno de los productos ofertados con el fin de abastecer a cada uno de los clientes en el menor tiempo posible, esto con el fin de garantizar la utilidad de la empresas de igual manera se tendrá en cuenta la compra de la mercancía a los proveedores mayoristas esto con la finalidad de



obtener el descuento acordado por los montos comprados en cada uno de los pedidos.

### **3.6 COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS**

Para la comercialización y dar a conocer cada uno de los productos se utilizara medios tecnológicos como lo son en la actualidad los dispositivos Tablet las cuales permiten mostrar los productos de manera directa y más atractiva y practica a cada uno de los clientes, impactar e incidir en la decisión de compra de cada uno de los clientes.

### **3.7 METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO DE LA INGENIERÍA DEL PROYECTO**

A continuación, se relacionan los métodos para el estudio.

**3.7.1 Definir ámbito del proyecto.** El proyecto se en marca en la comercialización de productos farmacéuticos de tipo genérico en los diferentes clientes objetivos que son las diferentes droguerías ubicadas en el norte y oriente de la ciudad de Santiago de Cali, para ello se requiere de una operatividad clara la cual permita entregar los diferentes pedidos a cada uno de los clientes y adquirir confianza en cada una de las droguerías quienes como se manifestó anteriormente son los clientes potenciales.

**3.7.2 Conocer el tamaño del proyecto.** Este proyecto está dirigido a la comercialización de productos farmacéuticos de tipo genérico en las diferentes

droguerías de los estratos del 1 al 3, esto con la finalidad de llegar a aquellos mercados que tienen bajo poder adquisitivo con el fin de satisfacer dicho mercado.

Para la realización del proyecto se deben estimar ciertos costos los cuales permitirán de manera directa evaluar la viabilidad del mismo teniendo como uno de los objetivos la generación de un margen de rentabilidad y minimizar el riesgo de pérdida.

### **3.8 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

El local cuenta con área aproximada de 50 metros cuadrados los cuales serán distribuidos de la siguiente forma.

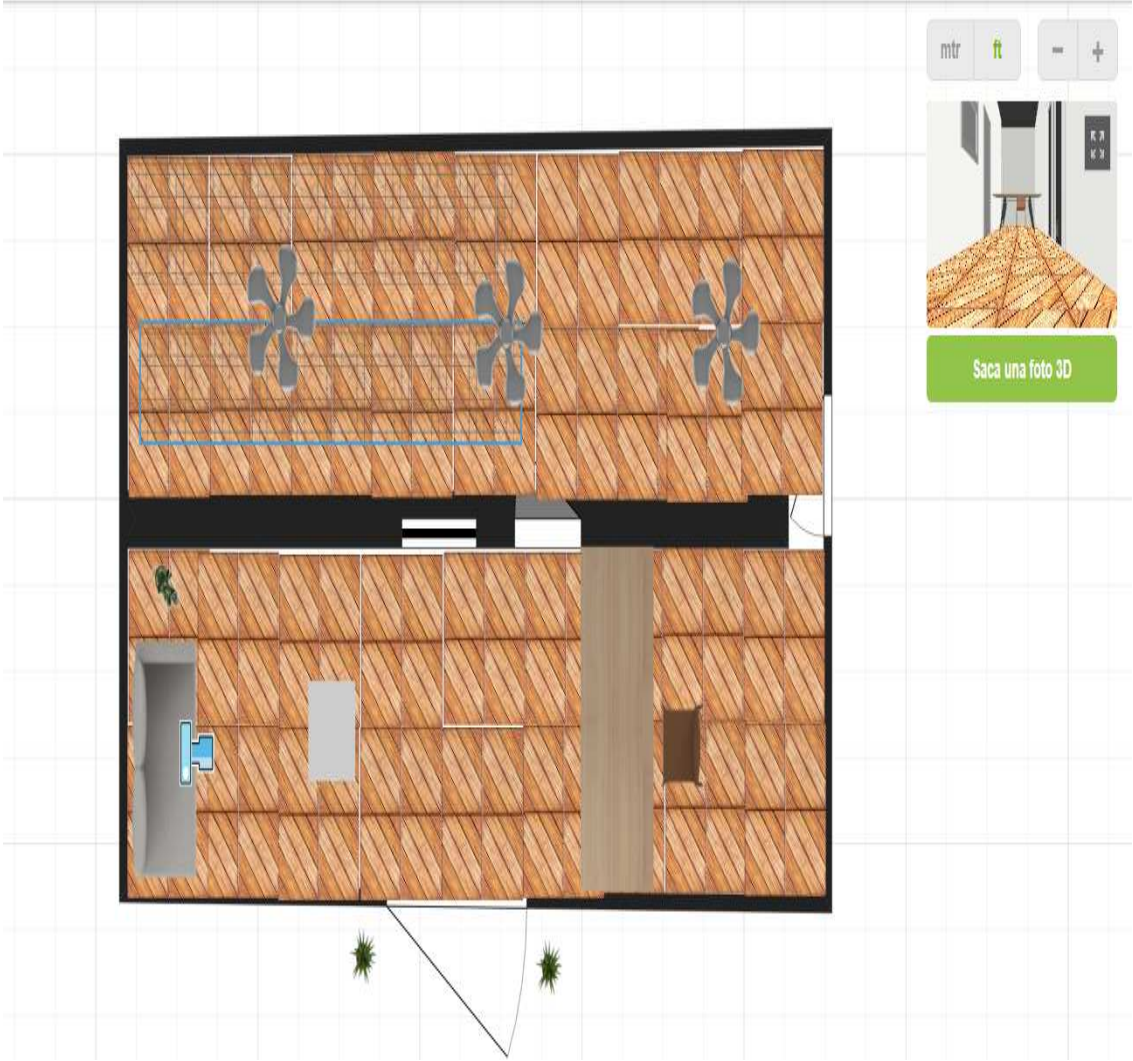
El personal con que se iniciara la empresa, será una secretaria, contador, mensajero.

### **3.9 MECANISMOS DE CONTROL**

Con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad se tendrá en cuenta como promesa de valor será la de la entrega de manera inmediata los pedidos, teniendo en cuenta cada una de las necesidades que presentan en la actualidad las droguerías esto con la finalidad de garantizar un servicio óptimo y diferenciador.

### 3.10 DISTRIBUCION DEL LOCAL

Imagen 1. Ilustración del local



Fuente: Los autores

### 3.11 TECNOLOGÍA

Se presentan los diferentes equipos electrónicos los cuales se permitirán un mayor desempeño en cada uno de los procesos a desarrollar dentro de la organización.

### 3.12 EQUIPOS TECNOLOGICOS

Cuadro 2. Equipos y enseres

Descripción	Características
Internet y telecomunicaciones	Banda ancha de velocidades de 5 Megas, y servicios como el Teléfono Virtual, Buzón de Mensajes, consulta y controla tu línea donde te encuentres. (Claro Colombia)
Computador	MacBook Air Intel Core i5 APPLE Processor Intel Core i5 Intel HD Graphics 6000 Almacenamiento en flash Hasta 9 horas de duración de la batería1 (modelo de 11 pulgadas) Hasta 12 horas de duración de la batería1 (modelo de 13 pulgadas) Wi-Fi 802.11ac Trackpad Multi-Touch
Impresora	Mult.8610+2cart950xl S HEWLETT PACKARD Pantalla tactil, Duplex, Wi-Fi, E-print.
Teléfono	Teléfono Panasonic Kx-Tgc212 Identificador y Contestador de Llamadas. Idioma de LCD: español. Capacidad para varios auriculares: Hasta 6 auriculares. Bajo consumo de energía o Modo Eco inteligente.

Fuente: Los autores

## 4 4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

### 4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Estudio de viabilidad de idea de negocio de la comercializadora de productos farmacéuticos de tipo genérico en la ciudad de Cali, con el objetivo principal de llegar al segmento del mercado que se encuentra ubicado en la zona norte y oriente aquellos estratos que se encuentran entre el 1 al 3 los cuales no son de gran poder adquisitivo. Con motivo en el presente capítulo organizacional y legal se conocerán los perfiles y responsabilidades, aquellas que se tendrán en cuenta en el momento de realizar cualquier tipo de contratación en cada uno de los cargos a ocupar.

**4.1.1 Misión.** Somos una empresa caleña dedicada a la comercialización de productos farmacéuticos anticonceptivos de tipo genérico la cual busca posicionarse en el mercado a nivel regional, entregando a cada uno de los hogares a través de las droguerías productos confiables.

**4.1.2 Visión.** En el 2020 seremos una de las empresas líderes en la comercialización de productos farmacéuticos anticonceptivos de tipo genérico en la ciudad de Cali.

**4.1.3 Valores Corporativos.** A continuación se realiza la presentación de cada uno de los valores corporativos de la comercializadora CONFIFARMA.

- **Trabajo en equipo;** constituye a uno de los valores importantes dentro de la organización debido a que genera un clima laboral agradable dentro de la organización de manera positiva, a través de una comunicación asertiva.

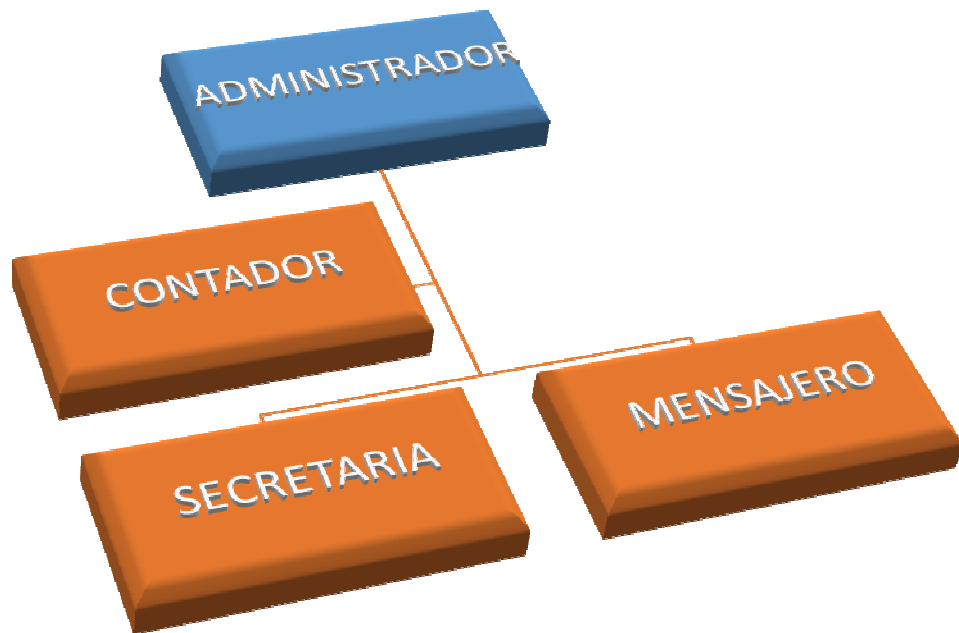
- **Respeto;** hace parte del diario vivir en donde se debe tener en cuenta ya que del mismo depende la interrelación entre todos y facilita la convivencia y el trabajo mutuo dentro de la organización.
- **Honestidad;** es uno de los valores más representativos que permite construir una cultura organizacional y permite corresponder de manera transparente a nuestros clientes.

**4.1.4 Filosofía de trabajo.** La filosofía de trabajo que los profesionales y la empresa de manera directa establezcan metas con el fin de alcanzar dichos objetivos estratégicos de la organización, en donde se deben tener en cuenta ciertos pasos como lo es el bien ser, actuar con honestidad y sinceridad.

**4.1.5 Competencias organizacionales.** Dentro de la organización comercializadora de productos farmacéuticos de tipo genérico en la ciudad de Santiago de Cali, se destaca el desarrollo de competencias técnicas las cuales le permiten al colaborador interactuar constantemente con las diferentes áreas de la organización lo que permite el cumplimiento eficiente de cada una de sus obligaciones.

## 4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Grafica 2. Organigrama



Fuente: Los autores

La anterior estructura organizacional de la empresa comercializadora de productos farmacéuticos de tipo genérico se presenta de una manera básica debido a la necesidad que se presenta inicial debido al nacimiento de la misma y que su operación inicial no requiere de mayor personal a los cargos anteriormente presentados. Teniendo en cuenta que cada uno de los cargos anteriormente presentados tiene diferentes roles de alta importancia dentro de la empresa.

**4.2.1 Procesos operativos.** La empresa comercializadora de productos farmacéuticos de tipo genérico en la ciudad de Santiago Cali. Con la finalidad de vender productos farmacéuticos a las diferentes droguerías en los estratos socioeconómicos llegando a los diferentes clientes finales que no cuentan con

suficiente poder adquisitivo para la compra de productos farmacéuticos de marca por sus altos costos.

- **Administrador:** persona encargada de la presentación de los diferentes presupuestos y de dar cumplimiento a los mismos, implementar diferentes estrategias las cuales permitan generar utilidad del negocio y reducir a través de su conocimiento y experiencia riesgos asociados a pérdidas garantizando confianza en la gestión realizada.
- **Contador:** persona encargada de la contabilidad de la empresa por medio de sistema contable. En donde se tiene en cuenta el conocimiento que le permitirá generar respectivos informes contables presentados al administrador con los que le permitirá tomar diferentes decisiones de gran importancia al interior de la empresa.
- **Secretaria:** persona encargada de realizar las diferentes funciones entre ellas la entrega y manejo de los inventarios, realizar pagos a proveedores entre otros.
- **Mensajero:** persona encargada de realizar la entrega de los pedidos en cada uno de las droguerías, manejo de dinero entre otras actividades.



Cuadro 7. Descripción cargo administrador

<b>Nombre del puesto</b>		ADMINISTRADOR	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>			
Realizar los debidos procedimientos necesarios para la ejecución de las labores planteadas y realizar el alcance de los diferentes objetivos de la comercializadora.			
<b>FUNCIONES DEL PUESTO</b>			
<b>Principales tareas a realizar</b>			
<p>Verificación de flujo de caja</p> <p>Revisión de informes contables</p> <p>Implementar diferentes estrategias de ventas</p>			
<b>COMPETENCIAS</b>			
<b>Orientación a los resultados</b>		Garantizar de manera clara y oportuna la marcha de los diferentes proyectos que se planteen en pro de la mejora continua.	
<b>Liderazgo</b>		Capacidad de realizar llevar a cabo los objetivos planteados al interior de la empresa.	
<b>REQUISITOS</b>			
<b>Educación</b>			
<b>Superior</b>		Administrador de empresas	
<b>Experiencia requerida</b>			3 años
<b>Capacitación complementaria</b>			
Direccionamiento estratégico, comunicación asertiva.			
<b>RESPONSABILIDADES</b>			

Responsabilidad sobre bienes	X		
Manejo de confidencialidad	X		
Buenas relaciones publicas	X		
<b>MEDIOS</b>			
Manejo de herramientas ofimáticas.			
<b>ESFUERZO</b>			
<b>ESFUERZO MENTAL</b>		<b>ESFUERZ O FÍSICO</b>	
Tareas que requiere mayor esfuerzo mental o físico.		<b>Posición del cuerpo</b>	<b>Tipo de trabajo</b>
		<b>Porcent aje del día</b>	
Cargo requiere mayor esfuerzo físico que mental		De Pie	Supervisando
			20%
cargo requiere más esfuerzo mental que físico	X	Sentado	Administrativo
			80%
<b>TIEMPO</b>			
Horario de acuerdo a lo pactado.		Lunes a viernes de 8 am a 5 pm	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>			
<b>Ambiente físico</b>		<b>Porcent aje</b>	
Oficinas		60%	
Explora nuevos mercados		40%	

Fuente: Los autores

Cuadro 8. Descripción de cargo Contador

<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>		
<b>Nombre del puesto</b>		CONTADOR
<b>FUNCIONES DEL PUESTO</b>		
<b>Principales tareas a realizar</b>	<b>Conocimientos requeridos por el personal</b>	<b>Habilidades y destrezas requeridas</b>
Llevar la contabilidad de la empresa	Conocimientos contables.	Liderazgo
Realización de nomina	Manejo de herramientas office maticas	Toma de decisiones
Elaboración de los diferentes balances	Manejo de personal	Redacción de informes contables
<b>COMPETENCIAS</b>		
<b>Orientación a los resultados</b>	Capacidad para liderar procesos y demás.	
<b>Liderazgo</b>	Toma de decisiones y comunicación asertiva.	

