ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE MÁQUINAS EXPENDEDORAS DE MAQUILLAJE PARA MUJER EN CLUBS NOCTURNOS DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.

YESENIA GAVIRIA GARZÓN

ANYELA MARCELA LOSADA CHICAIZA

STEPHANIE ROJAS

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2016

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE MÁQUINAS EXPENDEDORAS DE MAQUILLAJE PARA MUJER EN CLUBS NOCTURNOS DE LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.

YESENIA GAVIRIA GARZÓN

ANYELA MARCELA LOSADA CHICAIZA

STEPHANIE ROJAS

Proyecto de grado para optar el título de profesional en administración de empresas

Asesor

MARÍA DEL PILAR MEJÍA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2016

NOTA DE ACEPTACIÓN

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Firma jurado I

_____

Firma jurado II

Santiago de Cali, Octubre 31 de 2016

AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestros más sinceros agradecimientos a nuestra asesora María del Pilar Lee, docente que se destacó por su gran apoyo, tiempo, amabilidad, paciencia y cumplimiento en cada asesoría. Fue una bendición de Dios contar con su sabiduría, puesto que gracias a ella y a nuestros esfuerzos pudimos culminar con gran satisfacción éste proyecto de grado.

A nuestro grupo de trabajo, Anyela Lozada, Stephanie Rojas y Yesenia Gaviria Garzón, quienes juntamos todos nuestros esfuerzos y dedicamos el tiempo para llevar a cabo éste proyecto de grado. Hoy con gran satisfacción podemos ver el fruto de tantos esfuerzos y sacrificios realizados.

DEDICATORIA

A Dios principalmente, porque me brindo sabiduría, fortaleza y paciencia para realizar mi trabajo de grado, a mis padres Mario Gaviria Burbano y Deyanira Garzón López, quienes me han apoyado siempre desde que inicie mi carrera profesional, doy gracias por tener la oportunidad de compartir con ellos este triunfo después de tantos esfuerzos y sacrificios, y a mi esposo Sergio Escobar Mera, quien ha estado conmigo siempre apoyándome y con quien puedo compartir ahora esta gran bendición.

Yesenia Gaviria Garzón

Este trabajo de grado se la dedico a Dios, porque gracias a él he logrado concluir con mi carrera, a mi madre Martha Inés Puerres, porque a pesar de la distancia constantemente estuvo incondicionalmente en la parte moral. A mis padrinos por sus consejos. A Adriana por hacer de mí una mejor persona. A mi Abuela Licenia aunque no esté físicamente sé que desde el cielo siempre me cuida y me guía para que todo me salga de la mejor manera. A mis compañeros y a todas las personas que de una u otra manera han concluido para el logro de mi objetivo.

Angie Stephanie Rojas

A Dios principalmente, puesto que me brindo vida, sabiduría, entendimiento y siempre está en cada paso que doy; a mis padres Magnolia Chicaiza, Juan Carlos Losada y abuelos Cecilia Domínguez y Elmer Galvis quienes con su amor, comprensión, cariño y paciencia me han forjado como una mujer llena de principios y valores; a mi esposo John Edinson Monsalve e hija Sarahy Monsalve que son con quien comparto este gran triunfo y que con su apoyo incondicional han sido de gran ayuda para llevarlo a cabo.

Anyela Marcela Losada

CONTENIDO

Pág.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 16

1.1 TITULO DEL PROYECTO 16

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 16

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 16

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 17

1.5 JUSTIFICACIÓN 18

1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS 22

2 ESTUDIO DE MERCADO 25

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR 25

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO 35

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO 47

2.4 PLAN DE MERCADO 50

2.5 POLÍTICAS DE SERVICIO 55

2.6 TÁCTICAS DE VENTA 55

3 ESTUDIO TÉCNICO 56

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO 56

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 67

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO 69

4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL 70

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO 70

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 71

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL 76

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN PERSONAL 78
4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN 79
4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO 81
4.7