<b>REQUISITOS</b>			
<b>Educación</b>			
<b>Superior</b>	Profesional En Contaduría		
<b>Experiencia requerida</b>			De 2 a 3 años
<b>Capacitación complementaria</b>			
Manejo de software contables			
<b>RESPONSABILIDADES</b>			
Responsabilidad sobre terceros	X		
Manejo de la confidencialidad	X		
Muy buena interacción con relaciones publicas			
<b>MEDIOS</b>			
Uso de equipos de oficina. Computadores, faxes, teléfonos, fotocopiadoras			
<b>ESFUERZO</b>			
<b>ESFUERZO MENTAL</b>	<b>ESFUERZO FÍSICO</b>		
cargo donde requiere más esfuerzo mental que físico	<b>Posición del cuerpo</b>	<b>Tipo de trabajo</b>	<b>Porcentaje del día</b>
El cargo requiere esfuerzo mental promedio	De Pie	Supervisando	20%
El cargo requiere más esfuerzo mental que físico	Sentado	Administrativo	80%
<b>TIEMPO</b>			
Horario de acuerdo a lo pactado (Prestación de servicios)		Lunes a viernes de 8 am a 5 pm	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>			

Ambiente físico	Porcentaje
Oficinas	90%
Archivos	10%

Fuente: Los autores

### Cuadro 9 Descripción de cargos secretaria

Nombre del puesto	SECRETARIA
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Desarrollará labores administrativas orientadas a la redacción de informes parciales, cartas y demás requerimiento o solicitud realizada por parte del administrador.	
<b>FUNCIONES DEL PUESTO</b>	
<b>Principales tareas a realizar</b>	
Realizar solicitudes requeridas por el administrador.	Cumplir a cabalidad cada una de las solicitudes generadas por el administrador
Ejecutar diferentes requerimientos por parte del administrador.	Cumplir con cada una de las normas y directrices por parte de la compañía.
Presentación detallada de eventualidades presentadas	Elaboración de las tareas requeridas por parte de la compañía.
<b>COMPETENCIAS</b>	
<b>Orientación a los resultados</b>	Capacidad de ejecutar de manera eficiente y eficaz cada una de las actividades.

<b>Liderazgo</b>	Capacidad de generar propuestas alternativas que le permitan aportar al desarrollo de la organización.	
<b>REQUISITOS</b>		
<b>Educación</b>		
<b>Básico</b>	Tecnólogo en áreas afines de la administración.	
<b>Experiencia requerida</b>	2 a 3 años	
<b>Capacitación complementaria</b>		
Organización, responsabilidad, buenas relaciones interpersonales, tolerancia.		
<b>RESPONSABILIDADES</b>		
Presentación de manera eficiente y eficaz solicitudes requeridas.	X	
Realización de las actividades encomendadas.	X	
<b>TIEMPO</b>		
Horario laboral de acuerdo a lo pactado.		
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>		
<b>Ambiente físico</b>	<b>Porcentaje</b>	
Oficinas	10%	
Trabajos por fuera	90%	

Fuente: Los autores

Cuadro 10. Descripción de cargos mensajero

<b>Nombre del puesto</b>	MENSAJERO	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>		
Ejecución de solicitudes, transporte y entrega de documentos y demás.		
<b>FUNCIONES DEL PUESTO</b>		
<b>Principales tareas a realizar</b>	<b>Conocimientos requeridos por el personal</b>	<b>Habilidades y destrezas requeridas</b>
Transporte y entrega de documentos.  Manejo de confidencialidad	Conocimientos en ubicación geográfica.  Experticia para conducción de vehículos de transporte.	Capacidad de ubicación y toma de decisiones  Conducción de vehículos a la defensiva
<b>COMPETENCIAS</b>		
<b>Orientación a los resultados</b>	Capacidad para generar aportes de manera directa al mejoramiento continuo.	
<b>Liderazgo</b>	Capacidad de ejecutar tareas significativas para la empresa.	
<b>REQUISITOS</b>		
<b>Educación</b>		
<b>Superior</b>	Bachiller, licencias de conducción categorías A2 y C1.	
<b>Experiencia requerida</b>	2 a 3 años	

<b>Capacitación complementaria</b>				
Conocimientos en normas de tránsito.				
<b>RESPONSABILIDADES</b>				
Responsabilidad por los bienes ajenos		X		
Manejo de confidencialidad		X		
Manejo de relaciones interpersonales				
<b>MEDIOS</b>				
Manejo de equipos tecnológicos.				
<b>ESFUERZO</b>				
<b>ESFUERZO MENTAL</b>		<b>ESFUERZO O FÍSICO</b>		
El cargo requiere más esfuerzo físico que mental		<b>Posición del cuerpo</b>	<b>Tipo de trabajo</b>	<b>Porcentaje del día</b>
El cargo requiere esfuerzo mental promedio		De Pie	Supervisando	80%
El cargo requiere más esfuerzo mental que físico		X Sentado	Administrativo	20%
<b>TIEMPO</b>				
Horario a lo pactado			Lunes a viernes de 8 am a 5 pm	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>				
<b>Ambiente físico</b>		<b>Porcentaje</b>		
Oficinas		20%		
Campo		80%		



### **4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL**

Para el proceso de reclutamiento del personal se determinara que el administrador de manera objetiva realizara respectivas entrevistas con la finalidad que se apoyara en los diferentes medios de información en donde se realizara las publicaciones de las vacantes tales como: diario, páginas de internet (computrabajo), alianzas con agencias de empleo y demás alternativas que permitan facilitar la incorporación de personal a la empresa de manera clara mediante procesos de selección eficientes y confiables.

Durante el proceso se velara por respeto a la persona y sus diferentes preferencias religiosas, culturales, sexuales, étnicas y demás garantizando el derecho a la libre expresión.

### **4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL**

**4.4.1 Solicitud de empleo.** Las solicitudes de empleo se realizaran inicialmente y de manera directa a través de la plataforma en internet con la finalidad que se cumplan con los diferentes parámetros y lo establecido en la ley 1581 de Protección de los Datos en donde se dejara debido acuerdo de protección de datos con el fin que el cada uno de los interesados o postulantes puedan dejar sus datos por voluntad propia y la organización trabaje sobre una responsabilidad demostrada. A partir del mismo proceso se garantice los diferentes filtros a fin de realizar un proceso minucioso.

**4.4.2 Entrevista.** Se realiza previa citación al personal postulado y respectiva evolución por parte de psicólogo en cargado.

**4.4.3 Exámenes.** Los exámenes médicos ocupacionales se realizarán inicialmente con la finalidad de identificar cualquier hallazgo que determine una

desmejora en la salud del trabajador y poder conocer de manera directa estas situaciones pudiendo identificar de llevar una historia laboral la que permitirá en casos exclusivo cualquier irregularidad con el colaborador.

**4.4.4 Procedimiento.** Se realizara de manera directa el convenio con un laboratorio especializados en realización de exámenes ocupacionales lo que garantice una buena incorporación del personal a la empresa.

1. Se realiza debida cita al centro médico.
2. Realizado los diferentes exámenes se enviaron los resultados a la empresa con los diferentes conceptos emitidos por cada uno de los profesionales evaluadores.
3. El profesional de seguridad y salud en el trabajo realiza respectiva verificación de los exámenes médicos y en compañía de la gerencia se realizara respectiva verificación y visto de aprobación de la incorporación del persona a laborar.

**4.4.5 Proceso de contratación.** El proceso de contratación que se maneja actualmente serán algunos de término indefinido tales como cargos menores y para el personal de profesionales se realizara por medio de contratos por concepto de prestación de servicios. Dichos contratos se presentaran las siguientes determinantes como lo es duración, horarios, prestaciones, remuneración, cargos a ocupar entre otros. La empresa contara con la contratación del siguiente personal.

#### 4.4.6 Tabla 7. Salarios

CARGO	SALARIO	
<b>Administrador</b>	\$ 1.200.000	ADMINISTRATIVO
<b>Contador</b>	\$ 900.000	
<b>Secretaria</b>	\$ 781.242	<b>OPERARIO</b>
<b>Mensajero</b>	\$ 781.242	

Fuente: Los autores

**4.4.7 Inducción de personal.** Personal designado de talento humano se realizara cargo de realizar respectiva inducción al personal nuevo y dará a conocer cada uno de los procesos existentes dentro de la empresa y el auxiliar de talento humano se realizara cargo de la solicitud y recopilación de los documentos pertinentes para la vinculación de manera directa a las entidades prestadoras de salud.

Actualización De Datos

Constancia De Condiciones De Contratación

Certificado De Afiliación A Eps

Afiliación Eps

Certificado De Afiliación Fondo De Pensión

Afiliación Fondo De Pensión

Afiliación ARL

Afiliación Caja De Compensación

Examen Médico De Ocupacional

Dos Fotocopias Cedula De Ciudadanía

Autorización De Consulta De Antecedentes

Certificaciones laborales que soporten el tiempo de experiencia requerido en el cargo de acuerdo al perfil establecido)

Certificado De Estudio

Hoja De Vida

Entrevista De Personal  
Pruebas Psicotécnicas  
Evaluación De Inducción  
Apertura de cta. De nomina

#### **4.5 PROCESO DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL**

**4.5.1 Capacitación.** En referencia al proceso de capacitación el departamento de talento humano implementara cronograma de capacitaciones teniendo en cuenta los diferentes aspectos a mejorar introduciendo temas de alta importancia y reforzando los mismos con el fin de dar cumplimiento a la mejora continua de igual forma afianzando a cada uno de los colaboradores dentro de la empresa y con un objetivo principal el direccionamiento del personal llevándolos al cumplimiento de los diferentes objetivos estratégicos, por otra parte realizar debido seguimiento a cada una de las situaciones planteadas se relacionan a continuación.

- Realización de evaluaciones de desempeño
- Identificación de verdaderas necesidades
- Verificación y consulta de estadísticas de PQR presentados.
- Análisis a hojas de vida basados a cada uno de los perfiles.
- Realizar respectivas campañas en referencia a los momentos de verdad
- Mediante método de observación.

Teniendo en cuenta lo anterior en cabeza del directo de talento humano implementara planes de acción y respectivas capacitaciones acordes a cada uno de los temas que en el momento presentan una debilidad.

- Programas de formación en servicio al cliente.

- Programa de atención en verificación de fórmulas médicas.
- Programa de incentivos quinquenios.
- Programa de celebración de cumpleaños
- Programa de incentivos al vendedor del mes

**4.5.2 Plan de incentivos.** Se presentara un modelo de plan de incentivos para los colaboradores en donde se resaltara de manera directa y pública sobre sus desempeños, permitirá resaltar la importancia de su desempeño y esfuerzo diario brindado a la empresa.

- Auxilio calamidad.
- Auxilio escolaridad.
- Auxilio Universitario
- Celebraciones y reconocimientos.

## **4.6 ASPECTOS LEGALES**

La comercializadora se constituirá como empresa SAS (Sociedad por acción simplificada) lo que permitirá a los emprendedores en el momento de la constitución no necesitaran alto capital y que se puede constituir como persona jurídica o natural.

Ley 1258 de 2008 procedimientos para constituir empresa SAS:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.;

- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal. (Congreso de la Republica, 2008)

Decreto 410 De 1971 Por el cual se expide el Código de Comercio aplicabilidad de la ley comercial. Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas. (Congreso de Colombia, 1971)

Ley 1014 de 2006. Por la cual se expide la Ley de fomento a la cultura del emprendimiento. Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley. (Congreso de Colombia, 2006)

Ley 590 del 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en

cuenta la capacidad empresarial de los colombianos (Congreso de Colombia, 2000).

La ley 590 del 2000 permite a los empresarios ya sean micro, pequeñas y medianas empresas a que desarrollen sus conocimientos y de esta manera ayude con el crecimiento socioeconómico del País.

**4.6.1 Análisis administrativo y legal.** Para la creación de la empresa comercializadora de productos farmacéuticos de tipo genérico es importante realizar los siguientes registros los cuales permitirán la legalidad de la empresa.

RUT Tratándose de la formalización de la inscripción ante la DIAN o entidades autorizadas, de personas jurídicas y asimiladas, se deberá adjuntar:

- Documento original mediante el cual se acredite la existencia y representación legal, con fecha de expedición no mayor a un (1) mes.
- Fotocopia del documento de identidad de quien realiza el trámite, con exhibición del original.
- Constancia de la titularidad de una cuenta corriente activa en una entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia, con fecha de expedición no mayor a un (1) mes.
- Original de un recibo de servicio público domiciliario cancelado (agua, luz, teléfono, gas y los demás cuya prestación se encuentre sujeta a vigilancia por la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios), con fecha de pago no mayor a dos (2) meses, que corresponda a la dirección informada en el formulario de inscripción del Registro Único Tributario o del Boletín de Nomenclatura Catastral del predio informado como dirección, correspondiente al año de la inscripción. (Congreso de la Republica, 2011)

La Cámara de Comercio le brinda la siguiente guía para la creación de una empresa en la ciudad de Cali.

- Documento de constitución

- Seleccione el tipo de sociedad a constituir
- Compromisos con el Registro Mercantil
- Compromisos para funcionar y operar legalmente
- Compromisos con el Estado
- Consulte que sea posible registrar el nombre su compañía, es decir, que está disponible por no ser el de ninguna otra con el fin de que no se presente Homonimia.
- Prepare, redacte y suscriba los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios; y entre ellos y la sociedad.
- PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, se puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.
- Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.
- Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.
- Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.
- Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que, en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.
- En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.
- Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.



- Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.

#### **4.6.2 Análisis ambiental.**

- Se debe tener en cuenta que uno de los residuos generados por la empresa son aquellos medicamentos los cuales no salgan al mercado y que se den de baja por vencimiento o en su defecto por daños en su empaque.
- Uno de los riesgos principales se consideraría es la inadecuada disposición de los productos vencidos lo que afectaría de manera directa los vertimientos.
- Uno de los mecanismos de control de manera directa es la realización debida del kardes que permitirá identificar que productos se entregaran a la empresa que realizara la disposición final.
- Unos de los riesgos más representativos es la de sufrir una intoxicación por la inadecuada disposición de los productos farmacéuticos o dejar este tipo de productos al alcance de los niños.

#### **4.6.3 Análisis social.**

- Uno de los principales efecto en la sociedad será el aporte de manera directa a productos farmacéuticos más económicos, como empresa a la generación de manera directa de empleo.
- Se tendrá un apoyo directo de la comunidad debido a que son productos de consumo esencial y a bajo costo.
- Como valor en lo social será de manera directa es la asesoría de cada uno de los productos de forma que no solo el cliente tenga solo el producto sino también el conocimiento.
- Como uno de los factores importantes serán los de la generación de cultura prevención y cuidado sexual.
- Uno de los aportes fundamentales es el de evitar los embarazos indeseados.

#### **4.6.4 Análisis de valores personales.**

Este análisis permite identificar cada uno de los valores corporativos a los que la empresa proyecta con la finalidad de ponerlos en práctica y que los clientes los reconozca.

- Se ajusta de manera directa con la finalidad de establecer valores que aporten de manera directa al crecimiento de la empresa y permita fortalecer su cultura organizacional.
- Es de aclarar que uno de los principios de las organizaciones es tener en cuenta la tipología de los clientes y saber cómo llegar a cada uno de los segmentos más influyentes del mercado.
- En caso de no cumpla o no se tenga en cuenta a la tipología de los clientes se podría ver afectada de manera directa por lo que siempre se establece una investigación inicial del mercado.
- En el transcurrir del tiempo se puede ver afectada por múltiples complicaciones a nivel familiar de lo que no se puede permitir que involucre de manera directa a la empresa.
- Los efectos que la empresa puede generar frente a las demás empresas son asociados a la competitividad de manera directa sin afectar el mercado con una competencia desleal.
- Se debe tener en claro que las situaciones personales en ningún momento pueden trascender en lo profesional y menos en los lineamientos de la empresa.

## 5 ANÁLISIS ECONÓMICO

El presente análisis financiero permite identificar la viabilidad de manera directa del proyecto de negocio teniendo como base o fundamento cada uno de los aportes de los socios y poder llegar a determinar los posibles riesgos a los que se expone la empresa y el margen de utilidad que puede presentar a los emprendedores.

### 5.1 INVERSIÓN INICIAL

La comercializadora Confi-farma cuenta con una inversión inicial de (M/c) los cuales corresponden a composición de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo. Dicha inversión está determinada por monto de dinero y activos fijos para poder construir la idea de negocio o emprender dicho negocio y se encuentra discriminada de la siguiente manera.

**5.1.1 Activos fijos.** Son todos aquellos que representan la inversión de la organización de manera directa en donde se incluye

**5.1.2 Activos diferidos.** Es todo aquel gasto pagado con antelación.

### 5.1.3 Capital de trabajo

Tabla 8. Activos fijos

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
Escritorio	1	\$ 300.000,00	300.000
Silla Recepcion	1	\$ 100.000,00	100.000
Estanteria	1	\$ 100.000,00	100.000
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>500.000</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES</b>			
Portatil	1	\$ 800.000,00	800.000
Tableta	1	\$ 100.000,00	100.000
Impresora lasser	1	\$ 400.000,00	400.000
Telefono diadema	1	\$ 150.000,00	150.000
<b>TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES</b>			<b>1.450.000</b>
<b>VEHICULOS</b>			
MOTOCICLETA HONDA	1	\$ 3.000.000,00	3.000.000
<b>TOTAL VEHICULOS</b>			<b>3.000.000</b>
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>4.950.000</b>

Fuente: Los autores

Tabla 9. Activos diferidos

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>			
Registro Mercantil Camara de Comercio	1	\$ 979.370	979.370
Escrituracion		\$ -	0
Bomberos	1	\$ 100.000,00	\$100.000
Uso de Suelos	1	\$ -	0
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION</b>			<b>1.079.370</b>

Fuente: Los autores

Tabla 10. Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Nomina	4	4.055.687	16.222.747
Gastos De Administracion	2	1.271.413	2.542.826
Gastos De Ventas	2	0	0
Inventarios	2	1.634.400	3.268.800
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>22.034.373</b>

Fuente: Los autores

## 5.2 DEPRECIACION EN PESOS

Cuadro 1. Depreciación en pesos

DEPRECIACION EN PESOS							
ITEM	AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	13.889	166.667	166.667	166.667		
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3	40.278	483.333	483.333	483.333		
VEHICULOS	5	50.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
<b>TOTAL</b>		<b>104.167</b>	<b>1.250.000</b>	<b>1.250.000</b>	<b>1.250.000</b>	<b>600.000</b>	<b>600.000</b>
MESES DEL AÑO	12						

Fuente: Los autores

### 5.3 BALANCE INICIAL CON FINANCIACION Y SIN FINANCIACION

Este balance permite identificar de manera directa el inicio de la empresa en términos financieros los cuales son importante ya que muestra de manera directa la inversión inicial de la empresa.

Cuadro 2. Balance inicial sin financiación

<b>BALANCE INICIAL SIN FINANCIACION EN PESOS</b>			
<b>ACTIVOS</b>			
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>			
Caja Bancos	22.034.373		
Cuentas Por Cobrar o Deudores	0		
Inventarios	0		
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>22.034.373</b>		
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>			
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
MUEBLES Y ENSERES	500.000		
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.450.000		
VEHICULOS	3.000.000		
(-) Despreciacion Acumulada	0		
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>4.950.000</b>		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
Diferidos	2.914.370		
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.914.370</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>7.864.370</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>29.898.743</b>		
<b>PASIVOS</b>			
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>			
Cuentas Por Pagar O Acreedores	0		
Cesantias Por Pagar	0		
Intereses a las Cesantias X Pagar	0		
Impuesto de Renta X Pagar	0		
Cree Por Pagar	0		
Iva / Impuesto al Consumo	0		
Ica Por Pagar	0		
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>		
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>			
Obligaciones Financiera	0		
Leasing Financiero	0		
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>0</b>		
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>0</b>		
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital Social	29.898.743		
Utilidad Acumulada	0		
Reserva Legal Acumulada	0		
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>29.898.743</b>		
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>29.898.743</b>		

Fuente: Autores

Cuadro 3. Balance inicial con financiación

<b>BALANCE INICIAL CON FINANCIÓN EN PESOS</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	
Caja Bancos	22.034.373
Cuentas Por Cobrar o Deudores	0
Inventarios	0
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>22.034.373</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
MUEBLES Y ENSERES	500.000
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.450.000
VEHICULOS	3.000.000
(-) Despreciación Acumulada	0
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>4.950.000</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Diferidos	2.914.370
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.914.370</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>7.864.370</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>29.898.743</b>
<b>PASIVOS</b>	
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	
Cuentas Por Pagar O Acreedores	0
Cesantías Por Pagar	0
Intereses a las Cesantías X Pagar	0
Impuesto de Renta X Pagar	0
Cree Por Pagar	0
Iva / Impuesto al Consumo	0
Ica Por Pagar	0
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>	
Obligaciones Financiera	20.929.120
Leasing Financiero	0
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>20.929.120</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>20.929.120</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital Social	8.969.623
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>8.969.623</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>29.898.743</b>

Fuente: Autores

## 5.4 AMORTIZACION DE PRESTAMO EN PESOS

Cuadro 4. Amortización préstamo en pesos

AMORTIZACION EN PESOS						
		No. Cuotas	Cuota	Interes	Amortizacion	Saldo
VALOR PRESTAMO	20.929.120	0				20.929.120
TEA (%)	0,20%	1	350.593	3.485	347.108	20.582.012
TASA NOMINAL MES(%)	0,20%	2	350.593	3.427	347.166	20.234.846
TASA MENSUAL (%)	0,02%	3	350.593	3.369	347.224	19.887.622
MESES DEL AÑO	12	4	350.593	3.312	347.282	19.540.341
NUMERO DE CUOTAS	12	5	350.593	3.254	347.339	19.193.001
		6	350.593	3.196	347.397	18.845.604
		7	350.593	3.138	347.455	18.498.149
		8	350.593	3.080	347.513	18.150.636
		9	350.593	3.022	347.571	17.803.065
		10	350.593	2.964	347.629	17.455.437
		11	350.593	2.907	347.687	17.107.750
		12	350.593	2.849	347.744	16.760.006
		13	350.593	2.791	347.802	16.412.203
		14	350.593	2.733	347.860	16.064.343
		15	350.593	2.675	347.918	15.716.425
		16	350.593	2.617	347.976	15.368.449
		17	350.593	2.559	348.034	15.020.415
		18	350.593	2.501	348.092	14.672.323
		19	350.593	2.443	348.150	14.324.173
		20	350.593	2.385	348.208	13.975.965
		21	350.593	2.327	348.266	13.627.699
		22	350.593	2.269	348.324	13.279.375
		23	350.593	2.211	348.382	12.930.993
		24	350.593	2.153	348.440	12.582.553
		25	350.593	2.095	348.498	12.234.055
		26	350.593	2.037	348.556	11.885.499
		27	350.593	1.979	348.614	11.536.885
		28	350.593	1.921	348.672	11.188.213
		29	350.593	1.863	348.730	10.839.483
		30	350.593	1.805	348.788	10.490.695
		31	350.593	1.747	348.846	10.141.849
		32	350.593	1.689	348.904	9.792.945
		33	350.593	1.631	348.962	9.443.982
		34	350.593	1.573	349.021	9.094.962
		35	350.593	1.514	349.079	8.745.883
		36	350.593	1.456	349.137	8.396.746
		37	350.593	1.398	349.195	8.047.551
		38	350.593	1.340	349.253	7.698.298
		39	350.593	1.282	349.311	7.348.987
		40	350.593	1.224	349.369	6.999.617
		41	350.593	1.166	349.428	6.650.190
		42	350.593	1.107	349.486	6.300.704
		43	350.593	1.049	349.544	5.951.160
		44	350.593	991	349.602	5.601.558
		45	350.593	933	349.660	5.251.898
		46	350.593	875	349.719	4.902.179
		47	350.593	816	349.777	4.552.402
		48	350.593	758	349.835	4.202.567
		49	350.593	700	349.893	3.852.674
		50	350.593	642	349.952	3.502.722
		51	350.593	583	350.010	3.152.712
		52	350.593	525	350.068	2.802.644
		53	350.593	467	350.126	2.452.518
		54	350.593	408	350.185	2.102.333
		55	350.593	350	350.243	1.752.090
		56	350.593	292	350.301	1.401.789
		57	350.593	233	350.360	1.051.429
		58	350.593	175	350.418	701.011
		59	350.593	117	350.476	350.535
		60	350.593	58	350.535	(0)

Fuente: Autores



Cuadro 5. Amortización de préstamo por años

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>INTERES</b>	38.003	29.665	21.310	12.938	4.550	106.466
<b>AMORTIZACION</b>	4.169.114	4.177.452	4.185.807	4.194.179	4.202.567	20.929.120
	4.207.117	4.207.117	4.207.117	4.207.117	4.207.117	

Fuente: Autores

## 5.5 PARAMETROS GENERALES

**5.5.1 Parámetros económicos.** Son aquellos indicadores financieros que permiten regular los incrementos del inflacionario.

Cuadro 6. Parámetros económicos

PARAMETROS ECONOMICOS					
ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>IPC (%)</b>	4,60%	3,40%	3,40%	3,40%	3,40%
<b>TRM (%)</b>	3.012	3.058	3.058	3.058	3.058
<b>VARIACION TRM (%)</b>	(4,36%)	1,53%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>INCREMENTO% EN PRECIOS</b>	4,60%	3,40%	3,40%	3,40%	3,40%
<b>INCREMENTO % EN COSTOS</b>	4,60%	3,40%	3,40%	3,40%	3,40%
<b>INCREMENTO % EN UNIDADES</b>	4,46%	4,46%	4,46%	4,46%	4,46%
<b>IMPUESTO DE RENTA (%)</b>	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
<b>CREE</b>	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%
<b>IVA (%)</b>	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
<b>INC (%)</b>	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
<b>ICA (X MIL)</b>	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%
<b>RESERVA LEGAL (%)</b>	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
<b>DESCUENTO</b>	1,00%				
<b>TRM AÑO 2015 (%)</b>	3149,47				

Fuente: Autores

## 5.5.2 Parámetros laborales

Cuadro 7. Parámetros laborales

PARAMETROS LABORALES	
ITEM	
SMMLV (\$)	781.242
AUXILIO TRANSPORTE (\$)	91.210
CESANTIAS (%)	8,33%
INTERESES CESANTIAS (%)	1,00%
PRIMAS	8,33%
VACACIONES	4,17%
SALUD	0,00%
PENSIONES	12,00%
ARL (%)	0,05%
CAJA COMPENSACION (4%)	4,00%
ICBF (%)	0,00%
SENA (%)	0,00%

Fuente: Autores

## 5.5.3 Parámetros de recaudo y pagos

Cuadro 8. Parámetros de recaudo y pagos

RECAUDOS		PAGOS	
CONTADO	100,00%	CONTADO	100,00%
CREDITO	0,00%	CREDITO	0,00%
PLAZO (DIAS)	0	PLAZO (DIAS)	0

Fuente: Autores

## 5.5.4 Parámetros de gastos de administración

Cuadro 9. Parámetros gastos de administración

<b>PARAMETROS DE GASTOS</b>			
<b>ITEM</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIT</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>ADMINISTRACION</b>			
ARRIENDO	1	300.000	313.800
SERVICIOS PUBLICOS	1	200.000	209.200
SERVICIO TELEFONICO	1	50.000	52.300
SERVICIO INTERNET	1	50.000	52.300
HONORARIOS CONTADOR	1	500.000	523.000
<b>IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA</b>			
AZUCAR	1	2.000	2.092
CAFÉ	1	4.000	4.184
VASOS DESECHABLES	1	2.000	2.092
JABON	1	5.000	5.230
<b>TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA</b>			<b>13.598</b>
<b>UTILES DE OFICINA Y PAPELERIA</b>			
RESMAS DE PAPEL	1	8.000	8.368
LAPICEROS	1	4.500	4.707
TONNER	2	45.000	94.140
<b>TOTAL UTILES DE OFICINA</b>			<b>107.215</b>
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>			<b>1.271.413</b>

Fuente: Autores

### 5.5.5 Parámetros gastos de ventas

Cuadro 10. Parámetros gastos de ventas

<b>VENTAS</b>			
VOLANTES	1	50.000	52.300
			0
<b>TOTAL GASTOS VENTAS</b>			<b>52.300</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>			<b>1.323.713</b>

Fuente: Autores

### 5.5.6 Parámetros registros mercantil

Cuadro 11. Parámetros registro mercantil

<b>REGISTRO MERCANTIL</b>	
LIMITE INFERIOR	10.335.000
LIMITE SUPERIOR	20.670.000
PROMEDIO	15.502.500
% A APLICAR	6,32%
VALOR A PAGAR	979.370

Fuente: Autores

## 5.6 GASTOS DE ADMINISTRACION EN PESOS

Cuadro 12. Gastos administración en pesos

NOMINA ADMINISTRACION EN PESOS																		
CARGOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Administrador	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	14.400.000	14.889.600	15.395.846	15.919.305	16.460.562	
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Secretaria	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	9.600.000	9.926.400	10.263.898	10.612.870	10.973.708	
Mensajero	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	9.600.000	9.926.400	10.263.898	10.612.870	10.973.708	
<b>TOTAL</b>	<b>2.800.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>33.600.000</b>	<b>34.742.400</b>	<b>35.923.642</b>	<b>37.145.045</b>	<b>38.407.977</b>	
<b>DATOS ESTADO RESULTADO</b>																		
Persona con Auxilio	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
SALARIOS	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	33.600.000	34.742.400	35.923.642	37.145.045	38.407.977	
AUXILIO TRANSPORTE (\$) <b>182.420</b>	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	2.189.044	2.263.472	2.340.430	2.420.004	2.502.284	
CESANTIAS (%) <b>248.535</b>	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	2.982.420	3.083.823	3.188.673	3.297.087	3.409.188	
INTERESES CESANTIAS (%) <b>2.485</b>	2.485	2.485	2.485	2.485	2.485	2.485	2.485	2.485	2.485	2.485	2.485	2.485	29.824	30.838	31.887	32.971	34.092	
PRIMAS <b>248.535</b>	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	248.535	2.982.420	3.083.823	3.188.673	3.297.087	3.409.188	
VACACIONES <b>124.248</b>	124.248	124.248	124.248	124.248	124.248	124.248	124.248	124.248	124.248	124.248	124.248	124.248	1.490.972	1.541.665	1.594.081	1.648.280	1.704.321	
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PENSIONES	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	4.032.000	4.169.088	4.310.837	4.457.405	4.608.957	
ARL (%)	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	17.559	18.156	18.774	19.412	20.072	
CAJA COMPENSACION (4%)	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	1.344.000	1.389.696	1.436.946	1.485.802	1.536.319	
ICBF (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>TOTAL</b>	<b>4.055.687</b>	<b>4.055.687</b>	<b>4.055.687</b>	<b>4.055.687</b>	<b>4.055.687</b>	<b>4.055.687</b>	<b>4.055.687</b>	<b>4.055.687</b>	<b>4.055.687</b>	<b>4.055.687</b>	<b>4.055.687</b>	<b>4.055.687</b>	<b>48.668.240</b>	<b>50.322.960</b>	<b>52.033.941</b>	<b>53.803.095</b>	<b>55.632.400</b>	
<b>DATOS FLUJO CAJA</b>																		
SALARIOS	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	33.600.000	34.742.400	35.923.642	37.145.045	38.407.977	
AUXILIO TRANSPORTE (\$) <b>182.420</b>	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	182.420	2.189.044	2.263.472	2.340.430	2.420.004	2.502.284	
CESANTIAS (%)													0	33.600.000	34.742.400	35.923.642	37.145.045	
INTERESES CESANTIAS (%)													0	2.189.044	2.263.472	2.340.430	2.420.004	
PRIMAS						1.491.210							1.491.210	2.982.420	3.083.823	3.188.673	3.297.087	
VACACIONES													1.490.972	1.490.972	1.541.665	1.594.081	1.648.280	
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
PENSIONES	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	336.000	3.696.000	4.169.088	4.310.837	4.457.405	4.608.957	
ARL (%)	1.463,28	1.463,28	1.463,28	1.463,28	1.463,28	1.463,28	1.463,28	1.463,28	1.463,28	1.463,28	1.463,28	1.463,28	16,096	18,156	18,774	19,412	20,072	
CAJA COMPENSACION (4%)	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	112.000	1.232.000	1.389.696	1.436.946	1.485.802	1.536.319	
ICBF (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<b>TOTAL</b>	<b>3.431.884</b>	<b>3.431.884</b>	<b>3.431.884</b>	<b>3.431.884</b>	<b>3.431.884</b>	<b>4.923.094</b>	<b>3.431.884</b>	<b>3.431.884</b>	<b>3.431.884</b>	<b>3.431.884</b>	<b>3.431.884</b>	<b>3.431.884</b>	<b>5.964.602</b>	<b>45.206.532</b>	<b>82.997.343</b>	<b>85.819.253</b>	<b>88.737.108</b>	<b>91.754.169</b>

Fuente: Autores



## 5.8 IVA, RECAUDOS PAGOS EN PESOS

Cuadro 14. IVA en pesos

IVA EN PESOS																		
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
IVA COBRADO	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	154.544.390	168.842.062	184.755.517	202.547.461	222.541.418	
IVA PAGADO	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	45.851.530	70.866.524	74.692.138	78.801.911	83.223.794	
IVA CAUSADO	9.057.738	9.057.738	9.057.738	9.057.738	9.057.738	9.057.738	9.057.738	9.057.738	9.057.738	9.057.738	9.057.738	9.057.738	108.692.861	97.975.537	110.063.379	123.745.549	139.317.624	
IVA AL FLUJO DE CAJA					36.230.954				36.230.954				72.461.907	65.317.025	73.375.588	82.497.033	92.878.416	
IVA AÑO SIGUIENTE													0	36.230.954	32.658.512	36.687.793	41.248.516	46.439.208
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	36.230.954	0	0	0	36.230.954	0	0	0	72.461.907	101.547.978	106.034.099	119.184.826	134.126.932	
MESES AÑO	12																	
IVA PAGADO X AÑO MESES	8																	
IVA X PAGAR X AÑO MESES	4																	

Fuente: Autores

Cuadro 15. INC en pesos

INC EN PESOS																		
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
INC COBRADO	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	
INC PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
INC CAUSADO	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	81.339.153	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	
INC AL FLUJO DE CAJA			13.556.525		27.113.051		27.113.051		27.113.051		27.113.051		122.008.729	5.648.552	5.648.552	5.648.552	4.518.842	
INC AÑO SIGUIENTE													0	13.556.525	1.129.710	1.129.710	1.129.710	1.129.710
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	13.556.525	0	27.113.051	0	27.113.051	0	27.113.051	0	27.113.051	0	122.008.729	19.205.078	6.778.263	6.778.263	5.648.552	
MESES AÑO	12																	
INC PAGADO X AÑO MESES	10																	
INC X PAGAR X AÑO MESES	2																	

Fuente: Autores

## 5.9 RECAUDO EN PESOS

Cuadro 16. Recaudos en pesos

RECAUDOS EN PESOS																	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	813.391.527	888.642.429	972.397.460	1.066.039.266	1.171.270.623
CREDITO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL RECAUDOS	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	813.391.527	888.642.429	972.397.460	1.066.039.266	1.171.270.623
MESES AÑO	12																
MESES RECAUDADOS	11																

Fuente: Autores

## PAGOS EN PESOS

Cuadro 17. Pagos en pesos

PAGOS EN PESOS																	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	524.296.800	578.204.035	701.177.573	856.833.890	1.054.659.506
CREDITO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL RECAUDOS	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	524.296.800	578.204.035	701.177.573	856.833.890	1.054.659.506
MESES AÑO	12																
MESES RECAUDADOS	11																

Fuente: Autores



## 5.10 ESTADOS DE RESULTADOS CON Y SIN FINANCIACION EN PESOS

Cuadro 18. Estados de resultados sin financiación

ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	813.391.527	888.642.429	972.397.460	1.066.039.266	1.171.270.623
Descuentos	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	8.133.915	8.886.424	9.723.975	10.660.393	11.712.706
Devoluciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>805.257.612</b>	<b>879.756.005</b>	<b>962.673.486</b>	<b>1.055.378.873</b>	<b>1.159.557.916</b>
CMV	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	524.296.800	630.768.039	764.920.989	934.727.861	1.150.537.645
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>280.960.812</b>	<b>248.987.966</b>	<b>197.752.497</b>	<b>120.650.993</b>	<b>9.020.272</b>
<b>EGRESOS</b>																	
Nomina	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	48.668.240	50.322.960	52.033.941	53.803.095	55.632.400
Gastos Admon.	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	14.532.078	15.026.169	15.537.058	16.065.318	16.611.539
Gastos Ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Depreciacion	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000
Gastos Diferidos	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	2.914.370	1.034.000	1.068.156	1.105.507	1.143.095
ICA	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	80.528	87.976	96.267	105.538	115.956
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>5.680.841</b>	<b>5.580.028</b>	<b>5.680.841</b>	<b>5.580.028</b>	<b>5.680.841</b>	<b>5.580.028</b>	<b>5.680.841</b>	<b>5.580.028</b>	<b>5.680.841</b>	<b>5.580.028</b>	<b>5.680.841</b>	<b>5.580.028</b>	<b>67.445.214</b>	<b>67.721.104</b>	<b>69.986.423</b>	<b>72.329.458</b>	<b>74.752.990</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>213.515.599</b>	<b>181.266.862</b>	<b>127.766.074</b>	<b>48.321.534</b>	<b>65.732.718</b>
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>																	
Gastos Financieros Prestamo													0				
Gastos Financieros Leasing													0				
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>213.515.599</b>	<b>181.266.862</b>	<b>127.766.074</b>	<b>48.321.534</b>	<b>65.732.718</b>
IMPUESTO DE RENTA	4433140	4463343,25	4433140	4463343,25	4433140	4463343,25	4433140	4463343,25	4433140	4463343,25	4433140	4463343,25	22228106,52	0	0	0	0
CREE	1595930,4	1606803,57	1595930,4	1606803,57	1595930,4	1606803,57	1595930,4	1606803,57	1595930,4	1606803,57	1595930,4	1606803,57	19216403,84	16314017,58	11498946,68	4348938,094	5915944,602
<b>UTILIDAD NETA DESPUES IMPUESTOS</b>	<b>11.703.490</b>	<b>11.783.226</b>	<b>11.703.490</b>	<b>11.783.226</b>	<b>11.703.490</b>	<b>11.783.226</b>	<b>11.703.490</b>	<b>11.783.226</b>	<b>11.703.490</b>	<b>11.783.226</b>	<b>11.703.490</b>	<b>11.783.226</b>	<b>172.073.089</b>	<b>164.952.844</b>	<b>116.267.128</b>	<b>43.972.596</b>	<b>59.816.773</b>
RESERVA LEGAL	1170349,98	1178322,62	1170349,98	1178322,62	1170349,98	1178322,62	1170349,98	1178322,62	1170349,98	1178322,62	1170349,98	1178322,62	17207308,79	16495284,44	11626712,75	4397259,629	5981677,32
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>10.533.141</b>	<b>10.604.904</b>	<b>10.533.141</b>	<b>10.604.904</b>	<b>10.533.141</b>	<b>10.604.904</b>	<b>10.533.141</b>	<b>10.604.904</b>	<b>10.533.141</b>	<b>10.604.904</b>	<b>10.533.141</b>	<b>10.604.904</b>	<b>154.865.779</b>	<b>148.457.560</b>	<b>104.640.415</b>	<b>39.575.337</b>	<b>53.835.096</b>
<b>UTILIDAD ACUMULADA</b>													<b>154.865.779</b>	<b>303.323.339</b>	<b>407.963.754</b>	<b>447.539.090</b>	<b>501.374.186</b>
<b>RESERVA LEGAL ACUMULADA</b>													<b>17207308,79</b>	<b>16495284,44</b>	<b>11626712,75</b>	<b>4397259,629</b>	<b>5981677,32</b>

Fuente: Autores

Cuadro 19. Estados de resultados con financiación

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	813.391.527	888.642.429	972.397.460	1.066.039.266	1.171.270.623
Descuentos	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	8.133.915	8.886.424	9.723.975	10.660.393	11.712.706
Devoluciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>67.104.801</b>	<b>805.257.612</b>	<b>879.756.005</b>	<b>962.673.486</b>	<b>1.055.378.873</b>	<b>1.159.557.916</b>
CMV	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	524.296.800	630.768.039	764.920.989	934.727.881	1.150.537.645
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>23.413.401</b>	<b>280.960.812</b>	<b>248.987.966</b>	<b>197.752.497</b>	<b>120.650.993</b>	<b>9.020.272</b>
<b>EGRESOS</b>																	
Nomina	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	4.055.687	48.668.240	50.322.960	52.033.941	53.803.095	55.632.400
Gastos Admon.	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	14.532.078	15.026.169	15.537.058	16.065.318	16.611.539
Gastos Ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Depreciación	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	104.167	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000	1.250.000
Gastos Diferidos	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	242.864	2.914.370	1.034.000	1.069.156	1.105.507	1.143.095
ICA	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	6.710	80.526	87.976	96.267	105.538	115.956
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>5.680.841</b>	<b>5.560.028</b>	<b>5.680.841</b>	<b>5.560.028</b>	<b>5.680.841</b>	<b>5.560.028</b>	<b>5.680.841</b>	<b>5.560.028</b>	<b>5.680.841</b>	<b>5.560.028</b>	<b>5.680.841</b>	<b>5.560.028</b>	<b>67.445.214</b>	<b>67.721.104</b>	<b>69.986.423</b>	<b>72.329.458</b>	<b>74.752.990</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>213.515.598</b>	<b>181.266.862</b>	<b>127.766.074</b>	<b>48.321.534</b>	<b>65.732.718</b>
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>																	
Gastos Financieros Prestamo	3.485	3.427	3.369	3.312	3.254	3.196	3.138	3.080	3.022	2.964	2.907	2.849	38.003	29.665	21.310	12.938	4.550
Gastos Financieros Leasing													0				
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>3.485</b>	<b>3.427</b>	<b>3.369</b>	<b>3.312</b>	<b>3.254</b>	<b>3.196</b>	<b>3.138</b>	<b>3.080</b>	<b>3.022</b>	<b>2.964</b>	<b>2.907</b>	<b>2.849</b>	<b>38.003</b>	<b>29.665</b>	<b>21.310</b>	<b>12.938</b>	<b>4.550</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>17.732.560</b>	<b>17.853.373</b>	<b>213.515.598</b>	<b>181.266.862</b>	<b>127.744.764</b>	<b>48.308.596</b>	<b>65.728.168</b>
IMPUESTO DE RENTA	4433140	4463343,25	4433140	4463343,25	4433140	0	0	0	0	0	0	0	22226106,52	8000971,054	5894946,401	2153629,284	2930205,359
CREE	1595930,4	1606803,57	1595930,4	1606803,57	1595930,4	1606803,57	1595930,4	1606803,57	1595930,4	1606803,57	1595930,4	1606803,57	19216403,84	16314017,58	11498946,68	4348938,094	5915844,602
<b>UTILIDAD NETA DESPUES IMPUESTOS</b>	<b>11.703.490</b>	<b>11.783.226</b>	<b>11.703.490</b>	<b>11.783.226</b>	<b>11.703.490</b>	<b>16.246.569</b>	<b>16.136.630</b>	<b>16.246.569</b>	<b>16.136.630</b>	<b>16.246.569</b>	<b>16.136.630</b>	<b>16.246.569</b>	<b>172.073.088</b>	<b>156.871.847</b>	<b>110.550.871</b>	<b>41.806.029</b>	<b>56.882.018</b>
RESERVA LEGAL	1170348,96	1178322,62	1170348,96	1178322,62	1170348,96	1624656,94	1613662,96	1624656,94	1613662,96	1624656,94	1613662,96	1624656,94	17207308,79	15687184,73	11055087,11	4180602,865	5688201,784
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>10.533.141</b>	<b>10.604.904</b>	<b>10.533.141</b>	<b>10.604.904</b>	<b>10.533.141</b>	<b>14.621.913</b>	<b>14.522.967</b>	<b>14.621.913</b>	<b>14.522.967</b>	<b>14.621.913</b>	<b>14.522.967</b>	<b>14.621.913</b>	<b>154.865.779</b>	<b>141.184.663</b>	<b>99.495.784</b>	<b>37.625.426</b>	<b>51.193.816</b>
UTILIDAD ACUMULADA													154.865.779	296.050.442	395.546.226	433.171.651	484.365.468
RESERVA LEGAL ACUMULADA													17207308,79	15687184,73	11055087,11	4180602,865	5688201,784

Fuente: Autores

## 5.11 FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION Y CON FINANCIACION

Cuadro 20. Flujo de caja sin financiación

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION																	
INGRESOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recaudos	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	813.391.527	888.642.429	972.397.460	1.066.039.266	1.171.270.623
IVA COBRADO	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	154.544.390	168.842.062	184.755.517	202.547.461	222.541.418
INC COBRADO	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>974.714.180</b>	<b>1.064.262.754</b>	<b>1.163.931.240</b>	<b>1.275.364.989</b>	<b>1.400.590.304</b>
<b>EGRESOS</b>																	
Nomina	3.431.884	3.431.884	3.431.884	3.431.884	3.431.884	4.923.094	3.431.884	3.431.884	3.431.884	3.431.884	3.431.884	5.964.602	45.206.532	82.997.343	85.819.253	88.737.108	91.754.169
Gastos Admon	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	14.532.078	15.026.169	15.537.058	16.065.318	16.611.539
Gastos Ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA PAGADO	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	45.851.530	70.866.524	74.692.138	78.801.911	83.223.794
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	36.230.954	0	0	0	362.30953,5	0	0	0	72.461.907	101547978,4	106034098,5	119184825,9	134126932,4
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	13.556.525	0	27.113.051	0	27113050,91	0	27113050,9	0	27113050,9	0	122.008.729	0	0	0	0
Seguros													1.034.000	1.069.156	1.105.507	1.143.095	
Impuesto de Renta													22226106,52	0	0	0	0
CREE													19216403,84	16314017,58	11498946,68	4407438,094	
ICA													80.526	96.267	105.538		
Pagos	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	524.296.800	578.204.035	701.177.573	856.833.890	1.054.659.508
Descuentos	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	8.133.915	15.590.004	30.502.182	60.326.538	119.975.250
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>52.215.657</b>	<b>52.094.844</b>	<b>65.772.183</b>	<b>52.094.844</b>	<b>115.559.662</b>	<b>53.586.055</b>	<b>79.328.708</b>	<b>52.094.844</b>	<b>115.559.662</b>	<b>52.094.844</b>	<b>79.328.708</b>	<b>54.627.563</b>	<b>832.491.491</b>	<b>891.199.089</b>	<b>1.000.731.271</b>	<b>1.172.323.775</b>	<b>1.386.032.014</b>
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL</b>	<b>35.223.932</b>	<b>35.344.745</b>	<b>21.667.406</b>	<b>35.344.745</b>	<b>-28.120.073</b>	<b>33.853.535</b>	<b>8.110.881</b>	<b>35.344.745</b>	<b>-28.120.073</b>	<b>35.344.745</b>	<b>8.110.881</b>	<b>32.812.026</b>	<b>142.222.689</b>	<b>173.063.667</b>	<b>163.199.970</b>	<b>103.041.214</b>	<b>14.558.290</b>
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>																	
Gastos Financieros Prestamo													0				
Amortización Prestamo													0				
Gastos Financieros Leasing													0				
Amortización Leasing													0				
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>35.223.932</b>	<b>35.344.745</b>	<b>21.667.406</b>	<b>35.344.745</b>	<b>-28.120.073</b>	<b>33.853.535</b>	<b>8.110.881</b>	<b>35.344.745</b>	<b>-28.120.073</b>	<b>35.344.745</b>	<b>8.110.881</b>	<b>32.812.026</b>	<b>142.222.689</b>	<b>173.063.667</b>	<b>163.199.970</b>	<b>103.041.214</b>	<b>14.558.290</b>
Saldo Inicial de Caja	22.034.373	57.258.304	92.603.049	114.270.455	149.615.200	121.495.128	155.348.662	163.459.543	198.804.288	170.684.215	206.028.960	214.139.841	22.034.373	164.257.062	337.320.729	500.520.699	603.561.913
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>57.258.304</b>	<b>92.603.049</b>	<b>114.270.455</b>	<b>149.615.200</b>	<b>121.495.128</b>	<b>155.348.662</b>	<b>163.459.543</b>	<b>198.804.288</b>	<b>170.684.215</b>	<b>206.028.960</b>	<b>214.139.841</b>	<b>246.951.867</b>	<b>164.257.062</b>	<b>337.320.729</b>	<b>500.520.699</b>	<b>603.561.913</b>	<b>618.120.203</b>
		<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>										
		(29.898.743)	142.222.689	173.063.667	163.199.970	103.041.214	14.558.290										
DTP(%)	4,88%																
SPREAD(%)	13,00%																
CDO(%)	21,48%																
VPN(\$)	378.233.672																
TIR(%)	491%																
B/C(VECES)	13																

Fuente: Autores

Cuadro 21. Flujo de caja con financiación

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION																		
INGRESOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Recaudos	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	67.782.627	813.391.527	888.642.429	972.397.460	1.066.039.266	1.171.270.623	
IVA COBRADO	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	12.878.699	154.544.390	168.842.062	184.755.517	202.547.461	222.541.418	
INC COBRADO	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	6.778.263	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>87.439.589</b>	<b>974.714.180</b>	<b>1.064.262.754</b>	<b>1.163.931.240</b>	<b>1.275.364.989</b>	<b>1.400.590.304</b>	
<b>EGRESOS</b>																		
Nomina	3.431.884	3.431.884	3.431.884	3.431.884	3.431.884	4.923.094	3.431.884	3.431.884	3.431.884	3.431.884	3.431.884	3.431.884	5.964.602	45.206.532	82.997.343	85.819.253	88.737.108	91.754.169
Gastos Admon	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	1.271.413	1.150.600	14.532.078	15.026.169	15.537.058	16.065.318	16.611.539	
Gastos Ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
IVA PAGADO	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	3.820.961	45.851.530	70.866.524	74.692.138	78.801.911	83.223.794	
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	36.230.954	0	0	0	362.095,5	0	0	0	72.461.907	101547978,4	106034098,5	119184825,9	134126932,4	
INC TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	13.556.525	0	27.113.051	0	27113050,91	0	27113050,9	0	27113050,9	0	122.008.729	0	0	0	0	
Seguros													0	1.034.000	1.069.156	1.105.507	1.143.095	
Impuesto de Renta													0	17.310.169	17.856.214	17.770.826	0	
CREE													0	15.026.169	15.537.058	16.065.318	440748,094	
ICA													0	80.526	87.976	96.267	105.538	
Pagos	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	43.691.400	524.296.800	578.204.035	701.177.573	856.833.890	1.054.659.508	
Descuentos	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	677.826	8.133.915	15.590.004	30.502.182	60.326.538	119.975.250	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>52.215.657</b>	<b>52.094.844</b>	<b>65.772.183</b>	<b>52.094.844</b>	<b>115.559.662</b>	<b>53.586.055</b>	<b>79.328.708</b>	<b>52.094.844</b>	<b>115.559.662</b>	<b>52.094.844</b>	<b>79.328.708</b>	<b>54.627.563</b>	<b>832.491.491</b>	<b>882.092.913</b>	<b>1.017.810.526</b>	<b>1.194.660.972</b>	<b>1.386.032.014</b>	
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL</b>	<b>35.223.932</b>	<b>35.344.745</b>	<b>21.667.406</b>	<b>35.344.745</b>	<b>-28.120.073</b>	<b>33.853.535</b>	<b>8.110.881</b>	<b>35.344.745</b>	<b>-28.120.073</b>	<b>35.344.745</b>	<b>8.110.881</b>	<b>32.812.026</b>	<b>142.222.689</b>	<b>182.169.840</b>	<b>146.120.714</b>	<b>80.704.017</b>	<b>14.558.290</b>	
<b>FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>																		
Gastos Financieros Prestamo	3.485	3.427	3.369	3.312	3.254	3.196	3.138	3.080	3.022	2.964	2.907	2.849	38.003	29.665	21.310	12.938	4.550	
Amortizacion Prestamo	347.108	347.166	347.224	347.282	347.339	347.397	347.455	347.513	347.571	347.629	347.687	347.744	4.169.114	4.177.452	4.185.807	4.194.179	4.202.567	
Gastos Financieros Leasing													0					
Amortizacion Leasing													0					
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>350.593</b>	<b>350.593</b>	<b>350.593</b>	<b>350.593</b>	<b>350.593</b>	<b>350.593</b>	<b>350.593</b>	<b>350.593</b>	<b>350.593</b>	<b>350.593</b>	<b>350.593</b>	<b>350.593</b>	<b>4.207.117</b>	<b>4207117,236</b>	<b>4207117,236</b>	<b>4207117,236</b>	<b>4207117,236</b>	
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>35.223.932</b>	<b>35.344.745</b>	<b>21.667.406</b>	<b>35.344.745</b>	<b>-28.120.073</b>	<b>33.853.535</b>	<b>8.110.881</b>	<b>35.344.745</b>	<b>-28.120.073</b>	<b>35.344.745</b>	<b>8.110.881</b>	<b>32.812.026</b>	<b>142.222.689</b>	<b>182.169.840</b>	<b>146.120.714</b>	<b>80.704.017</b>	<b>14.558.290</b>	
Saldo Inicial de Caja	22.034.373	57.258.304	92.603.049	114.270.455	149.615.200	121.495.128	155.348.662	163.459.543	198.804.288	170.684.215	206.028.960	214.139.841	22.034.373	164.257.062	346.426.902	492.547.616	573.251.633	
<b>Saldo Final de Caja</b>	<b>57.258.304</b>	<b>92.603.049</b>	<b>114.270.455</b>	<b>149.615.200</b>	<b>121.495.128</b>	<b>155.348.662</b>	<b>163.459.543</b>	<b>198.804.288</b>	<b>170.684.215</b>	<b>206.028.960</b>	<b>214.139.841</b>	<b>246.951.867</b>	<b>164.257.062</b>	<b>346.426.902</b>	<b>492.547.616</b>	<b>573.251.633</b>	<b>587.809.923</b>	
		<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>											
		(8.969.623)	142.222.689	182.169.840	146.120.714	80.704.017	14.558.290											
DTF(%)	4,88%																	
SPREAD(%)	13,00%																	
CDO(%)	21,48%																	
VPN(\$)	364.618.190																	
TIR(%)	1610%																	
B/(VECES)	41																	

Fuente: Autores

## 5.12 BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACION Y SIN FINANCIACION

Cuadro 22. Balance general proyectado con financiación

BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACION EN PESOS						
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja Bancos	22.034.373	164.257.062	337.320.729	500.520.699	603.561.913	618.120.203
Cuentas Por Cobrar o Deudores	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>22.034.373</b>	<b>164.257.062</b>	<b>337.320.729</b>	<b>500.520.699</b>	<b>603.561.913</b>	<b>618.120.203</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>						
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
MUEBLES Y ENSERES	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.450.000	1.450.000	1.450.000	1.450.000	1.450.000	1.450.000
VEHICULOS	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
(-) Despreciacion Acumulada	0	1.250.000	1.250.000	1.250.000	600.000	600.000
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>4.950.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>4.350.000</b>	<b>4.350.000</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Diferidos	2.914.370	0	(1.034.000)	(2.103.156)	(3.208.663)	(4.351.758)
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.914.370</b>	<b>0</b>	<b>(1.034.000)</b>	<b>(2.103.156)</b>	<b>(3.208.663)</b>	<b>(4.351.758)</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>7.864.370</b>	<b>3.700.000</b>	<b>2.666.000</b>	<b>1.596.844</b>	<b>1.141.337</b>	<b>(1.758)</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>29.898.743</b>	<b>167.957.062</b>	<b>339.986.729</b>	<b>502.117.543</b>	<b>604.703.249</b>	<b>618.118.445</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
Cuentas Por Pagar O Acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantias Por Pagar	0	33.600.000	34.742.400	35.923.642	37.145.045	0
Intereses a las Cesantias X Pagar	0	2.189.044	2.263.472	2.340.430	2.420.004	0
Impuesto de Renta X Pagar	0	22226106,52	0	0	0	0
Cree Por Pagar	0	19216403,84				
Iva / Impuesto al Consumo	0	65.317.025	73.375.586	82.497.033	92.878.416	0
Ica Por Pagar	0	87.976	96.267	105.538	115.956	0
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>142.636.555</b>	<b>110.477.725</b>	<b>120.866.642</b>	<b>132.559.421</b>	<b>0</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>						
Obligaciones Financiera	<b>20.929.120</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Leasing Financiero	0					
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>20.929.120</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>20.929.120</b>	<b>142.636.555</b>	<b>110.477.725</b>	<b>120.866.642</b>	<b>132.559.421</b>	<b>0</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	20.929.120	167.957.062	339.986.729	502.117.543	604.703.249	618.118.445
Utilidad Acumulada	0	213.515.598	181.266.862	127.766.074	48.971.534	-65.082.718
Reserva Legal Acumulada	0	154.865.779	303.323.339	407.963.754	448.071.440	382.988.723
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>20.929.120</b>	<b>536.338.439</b>	<b>824.576.930</b>	<b>1.037.847.371</b>	<b>1.101.746.224</b>	<b>936.024.450</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>20.929.120</b>	<b>904.719.816</b>	<b>1.309.167.131</b>	<b>1.573.577.199</b>	<b>1.598.789.199</b>	<b>1.253.930.455</b>
	8.969.623	(736.762.755)	(969.180.402)	(1.071.459.656)	(994.085.950)	(635.812.010)

Fuente: Autores

Cuadro 23. Balance general proyectado sin financiación

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACION EN PESOS</b>						
	<b>BALANCE INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja Bancos	22.034.373	164.257.062	337.320.729	500.520.699	603.561.913	618.120.203
Cuentas Por Cobrar o Deudores	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>22.034.373</b>	<b>164.257.062</b>	<b>337.320.729</b>	<b>500.520.699</b>	<b>603.561.913</b>	<b>618.120.203</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>						
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
MUEBLES Y ENSERES	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.450.000	1.450.000	1.450.000	1.450.000	1.450.000	1.450.000
VEHICULOS	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
(-) Despreciacion Acumulada	0	1.250.000	2.500.000	3.750.000	4.350.000	4.950.000
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>4.950.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>2.450.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>600.000</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Diferidos	2.914.370	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.914.370</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>7.864.370</b>	<b>3.700.000</b>	<b>2.450.000</b>	<b>1.200.000</b>	<b>600.000</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>29.898.743</b>	<b>167.957.062</b>	<b>339.770.729</b>	<b>501.720.699</b>	<b>604.161.913</b>	<b>618.120.203</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>						
Cuentas Por Pagar O Acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantias Por Pagar	0	2.982.420	3.083.823	3.188.673	3.297.087	3.409.188
Intereses a las Cesantias X Pagar	0	29.824	30.838	31.887	32.971	34.092
Impuesto de Renta X Pagar	0	22226106,52	0	0	0	0
Cree Por Pagar	0	19216403,84	16314017,58	11498946,68	4407438,094	0
Iva / Impuesto al Consumo	0	36.230.954	32.658.512	36.687.793	41.248.516	46.439.208
Ica Por Pagar	0	80.526	87.976	96.267	105.538	115.956
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>80.766.234</b>	<b>52.175.166</b>	<b>51.503.566</b>	<b>49.091.551</b>	<b>49.998.444</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>						
Obligaciones Financiera	0					
Leasing Financiero	0					
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>0</b>	<b>80.766.234</b>	<b>52.175.166</b>	<b>51.503.566</b>	<b>49.091.551</b>	<b>49.998.444</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	29.898.743	29.898.743	29.898.743	29.898.743	29.898.743	29.898.743
Utilidad Acumulada	0	154.865.779	303.323.339	407.963.754	448.071.440	382.988.723
Reserva Legal Acumulada	0	17.207.309	16.495.284	11.626.713	4.456.410	0
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>29.898.743</b>	<b>201.971.831</b>	<b>349.717.366</b>	<b>449.489.209</b>	<b>482.426.593</b>	<b>412.887.465</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>29.898.743</b>	<b>374.044.918</b>	<b>669.535.990</b>	<b>869.079.676</b>	<b>934.954.443</b>	<b>795.876.188</b>
	0	(206.087.857)	(329.765.261)	(367.358.977)	(330.792.530)	(177.755.985)

Fuente: Autores

## 5.13 ANALISIS VERTICAL SIN FINANCIACION Y CON FINANCIACION

Cuadro 24. Análisis vertical con financiación

ANALISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACION EN PESOS												
	BALANCE INICIAL	ANALISIS VERTICAL	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
<b>ACTIVOS</b>												
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>												
Caja Bancos	22.034.373	73,7%	164.257.062	4439,4%	337.320.729	12652,7%	500.520.699	31344,4%	603.561.913	122840,8%	618.178.703	-94847,9%
Cuentas Por Cobrar o Deudores	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Inventarios	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>22.034.373</b>	<b>0,0%</b>		<b>0,0%</b>		<b>0,0%</b>		<b>0,0%</b>		<b>0,0%</b>		<b>0,0%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>												
<b>ACTIVOS FIJOS</b>												
MUEBLES Y ENSERES	500.000	0,0%	500.000	13,5%	500.000	18,8%	500.000	31,3%	500.000	101,8%	500.000	-76,7%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.450.000	0,0%	1.450.000	39,2%	1.450.000	54,4%	1.450.000	90,8%	1.450.000	295,1%	1.450.000	-222,5%
VEHICULOS	3.000.000	0,0%	3.000.000	81,1%	3.000.000	112,5%	3.000.000	187,9%	3.000.000	610,6%	3.000.000	-460,3%
(-) Depreciacion Acumulada	0	0,0%	1.250.000	33,8%	1.250.000	46,9%	1.250.000	78,3%	1.250.000	254,4%	1.250.000	-191,8%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>4.950.000</b>	<b>0,0%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>138,8%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>231,7%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>753,0%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>-567,7%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>												
Diferidos	2.914.370	13,9%	0	0,0%	(1.034.000)	-38,8%	(2.103.156)	-131,7%	(3.208.663)	-653,0%	(4.351.758)	667,7%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.914.370</b>	<b>0,0%</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>(1.034.000)</b>	<b>-38,8%</b>	<b>(2.103.156)</b>	<b>-131,7%</b>	<b>(3.208.663)</b>	<b>-653,0%</b>	<b>(4.351.758)</b>	<b>667,7%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>7.864.370</b>	<b>37,6%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.666.000</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.596.844</b>	<b>100,0%</b>	<b>491.337</b>	<b>100,0%</b>	<b>(651.758)</b>	<b>100,0%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>29.898.743</b>	<b>142,9%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.666.000</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.596.844</b>	<b>100,0%</b>	<b>491.337</b>	<b>100,0%</b>	<b>(651.758)</b>	<b>100,0%</b>
<b>PASIVOS</b>												
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>												
Cuentas Por Pagar O Acreedores	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantias Por Pagar	0	0,00%	33.600.000	4,54%	34.742.400	3,57%	35.923.642	3,35%	37.145.045	3,74%	0	0,00%
Intereses a las Cesantias X Pagar	0	0,00%	2.189.044	0,30%	2.263.472	0,23%	2.340.430	0,22%	2.420.004	0,24%	0	0,00%
Impuesto de Renta X Pagar	0	0,00%	22226106,52	3,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cree Por Pagar	0	0,00%	19216403,84	2,60%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Iva / Impuesto al Consumo	0	0,00%	65.317.025	8,82%	73.375.586	7,55%	82.497.033	7,69%	92.878.416	9,36%	0	0,00%
Ica Por Pagar	0	0,00%	87.976	0,01%	96.267	0,01%	105.538	0,01%	115.956	0,01%	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>142.636.555</b>	<b>19,26%</b>	<b>110.477.725</b>	<b>11,37%</b>	<b>120.866.642</b>	<b>11,26%</b>	<b>132.559.421</b>	<b>13,36%</b>		
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>												
Obligaciones Financiera	20.929.120	100,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>20.929.120</b>	<b>100,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>20.929.120</b>	<b>100,00%</b>	<b>142.636.555</b>	<b>19,26%</b>	<b>110.477.725</b>	<b>11,37%</b>	<b>120.866.642</b>	<b>11,26%</b>	<b>132.559.421</b>	<b>13,36%</b>		<b>0,00%</b>
<b>PATRIMONIO</b>												
Capital Social	20.929.120	100,00%	3.700.000	0,50%	2.666.000	0,27%	1.596.844	0,15%	491.337	0,06%	(651.758)	-0,06%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	213.515.598	28,84%	181.266.852	18,65%	127.766.074	11,91%	48.321.534	4,87%	65.732.718	5,80%
Resena Legal Acumulada	0	0,00%	154.865.779	20,91%	303.323.339	31,21%	407.963.754	38,02%	447.539.090	45,11%	501.374.186	44,23%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>20.929.120</b>	<b>100,00%</b>	<b>372.081.377</b>	<b>50,25%</b>	<b>487.256.201</b>	<b>50,14%</b>	<b>537.326.672</b>	<b>50,07%</b>	<b>496.351.962</b>	<b>50,02%</b>	<b>566.455.146</b>	<b>49,97%</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>20.929.120</b>	<b>100,00%</b>	<b>740.462.755</b>	<b>100,00%</b>	<b>610.477.725</b>	<b>100,00%</b>	<b>618.693.516</b>	<b>100,00%</b>	<b>628.911.383</b>	<b>100,00%</b>	<b>614.503.012</b>	<b>100,00%</b>
	8.969.623		(736.762.755)		(969.180.402)		(1.071.459.656)		(991.721.250)		(1.134.213.808)	

Fuente: Autores

Cuadro 25. Análisis vertical sin financiación

ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS												
	BALANCE INICIAL	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
<b>ACTIVOS</b>												
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>												
Caja Bancos	22.034.373	73,7%	164.257.062	97,80%	337.320.729	99,28%	500.520.699	99,76%	603.561.913	99,9%	618.120.203	2067,4%
Cuentas Por Cobrar o Deudores	0	0,0%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,0%	0	0,0%
Inventarios	0	0,0%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,0%	0	0,0%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>22.034.373</b>	<b>73,7%</b>	<b>164.257.062</b>	<b>97,80%</b>	<b>337.320.729</b>	<b>99,28%</b>	<b>500.520.699</b>	<b>99,76%</b>	<b>603.561.913</b>	<b>99,9%</b>	<b>618.120.203</b>	<b>2067,4%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>												
<b>ACTIVOS FIJOS</b>												
MUEBLES Y ENSERES	500.000	1,7%	500.000	0,30%	500.000	0,15%	500.000	0,10%	500.000	0,1%	500.000	1,7%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.450.000	4,8%	1.450.000	0,86%	1.450.000	0,43%	1.450.000	0,29%	1.450.000	0,2%	1.450.000	4,8%
VEHICULOS	3.000.000	10,0%	3.000.000	1,79%	3.000.000	0,88%	3.000.000	0,60%	3.000.000	0,5%	3.000.000	10,0%
(-) Depreciación Acumulada	0	0,0%	1.250.000	0,74%	2.500.000	0,74%	3.750.000	0,75%	4.350.000	0,7%	4.950.000	16,6%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>4.950.000</b>	<b>16,6%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>2,20%</b>	<b>2.450.000</b>	<b>0,72%</b>	<b>1.200.000</b>	<b>0,24%</b>	<b>600.000</b>	<b>0,1%</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>												
Diferidos	2.914.370	9,7%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,0%	0	0,0%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.914.370</b>	<b>9,7%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>7.864.370</b>	<b>26,3%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>2,20%</b>	<b>2.450.000</b>	<b>0,72%</b>	<b>1.200.000</b>	<b>0,24%</b>	<b>600.000</b>	<b>0,1%</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>29.898.743</b>	<b>100,0%</b>	<b>167.957.062</b>	<b>100,00%</b>	<b>339.770.729</b>	<b>100,00%</b>	<b>501.720.699</b>	<b>100,00%</b>	<b>604.161.913</b>	<b>100,0%</b>	<b>618.120.203</b>	<b>2067,4%</b>
<b>PASIVOS</b>												
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>												
Cuentas Por Pagar O Acreedores	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantías Por Pagar	0	0,00%	2.982.420	0,80%	3.083.823	0,46%	3.188.673	0,37%	3.297.087	0,35%	3.409.188	0,36%
Intereses a las Cesantías X Pagar	0	0,00%	29.824	0,01%	30.838	0,00%	31.887	0,00%	32.971	0,00%	34.092	0,00%
Impuesto de Renta X Pagar	0	0,00%	22226106,52	5,94%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Crece Por Pagar	0	0,00%	19216403,84	5,14%	16314017,58	2,44%	11498946,68	1,32%	4407438,094	0,47%	0	0,00%
Iva / Impuesto al Consumo	0	0,00%	36.230.954	9,69%	32.658.512	4,88%	36.687.793	4,22%	41.248.516	4,41%	46.439.208	4,97%
Ica Por Pagar	0	0,00%	80.526	0,02%	87.976	0,01%	96.267	0,01%	105.538	0,01%	115.956	0,01%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>80.766.234</b>	<b>21,59%</b>	<b>52.175.166</b>	<b>7,79%</b>	<b>51.503.566</b>	<b>5,93%</b>	<b>49.091.551</b>	<b>5,25%</b>	<b>49.998.444</b>	<b>5,35%</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>												
Obligaciones Financiera	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>80.766.234</b>	<b>21,59%</b>	<b>52.175.166</b>	<b>7,79%</b>	<b>51.503.566</b>	<b>5,93%</b>	<b>49.091.551</b>	<b>5,25%</b>	<b>49.998.444</b>	<b>5,35%</b>
<b>PATRIMONIO</b>												
Capital Social	29.898.743	100,00%	29.898.743	7,99%	29.898.743	4,47%	29.898.743	3,44%	29.898.743	3,20%	29.898.743	3,20%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	154.865.779	41,40%	303.323.339	45,30%	407.963.754	46,94%	448.071.440	47,92%	382.988.723	40,96%
Reserva Legal Acumulada	0	0,00%	17.207.309	4,60%	16.495.284	2,46%	11.626.713	1,34%	4.456.410	0,46%	0	0,00%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>29.898.743</b>	<b>100,00%</b>	<b>201.971.831</b>	<b>54,00%</b>	<b>349.717.366</b>	<b>52,23%</b>	<b>449.489.209</b>	<b>51,72%</b>	<b>482.426.593</b>	<b>51,60%</b>	<b>412.887.465</b>	<b>44,16%</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>29.898.743</b>	<b>100,00%</b>	<b>374.044.918</b>	<b>100,00%</b>	<b>669.535.990</b>	<b>100,00%</b>	<b>869.079.676</b>	<b>100,00%</b>	<b>934.954.443</b>	<b>100,00%</b>	<b>795.876.188</b>	<b>85,12%</b>
	0		(206.087.857)		(329.765.261)		(367.358.977)		(330.792.530)		(177.755.985)	

Fuente: Autores



Cuadro 26. Análisis vertical sin financiación

ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION EN PESOS										
INGRESOS	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
Ventas	813.381.527		888.642.429		972.397.460		1.066.039.266		1.171.270.623	
Descuentos	8.133.915		8.886.424		9.723.975		10.660.393		11.712.706	
Devoluciones	0		0		0		0		0	
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>805.257.612</b>	<b>100,00%</b>	<b>879.756.005</b>	<b>100,00%</b>	<b>962.673.486</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.055.378.873</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.159.557.916</b>	<b>100,00%</b>
CMV	524.296.800	65,11%	630.768.039	71,70%	764.920.989	79,46%	934.727.881	88,57%	1.150.537.645	99,22%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>280.960.812</b>	<b>34,89%</b>	<b>248.987.966</b>	<b>28,30%</b>	<b>197.752.497</b>	<b>20,54%</b>	<b>120.650.993</b>	<b>11,43%</b>	<b>9.020.272</b>	<b>0,78%</b>
<b>EGRESOS</b>										
Nomina	48.668.240	6,04%	50.322.960	5,72%	52.033.941	5,41%	53.803.095	5,10%	55.632.400	4,80%
Gastos Admon.	14.532.078	1,80%	15.026.169	1,71%	15.537.058	1,61%	16.065.318	1,52%	16.611.539	1,43%
Gastos Ventas	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Gastos Depreciación	1.250.000	0,16%	1.250.000	0,14%	1.250.000	0,13%	1.250.000	0,12%	1.250.000	0,11%
Gastos Diferidos	2.914.370	0,36%	1.034.000	0,12%	1.069.156	0,11%	1.105.507	0,10%	1.143.095	0,10%
ICA	80.526	0,01%	87.976	0,01%	96.267	0,01%	105.538	0,01%	115.956	0,01%
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>67.445.214</b>	<b>8,38%</b>	<b>67.721.104</b>	<b>7,70%</b>	<b>69.986.423</b>	<b>7,27%</b>	<b>72.329.458</b>	<b>6,85%</b>	<b>74.752.990</b>	<b>6,45%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>213.515.598</b>	<b>26,52%</b>	<b>181.266.862</b>	<b>20,60%</b>	<b>127.766.074</b>	<b>13,27%</b>	<b>48.321.534</b>	<b>4,58%</b>	<b>65.732.718</b>	<b>5,67%</b>
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos Financieros Prestamo	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
Gastos Financieros Leasing	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>213.515.598</b>	<b>26,52%</b>	<b>181.266.862</b>	<b>20,60%</b>	<b>127.766.074</b>	<b>13,27%</b>	<b>48.321.534</b>	<b>4,58%</b>	<b>65.732.718</b>	<b>5,67%</b>
IMPUESTO DE RENTA	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
CREE	19216403,84	2,38%	16314017,58	1,85%	11498946,68	1,19%	4348938,094	0,41%	5915944,602	0,51%
<b>UTILIDAD NETA DESPUES IMPUESTOS</b>	<b>194.299.194</b>	<b>24,13%</b>	<b>164.952.844</b>	<b>18,75%</b>	<b>116.267.128</b>	<b>12,08%</b>	<b>43.972.596</b>	<b>4,17%</b>	<b>59.816.773</b>	<b>5,16%</b>
RESERVA LEGAL	0	0,00%	16495284,44	1,87%	11626712,75	1,21%	4397259,629	0,42%	5981677,32	0,52%
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>194.299.194</b>	<b>24,13%</b>	<b>148.457.560</b>	<b>16,87%</b>	<b>104.640.415</b>	<b>10,87%</b>	<b>39.575.337</b>	<b>3,75%</b>	<b>53.835.096</b>	<b>4,64%</b>

Fuente: Autores

Cuadro 27. Análisis vertical con financiación

ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIAMIENTO EN PESOS												
	BALANCE INICIAL	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
<b>ACTIVOS</b>												
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>												
Caja Bancos	22.034.373	73,7%	164.267.062	4439,4%	337.320.729	12662,7%	500.520.699	31344,4%	603.561.913	52882,0%	618.120.203	-35163294,6%
Cuentas Por Cobrar o Deudores	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Inventarios	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>22.034.373</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>												
<b>ACTIVOS FIJOS</b>												
MUEBLES Y ENSERES	500.000	0,0%	500.000	13,5%	500.000	18,8%	500.000	31,3%	500.000	43,8%	500.000	-28443,7%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.450.000	0,0%	1.450.000	39,2%	1.450.000	54,4%	1.450.000	90,8%	1.450.000	127,0%	1.450.000	-82486,8%
VEHICULOS	3.000.000	0,0%	3.000.000	81,1%	3.000.000	112,5%	3.000.000	187,9%	3.000.000	262,8%	3.000.000	-170682,4%
(-) Depreciación Acumulada	0	0,0%	1.250.000	33,8%	1.250.000	46,9%	1.250.000	78,3%	600.000	52,6%	600.000	-34132,5%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>4.950.000</b>	<b>0,0%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>138,8%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>231,7%</b>	<b>4.350.000</b>	<b>381,1%</b>	<b>4.350.000</b>	<b>-247460,5%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>												
Diferidos	2.914.370	13,9%	0	0,0%	(1.034.000)	-38,8%	(2.103.156)	-131,7%	(3.208.663)	-281,1%	(4.351.758)	247560,5%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.914.370</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>(1.034.000)</b>	<b>-38,8%</b>	<b>(2.103.156)</b>	<b>-131,7%</b>	<b>(3.208.663)</b>	<b>-281,1%</b>	<b>(4.351.758)</b>	<b>247560,5%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>7.864.370</b>	<b>37,8%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.666.000</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.596.844</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.141.337</b>	<b>100,0%</b>	<b>(1.758)</b>	<b>100,0%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>29.898.743</b>	<b>142,9%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.666.000</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.596.844</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.141.337</b>	<b>100,0%</b>	<b>(1.758)</b>	<b>100,0%</b>
<b>PASIVOS</b>												
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>												
Cuentas Por Pagar O Acreedores	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantías Por Pagar	0	0,00%	33.600.000	4,54%	34.742.400	3,57%	35.923.642	3,35%	37.145.045	3,73%	0	0,00%
Intereses a las Cesantías X Pagar	0	0,00%	2.189.044	0,30%	2.263.472	0,23%	2.340.430	0,22%	2.420.004	0,24%	0	0,00%
Impuesto de Renta X Pagar	0	0,00%	22226106,52	3,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cree Por Pagar	0	0,00%	19216403,84	2,60%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Iva / Impuesto al Consumo	0	0,00%	65.317.025	8,82%	73.375.586	7,55%	82.497.033	7,69%	92.878.416	9,33%	0	0,00%
Ica Por Pagar	0	0,00%	87.976	0,01%	96.267	0,01%	105.538	0,01%	115.956	0,01%	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>142.636.555</b>	<b>19,26%</b>	<b>110.477.251</b>	<b>11,37%</b>	<b>120.866.642</b>	<b>11,26%</b>	<b>132.559.421</b>	<b>13,32%</b>		
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>												
Obligaciones Financiera	20.929.120	100,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>20.929.120</b>	<b>100,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>20.929.120</b>	<b>100,00%</b>	<b>142.636.555,1</b>	<b>19,26%</b>	<b>110.477.251,1</b>	<b>11,37%</b>	<b>120.866.642,1</b>	<b>11,26%</b>	<b>132.559.421,5</b>	<b>13,32%</b>		<b>0,00%</b>
<b>PATRIMONIO</b>												
Capital Social	20.929.120	100,00%	3.700.000	0,50%	2.666.000	0,27%	1.596.844	0,15%	1.141.337	0,11%	(1.758)	0,00%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	213.515.598	28,84%	181.266.862	18,65%	127.766.074	11,91%	48.971.534	4,92%	-65.082.718	-10,24%
Reserva Legal Acumulada	0	0,00%	154.865.779	20,91%	303.323.339	31,21%	407.963.754	38,02%	448.071.440	45,02%	382.988.723	60,24%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>20.929.120</b>	<b>100,00%</b>	<b>372.081.377</b>	<b>50,25%</b>	<b>487.256.201</b>	<b>50,14%</b>	<b>537.326.672</b>	<b>50,07%</b>	<b>498.184.312</b>	<b>50,06%</b>	<b>317.904.247</b>	<b>50,00%</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>20.929.120</b>	<b>100,00%</b>	<b>740.462.755</b>	<b>100,00%</b>	<b>597.846.402</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.073.056.500</b>	<b>100,00%</b>	<b>995.227.286</b>	<b>100,00%</b>	<b>635.810.252</b>	<b>100,00%</b>
	8.969.623		(736.762.755)		(969.180.402)		(1.071.459.656)		(994.085.950)		(635.812.010)	

Fuente: Autores

## 5.14 ANALISIS HORIZONTALES PROYECTADOS CON FINANCIACION Y SIN FINANCIACION

Cuadro 28. Análisis horizontal sin financiación

ANALISIS HORIZONTALES BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACION EN PESOS																
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
<b>ACTIVOS</b>																
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>																
Caja Bancos	22.034.373	164.257.062	142.222.689	645,46%	337.320.729	173.063.667	105,36%	500.520.699	163.199.970	48,38%	603.561.913	103.041.214	20,59%	618.178.703	14.616.790	2,42%
Cuentas Por Cobrar o Deudores	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Inventarios	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>22.034.373</b>	<b>164.257.062</b>	<b>142.222.689</b>	<b>645,46%</b>	<b>337.320.729</b>	<b>173.063.667</b>	<b>105,36%</b>	<b>500.520.699</b>	<b>163.199.970</b>	<b>48,38%</b>	<b>603.561.913</b>	<b>103.041.214</b>	<b>20,59%</b>	<b>618.178.703</b>	<b>14.616.790</b>	<b>2,42%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>																
<b>ACTIVOS FIJOS</b>																
MUEBLES Y ENSERES	500.000	500.000	0	0,00%	500.000	0	0,00%	500.000	0	0,00%	500.000	0	0,00%	500.000	0	0,00%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.450.000	1.450.000	0	0,00%	1.450.000	0	0,00%	1.450.000	0	0,00%	1.450.000	0	0,00%	1.450.000	0	0,00%
VEHICULOS	3.000.000	3.000.000	0	0,00%	3.000.000	0	0,00%	3.000.000	0	0,00%	3.000.000	0	0,00%	3.000.000	0	0,00%
(-) Depreciacion Acumulada	0	1.250.000	1.250.000	0,00%	2.500.000	1.250.000	100,00%	3.750.000	1.250.000	50,00%	5.000.000	1.250.000	33,33%	6.250.000	1.250.000	25,00%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>4.950.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>-1.250.000</b>	<b>-25,25%</b>	<b>2.450.000</b>	<b>-1.250.000</b>	<b>-33,78%</b>	<b>1.200.000</b>	<b>-1.250.000</b>	<b>(51,02%)</b>	<b>(50.000)</b>	<b>-1.250.000</b>	<b>-104,17%</b>	<b>(1.300.000)</b>	<b>-1.250.000</b>	<b>2500,00%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>																
Diferidos	2.914.370	0	-2.914.370	-100,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.914.370</b>	<b>0</b>	<b>-2.914.370</b>	<b>-100,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>7.864.370</b>	<b>3.700.000</b>	<b>-4.164.370</b>	<b>-52,95%</b>	<b>2.450.000</b>	<b>-1.250.000</b>	<b>-33,78%</b>	<b>1.200.000</b>	<b>-1.250.000</b>	<b>(51,02%)</b>	<b>(50.000)</b>	<b>-1.250.000</b>	<b>-104,17%</b>	<b>(1.300.000)</b>	<b>-1.250.000</b>	<b>2500,00%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>29.898.743</b>	<b>167.957.062</b>	<b>138.058.319</b>	<b>461,75%</b>	<b>339.770.729</b>	<b>171.813.667</b>	<b>102,30%</b>	<b>501.720.699</b>	<b>161.949.970</b>	<b>47,66%</b>	<b>603.511.913</b>	<b>101.791.214</b>	<b>20,29%</b>	<b>616.878.703</b>	<b>13.366.790</b>	<b>2,21%</b>
<b>PASIVOS</b>																
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>																
Cuentas Por Pagar O Acreedores	0	0	0	0,00%	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Cesantías Por Pagar	0	2.982.420	2.982.420	0,00%	3.083.823	101.402	3,40%	3.188.673	104.850	3,40%	3.297.087	108.415	3,40%	3.405.188	112.101	3,40%
Intereses a las Cesantías X Pagar	0	29.824	29.824	0,00%	30.838	1.014	3,40%	31.887	1.048	3,40%	32.971	1.084	3,40%	34.092	1.121	3,40%
Impuesto de Renta X Pagar	0	2222106,52	22.226.107	0,00%	0	-22.226.107	0,00%	0	0	#DIV/0!	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Cree Por Pagar	0	19216403,84	19.216.404	0,00%	16314017,58	-2.902.386	0,00%	11498946,68	-4.815.071	(29,51%)	4348938,094	-7.150.009	0,00%	5915944,602	1.567.007	0,00%
Iva / Impuesto al Consumo	0	36.230.954	36.230.954	0,00%	32.658.512	-3.572.441	-9,86%	36.687.793	4.029.281	12,34%	41.248.516	4.560.723	12,43%	46.439.208	5.190.692	12,58%
Ica Por Pagar	0	80.526	80.526	0,00%	87.976	7.450	9,25%	96.267	8.292	9,43%	105.538	9.271	9,63%	115.956	10.418	9,87%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>80.766.234</b>	<b>80.766.234</b>	<b>0,00%</b>	<b>52.175.166</b>	<b>-28.591.068</b>	<b>-35,40%</b>	<b>51.503.566</b>	<b>-671.600</b>	<b>(1,29%)</b>	<b>49.033.051</b>	<b>-2.470.516</b>	<b>-4,80%</b>	<b>55.914.389</b>	<b>6.881.338</b>	<b>14,03%</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>																
Obligaciones Financiera	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>0</b>	<b>80.766.234</b>	<b>80.766.234</b>	<b>0,00%</b>	<b>52.175.166</b>	<b>-28.591.068</b>	<b>-35,40%</b>	<b>51.503.566</b>	<b>-671.600</b>	<b>(1,29%)</b>	<b>49.033.051</b>	<b>-2.470.516</b>	<b>-4,80%</b>	<b>55.914.389</b>	<b>6.881.338</b>	<b>14,03%</b>
<b>PATRIMONIO</b>																
Capital Social	29.898.743	29.898.743	0	0,00%	29.898.743	0	0,00%	29.898.743	0	0,00%	29.898.743	0	0,00%	29.898.743	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	154.865.779	154.865.779	0,00%	303.323.339	148.457.560	95,86%	407.963.754	104.640.415	34,50%	447.539.090	39.575.337	9,70%	501.374.186	53.835.096	12,03%
Reserva Legal Acumulada	0	17.207.309	17.207.309	0,00%	16.495.284	-712.024	0,00%	11.626.713	-4.868.572	0,00%	4.397.260	-7.229.453	0,00%	5.981.677	1.584.418	0,00%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>29.898.743</b>	<b>201.971.831</b>	<b>172.073.088</b>	<b>575,52%</b>	<b>349.717.366</b>	<b>147.745.536</b>	<b>73,15%</b>	<b>449.489.209</b>	<b>99.771.843</b>	<b>28,53%</b>	<b>481.835.093</b>	<b>32.345.884</b>	<b>7,20%</b>	<b>537.254.606</b>	<b>55.419.514</b>	<b>11,50%</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>29.898.743</b>	<b>374.044.918</b>	<b>344.146.176</b>	<b>1151,04%</b>	<b>669.535.990</b>	<b>295.491.071</b>	<b>79,00%</b>	<b>869.079.676</b>	<b>199.543.686</b>	<b>29,80%</b>	<b>933.771.443</b>	<b>64.691.767</b>	<b>7,44%</b>	<b>1.044.610.470</b>	<b>110.839.027</b>	<b>11,87%</b>

Fuente: Autores

Cuadro 29. Análisis horizontal proyectado

ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIAMIENTO EN PESOS													
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
<b>ACTIVOS</b>													
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>													
Caja Bancos	22.034.373	164.257.062	142.222.689	645,46%	337.320.729	173.063.667	105,36%	500.520.699	163.199.970	48,38%	603.561.913	103.041.214	20,59%
Cuentas Por Cobrar o Deudores	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Inventarios	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>22.034.373</b>		<b>-22.034.373</b>	<b>-100,00%</b>		<b>0</b>	<b>0,00%</b>		<b>0</b>	<b>0,00%</b>		<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>													
<b>ACTIVOS FIJOS</b>													
MUEBLES Y ENSERES	500.000	500.000	0	0,00%	500.000	0	0,00%	500.000	0	0,00%	500.000	0	0,00%
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.450.000	1.450.000	0	0,00%	1.450.000	0	0,00%	1.450.000	0	0,00%	1.450.000	0	0,00%
VEHICULOS	3.000.000	3.000.000	0	0,00%	3.000.000	0	0,00%	3.000.000	0	0,00%	3.000.000	0	0,00%
(-) Depreciacion Acumulada	0	1.250.000	1.250.000	0,00%	1.250.000	0	0,00%	1.250.000	0	0,00%	600.000	-650.000	-52,00%
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>4.950.000</b>	<b>3.700.000</b>	<b>-1.250.000</b>	<b>-25,25%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>3.700.000</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>4.350.000</b>	<b>650.000</b>	<b>17,57%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>													
Diferidos	2.914.370	0	-2.914.370	-100,00%	(1.034.000)	-1.034.000	0,00%	(2.103.156)	-1.069.156	103,40%	(3.208.663)	-1.105.507	52,56%
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>2.914.370</b>	<b>0</b>	<b>-2.914.370</b>	<b>-100,00%</b>	<b>(1.034.000)</b>	<b>-1.034.000</b>	<b>0,00%</b>	<b>(2.103.156)</b>	<b>-1.069.156</b>	<b>103,40%</b>	<b>(3.208.663)</b>	<b>-1.105.507</b>	<b>52,56%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>7.864.370</b>	<b>3.700.000</b>	<b>-4.164.370</b>	<b>-52,95%</b>	<b>2.666.000</b>	<b>-1.034.000</b>	<b>-27,95%</b>	<b>1.596.844</b>	<b>-1.069.156</b>	<b>-40,10%</b>	<b>1.141.337</b>	<b>-455.507</b>	<b>-28,53%</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>29.898.743</b>	<b>3.700.000</b>	<b>-26.198.743</b>	<b>-87,62%</b>	<b>2.666.000</b>	<b>-1.034.000</b>	<b>-27,95%</b>	<b>1.596.844</b>	<b>-1.069.156</b>	<b>-40,10%</b>	<b>1.141.337</b>	<b>-455.507</b>	<b>-28,53%</b>
<b>PASIVOS</b>													
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>													
Cuentas Por Pagar O Acreedores	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Cesantías Por Pagar	0	33.600.000	33.600.000	0,00%	34.742.400	1.142.400	3,40%	35.923.642	1.181.242	3,40%	37.145.045	1.221.404	3,40%
Intereses a las Cesantías X Pagar	0	2.189.044	2.189.044	0,00%	2.263.472	74.428	3,40%	2.340.430	76.958	3,40%	2.420.004	79.575	3,40%
Impuesto de Renta X Pagar	0	222.261.06,52	22.226.107	0,00%	0	-22.226.107	-100,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Cree Por Pagar	0	192.164.03,84	19.216.404	0,00%	0	-19.216.404	-100,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Iva / Impuesto al Consumo	0	65.317.025	65.317.025	0,00%	73.375.586	8.058.561	12,34%	82.497.033	9.121.447	12,43%	92.878.416	10.381.383	12,58%
Ica Por Pagar	0	87.976	87.976	0,00%	96.267	8.292	9,43%	105.538	9.271	9,63%	115.956	10.418	9,87%
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>PASIVOS NO CORRIENTES</b>													
Obligaciones Financiera	20.929.120	0	-20.929.120	-100,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Leasing Financiero	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>20.929.120</b>	<b>0</b>	<b>-20.929.120</b>	<b>-100,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>20.929.120</b>	<b>0</b>	<b>-20.929.120</b>	<b>-100,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>
<b>PATRIMONIO</b>													
Capital Social	20.929.120	3.700.000	-17.229.120	-82,32%	2.666.000	-1.034.000	-27,95%	1.596.844	-1.069.156	-40,10%	1.141.337	-455.507	-28,53%
Utilidad Acumulada	0	213.515.598	213.515.598	0,00%	181.266.862	-32.248.736	-15,10%	127.766.074	-53.500.788	-29,51%	48.971.534	-78.794.540	-61,67%
Reserva Legal Acumulada	0	154.865.779	154.865.779	0,00%	303.323.339	148.457.560	95,86%	407.963.754	104.640.415	34,50%	448.071.440	40.107.687	9,83%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>20.929.120</b>	<b>372.081.377</b>	<b>351.152.257</b>	<b>167,82%</b>	<b>487.256.201</b>	<b>115.174.824</b>	<b>30,95%</b>	<b>537.326.672</b>	<b>50.070.471</b>	<b>10,28%</b>	<b>498.184.312</b>	<b>-39.142.360</b>	<b>-7,28%</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>20.929.120</b>	<b>740.462.755</b>	<b>719.533.636</b>	<b>3437,95%</b>	<b>971.846.402</b>	<b>231.383.647</b>	<b>31,25%</b>	<b>1.073.056.500</b>	<b>101.210.098</b>	<b>10,41%</b>	<b>995.227.286</b>	<b>-77.829.214</b>	<b>-7,25%</b>
	8.969.623	(736.762.755)			(969.180.402)			(1.071.459.656)			(994.085.950)		

Fuente: Autores

Cuadro 30. Análisis horizontal sin financiación

ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION EN PESOS														
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	
Ventas	813.391.527	888.642.429	75.250.902	9,25%	972.397.460	83.755.031	9,43%	1.066.039.266	93.641.806	9,63%	1.171.270.623	105.231.357	9,87%	
Descuentos	8.133.915	8.886.424	752.509	9,25%	9.723.975	837.550	9,43%	10.660.393	936.418	9,63%	11.712.706	1.052.314	9,87%	
Devoluciones	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>805.257.612</b>	<b>879.756.005</b>	<b>74.498.393</b>	<b>9,25%</b>	<b>962.673.486</b>	<b>82.917.481</b>	<b>9,43%</b>	<b>1.055.378.873</b>	<b>92.705.388</b>	<b>9,63%</b>	<b>1.159.557.916</b>	<b>104.179.043</b>	<b>9,87%</b>	
CMV	524.296.800	630.768.039	106.471.239	20,31%	764.920.989	134.152.950	21,27%	934.727.881	169.806.892	22,20%	1.150.537.645	215.809.764	23,09%	
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>280.960.812</b>	<b>248.987.966</b>	<b>-31.972.846</b>	<b>-11,38%</b>	<b>197.752.497</b>	<b>-51.235.470</b>	<b>-20,58%</b>	<b>120.650.993</b>	<b>-77.101.504</b>	<b>-38,90%</b>	<b>9.020.272</b>	<b>-111.630.721</b>	<b>-92,52%</b>	
<b>EGRESOS</b>														
Nomina	48.668.240	50.322.960	1.654.720	3,40%	52.033.941	1.710.981	3,40%	53.803.095	1.769.154	3,40%	55.632.400	1.829.305	3,40%	
Gastos Admon.	14.532.078	15.026.169	494.091	3,40%	15.537.058	510.890	3,40%	16.065.318	528.260	3,40%	16.611.539	546.221	3,40%	
Gastos Ventas	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	
Gastos Depreciacion	1.250.000	1.250.000	0	0,00%	1.250.000	0	0,00%	600.000	-650.000	-52,00%	600.000	0	0,00%	
Gastos Diferidos	2.914.370	1.034.000	-1.880.370	-64,52%	1.069.156	35.156	3,40%	1.105.507	36.351	3,40%	1.143.095	37.587	3,40%	
ICA	80.526	87.976	7.450	9,25%	96.267	8.292	9,43%	105.538	9.271	9,63%	115.956	10.418	9,87%	
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>67.445.214</b>	<b>67.721.104</b>	<b>275.891</b>	<b>0,41%</b>	<b>69.986.423</b>	<b>2.265.318</b>	<b>3,35%</b>	<b>71.679.458</b>	<b>1.693.036</b>	<b>2,42%</b>	<b>74.102.990</b>	<b>2.423.531</b>	<b>3,38%</b>	
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>213.515.598</b>	<b>181.266.862</b>	<b>-32.248.736</b>	<b>-15,10%</b>	<b>127.766.074</b>	<b>-53.500.788</b>	<b>-29,51%</b>	<b>48.971.534</b>	<b>-78.794.540</b>	<b>-61,67%</b>	<b>-65.082.718</b>	<b>-114.054.252</b>	<b>-232,90%</b>	
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>														
Gastos Financieros Prestamo	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	
Gastos Financieros Leasing	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>	
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>213.515.598</b>	<b>181.266.862</b>	<b>-32.248.736</b>	<b>-15,10%</b>	<b>127.766.074</b>	<b>-53.500.788</b>	<b>-29,51%</b>	<b>48.971.534</b>	<b>-78.794.540</b>	<b>-61,67%</b>	<b>-65.082.718</b>	<b>-114.054.252</b>	<b>-232,90%</b>	
IMPUESTO DE RENTA	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	
CREE	19216403,84	16314017,58	-2.902.386	-15,10%	11498946,68	-4.815.071	-29,51%	4407438,094	-7.091.509	0,00%	0	-4.407.438	0,00%	
<b>UTILIDAD NETA DESPUES IMPUESTOS</b>	<b>194.299.194</b>	<b>164.952.844</b>	<b>-29.346.350</b>	<b>-15,10%</b>	<b>116.267.128</b>	<b>-48.685.717</b>	<b>-29,51%</b>	<b>44.564.096</b>	<b>-71.703.031</b>	<b>-61,67%</b>	<b>-65.082.718</b>	<b>-109.646.814</b>	<b>-246,04%</b>	
RESERVA LEGAL	0	16495284,44	16.495.284	0,00%	11626712,75	-4.868.572	-29,51%	4456409,629	-7.170.303	0,00%	0	-4.456.410	0,00%	
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>194.299.194</b>	<b>148.457.560</b>	<b>-45.841.634</b>	<b>-23,59%</b>	<b>104.640.415</b>	<b>-43.817.145</b>	<b>-29,51%</b>	<b>40.107.687</b>	<b>-64.532.728</b>	<b>-61,67%</b>	<b>-65.082.718</b>	<b>-105.190.404</b>	<b>-262,27%</b>	

Fuente: Autores

Cuadro 31. Análisis horizontal resultado financiero en pesos

ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS													
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
Ventas	813.391.527	888.642.429	75.250.902	9,25%	972.397.460	83.755.031	9,43%	1.066.039.266	93.641.806	9,63%	1.171.270.623	105.231.357	9,87%
Descuentos	8.133.915	8.886.424	752.509	9,25%	9.723.975	837.550	9,43%	10.660.393	936.418	9,63%	11.712.706	1.052.314	9,87%
Devoluciones	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>VENTAS NETAS</b>	<b>805.257.612</b>	<b>879.756.005</b>	<b>74.498.393</b>	<b>9,25%</b>	<b>962.673.486</b>	<b>82.917.481</b>	<b>9,43%</b>	<b>1.055.378.873</b>	<b>92.705.388</b>	<b>9,63%</b>	<b>1.159.557.916</b>	<b>104.179.043</b>	<b>9,87%</b>
CMV	524.296.800	630.768.039	106.471.239	20,31%	764.920.989	134.152.950	21,27%	934.727.881	169.806.892	22,20%	1.150.537.645	215.809.764	23,09%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>280.960.812</b>	<b>248.987.966</b>	<b>-31.972.846</b>	<b>-11,38%</b>	<b>197.752.497</b>	<b>-51.235.470</b>	<b>-20,58%</b>	<b>120.650.993</b>	<b>-77.101.504</b>	<b>-38,99%</b>	<b>9.020.272</b>	<b>-111.630.721</b>	<b>-92,52%</b>
<b>EGRESOS</b>													
Nomina	48.668.240	50.322.960	1.654.720	3,40%	52.033.941	1.710.981	3,40%	53.803.095	1.769.154	3,40%	55.632.400	1.829.305	3,40%
Gastos Admon.	14.532.078	15.026.169	494.091	3,40%	15.537.058	510.890	3,40%	16.065.318	528.260	3,40%	16.611.539	546.221	3,40%
Gastos Ventas	0	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!	0	0	#DIV/0!
Gastos Depreciación	1.250.000	1.250.000	0	0,00%	1.250.000	0	0,00%	600.000	-650.000	-52,00%	600.000	0	0,00%
Gastos Diferidos	2.914.370	1.034.000	-1.880.370	-64,52%	1.069.156	35.156	3,40%	1.105.507	36.351	3,40%	1.143.095	37.587	3,40%
ICA	80.526	87.976	7.450	9,25%	96.267	8.292	9,43%	105.538	9.271	9,63%	115.956	10.418	9,87%
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>67.445.214</b>	<b>67.721.104</b>	<b>275.891</b>	<b>0,41%</b>	<b>69.986.423</b>	<b>2.265.318</b>	<b>3,35%</b>	<b>71.679.458</b>	<b>1.693.036</b>	<b>2,42%</b>	<b>74.102.990</b>	<b>2.423.531</b>	<b>3,38%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>213.515.598</b>	<b>181.266.862</b>	<b>-32.248.736</b>	<b>-15,10%</b>	<b>127.766.074</b>	<b>-53.500.788</b>	<b>-29,51%</b>	<b>48.971.534</b>	<b>-78.794.540</b>	<b>-61,67%</b>	<b>-65.082.718</b>	<b>-114.054.252</b>	<b>-232,90%</b>
<b>OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>													
Gastos Financieros Prestamo	38.003	29.665	-8.338	-21,94%	21.310	-8.355	-28,16%	12.938	-8.372	-39,28%	4.550	-8.388	-64,83%
Gastos Financieros Leasing	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
<b>TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>38.003</b>	<b>29664,87857</b>	<b>-8.338</b>	<b>-21,94%</b>	<b>21309,97386</b>	<b>-8.355</b>	<b>-28,16%</b>	<b>12938,35933</b>	<b>-8.372</b>	<b>-39,28%</b>	<b>4550,001579</b>	<b>-8.388</b>	<b>-64,83%</b>
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>213.515.598</b>	<b>181.266.862</b>	<b>-32.248.736</b>	<b>-15,10%</b>	<b>127.766.074</b>	<b>-53.500.788</b>	<b>-29,51%</b>	<b>48.971.534</b>	<b>-78.794.540</b>	<b>-61,67%</b>	<b>-65.082.718</b>	<b>-114.054.252</b>	<b>-232,90%</b>
IMPUESTO DE RENTA	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
CREE	19216403,84	16314017,58	-2.902.386	-15,10%	11498946,68	-4.815.071	-29,51%	4407438,094	-7.091.509	0,00%	0	-4.407.438	0,00%
<b>UTILIDAD NETA DESPUES IMPUESTOS</b>	<b>194.299.194</b>	<b>164.952.844</b>	<b>-29.346.350</b>	<b>-15,10%</b>	<b>116.267.128</b>	<b>-48.685.717</b>	<b>-29,51%</b>	<b>44.564.036</b>	<b>-71.703.031</b>	<b>-61,67%</b>	<b>-65.082.718</b>	<b>-109.646.814</b>	<b>-246,04%</b>
RESERVA LEGAL	0	16495284,44	16.495.284	0,00%	11626712,75	-4.868.572	-29,51%	4456409,629	-7.170.303	0,00%	0	-4.456.410	0,00%
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>194.299.194</b>	<b>148.457.560</b>	<b>-45.841.634</b>	<b>-23,59%</b>	<b>104.640.415</b>	<b>-43.817.145</b>	<b>-29,51%</b>	<b>40.107.687</b>	<b>-64.532.728</b>	<b>-61,67%</b>	<b>-65.082.718</b>	<b>-105.190.404</b>	<b>-262,27%</b>

Fuente: Autores

**Cuadro 32.** Razones financieras sin financiación y con financiación

<b>RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACION</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Capital Neto de Trabajo	83.490.827	285.145.562	449.017.132	554.470.362	568.121.759
Razon Corriente	203,37%	646,52%	971,82%	1229,46%	1236,28%
Prueba Acidad	203,37%	646,52%	971,82%	1229,46%	1236,28%
Dias de Cartera	0%	0	0	0	0
Rotacion de Cartera	0	0	0	0	0
Endeudamiento	48%	15%	10%	8%	8%
Rendimiento Sobre Activos	127,1%	53,3%	25,5%	8,1%	-10,5%
Rendimiento Sobre Patrimonio	105,72%	51,83%	28,42%	10,15%	-15,76%
Margen Bruto	34,89%	28,30%	20,54%	11,43%	0,78%
Margen Operacional	26,52%	20,60%	13,27%	4,64%	-5,61%
Margen Neto	21,37%	18,75%	12,08%	4,22%	-5,61%
Dias del Año	365				
<b>RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACION</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Capital Neto de Trabajo	164.257.062	337.320.729	500.520.699	603.561.913	618.120.203
Razon Corriente	115,16%	305,33%	414,11%	455,31%	0,00%
Prueba Acidad	16425706165%	33732072895%	50052069861%	60356191273%	0%
Dias de Cartera	0%	0%	0%	0%	0%
Rotacion de Cartera	0	0	0	0	0
Endeudamiento	0%	0%	0%	0%	0%
Rendimiento Sobre Activos	102,5%	46,1%	22,0%	7,0%	-10,5%
Rendimiento Sobre Patrimonio	39,81%	21,98%	12,31%	4,44%	-6,95%
Margen Bruto	34,89%	28,30%	20,54%	11,43%	0,78%
Margen Operacional	26,52%	20,60%	13,27%	4,64%	-5,61%
Margen Neto	21,37%	17,83%	11,48%	4,01%	-5,61%
Dias del Año	365				

Fuente: Autores

## 5.15 PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro 33. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES																	
	ENE	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ER. SIN FINANCIACION	-14104	-14198	-14104	-14198	-14104	-19468	-19338	-19468	-19338	-19468	-19338	-19468	2598	2518	1830	739	-1085
ER. CON FINANCIACION	-4403	-4433	-4403	-4433	-4403	-5066	-5032	-5066	-5032	-5066	-5032	-5066	-57432	-41798	-24287	-7612	8425

Fuente: Autores

## 5.16 ANALISIS DE SENCIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es la herramienta utilizada para resumir la rentabilidad de un negocio, es decir, muestra la cantidad de dinero que se necesita invertir nuevamente para un periodo determinado, como el porcentaje de ganancia adquirido y la ganancia en pesos.

Cuadro 34. Análisis de sensibilidad

ANALISIS DE SENCIBILIDAD				
DISMINUCION MARGEN BRUTO EN 71 %				
	FLUJO DE CAJA SF		FLUJO DE CAJA CF	
	ORIGINAL	MODIFICADO	ORIGINAL	MODIFICADO
VPN(\$)	378.233.672	(513.063.595)	364.618.190	(593.003.233)
TIR(%)	490,97%		1610,12%	
B/C(VECES)	1265,05%	-879,80%	4065,03%	2965011218119,00%

Fuente: Autores



## 5.17 RESUMEN DE FLUJO DE CAJA CON FIANACIACION Y SIN FIANACIACION

Cuadro 35. Flujo de caja sin financiación

<b>FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION</b>							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>INVERSION</b>	<b>(29.898.743)</b>						
<b>INGRESOS</b>		974.714.180	1.064.262.754	1.163.931.240	1.275.364.989	1.400.590.304	
<b>EGRESOS</b>		832.491.491	891.199.086	1.000.731.271	1.172.323.775	1.386.032.014	
<b>FLUJO CAJA OPERACIONAL</b>		<b>142.222.689</b>	<b>173.063.667</b>	<b>163.199.970</b>	<b>103.041.214</b>	<b>14.558.290</b>	
FLUJO CAJA FINANCIERO		0	0	0	0	0	
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>		<b>142.222.689</b>	<b>173.063.667</b>	<b>163.199.970</b>	<b>103.041.214</b>	<b>14.558.290</b>	
DTF(%)	4,88%						
SPREAD(%)	13,00%						
CDO(%)	21,48%						
VPN(\$)	378.233.672						
TIR(%)	5						
B/C(VECES)	1265,05%						

Fuente: Autores

Cuadro 36. Flujo de caja con financiación

<b>FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION</b>							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>INVERSION</b>	<b>142.222.689</b>	<b>182.169.840</b>	<b>146.120.714</b>	<b>80.704.017</b>	<b>14.558.290</b>	<b>0</b>	
<b>INGRESOS</b>		974.714.180	1.064.262.754	1.163.931.240	1.275.364.989	1.400.590.304	
<b>EGRESOS</b>		832.491.491	882.092.913	1.017.810.526	1.194.660.972	1.386.032.014	
<b>FLUJO CAJA OPERACIONAL</b>		<b>142.222.689</b>	<b>182.169.840</b>	<b>146.120.714</b>	<b>80.704.017</b>	<b>14.558.290</b>	
FLUJO CAJA FINANCIERO		4.207.117	4.207.117	4.207.117	4.207.117	4.207.117	
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>		<b>138.015.572</b>	<b>177.962.723</b>	<b>141.913.597</b>	<b>76.496.900</b>	<b>10.351.173</b>	
DTF(%)	4,88%						
SPREAD(%)	13,00%						
CDO(%)	21,48%						
VPN(\$)	364.618.190						
TIR(%)	16						
B/C(VECES)	41						

Fuente: Autores

## 6 CONCLUSIONES

La idea de negocio de crear una empresa dedicada a la comercialización de producto farmacéuticos de tipo genérico como lo son las pastillas anticonceptivas en la comuna 21 de la ciudad de Santiago de Cali, responde al estudio de mercado que se realizó, con el fin de detectar el nicho de mercado hacia el cual la empresa se enfocaría, dentro de este capítulo se analizaron varios factores determinantes para tener en cuenta a la hora de desarrollar el proyecto.

A través del estudio técnico, se identificaron las necesidades tanto locativas, de amueblamiento, las técnicas operativas, las herramientas necesarias para llevar a cabo la actividad de la empresa, como también el tamaño que tendrá el proyecto, y la ubicación espacial que tendrá la empresa.

Mediante el desarrollo del capítulo administrativo y legal, se determinaron las necesidades de personal que tendrá la empresa, identificándose tres (3) personas para el área de servicios, y una (1) persona para el área administrativa. Todo ello con el fin de poder responder a las proyecciones establecidas anterior mente. También durante este capítulo se determinó que la mejor alternativa de contratación, es por contrato laboral a término fijo, como también se decidió que el tipo de sociedad a crear, sería una por acciones simplificadas, puesto que representa grandes beneficios para una empresa que decide iniciar y es pequeña.

En el último capítulo, se estableció el análisis financiero de la empresa, para determinar si era viable económicamente, el resultado que arrojó este análisis, indicó que la inversión inicial para poner a funcionar la idea de negocio, es de \$ teniendo en cuenta una capital considerable, Después de haberse generado las necesidades iniciales, se utilizaron las herramientas de evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto,

Los resultados se dieron a través del VPN (valor presente neto), La tasa interna de Retorno, y el Beneficio/ costo. En el contexto sin financiación, el proyecto presenta En conclusión, se determina tanto la factibilidad, como la viabilidad económica del proyecto, entendiéndose la primera como la posibilidad de hacer algo, y la última como la posibilidad de que ese algo genere rentabilidad y sostenibilidad económica. Para llevar a cabo la ejecución del proyecto, se debe analizar las circunstancias reales, y verificar si hay cambios que se generaron en el proceso. Logrando así un buen desarrollo del plan de negocios, que se vuelva útil para llevar a cabo la creación de la empresa.

## 7 REFERENCIAS

- Barrera, L. V. (22 / 03/2013). Recuperado de <http://www.elespectador.com/tecnologia/tendencias-de-industria-farmaceutica-articulo-412036>
- Chiavenato, I. (2009). En I. Chiavenato, *Administracion de Recursos Humanos* (págs. 321-347). Mexico: Edamsa impresiones S.A.
- collado, S. (14/02/2012). Investigacion cualitativa . *Investigacion cualitativa* , p. 1.
- Dane. (09/07/2018). Obtenido de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/nacimientos-y-defunciones/nacimientos/nacimientos-2018>
- DINERO. (5/10/2017). Mejores Ciudades para hacer negocios Colombia . *ranking de las ciudades para hacer negocios*, p. 1.
- Drucker, P. F. (2012). Teoria Neoclasica de Administracion. En *Teoria Neoclasica de Administracion* (p. 1).
- el pais . (16/01/2015). Negocios que predominan en Santiago de Cali. *Negocios que predominan en Santiago de Cali*, p. 1.
- Espectador. (s.f.). Obtenido de <https://www.elespectador.com/search/tecnologia%20tendencias%20de%20industria-farmaceutica%20articulo%20412036>
- fleiman, j. (2015). plan de negocio. *plan de negocios* (págs. 7-8). bogota : [www.biblioteca.com](http://www.biblioteca.com).
- google, s. (2017). Obtenido de <https://sites.google.com/site/comuna5calijac/>
- Kotler, P. (6/10/2010). definicion de mercadotecnia. *merca 2.0* (p. 1). D.F Mexico: mesa editorial merca 2.0.
- Pais, r. e. (16/01/2013). los negocios que predominan en Cali. *EL PAIS* , p. 1.

porter, m. (1980). *competitive strategy. techniques for analyzing industries and competitors.*

Profamilia . (2016). *profamilia . cali: Profamilia .*

Profamilia. (2018). Obtenido de <https://profamilia.org.co/investigaciones/estudios-a-profundidad/>

PROFAMILIA. (2018). *METODOS ANTICONCEPTIVOS . CALI :*

<https://profamilia.org.co/inicio/mujer-2/servicios-mujer/planificacion-mujer/>.

Revista Dinero. (28/10/2015). *Farmacias se reinventan . Farmacias se reinventan , p. 1.*

revista dinero. (23/11/2017). *laboratorios Farmaceuticos . laboratorios Farmaceuticos , p. 1.*

tiempo. (21/07/2015). *lider en la industria farmaceutica en el valle. lider en la industria farmaceutica en el valle, p. 1.*

TIEMPO, L. V. (22/03/2015). *Tendencias de productos Farmaceuticos. Tendencias de productos Farmaceuticos, p. 1.*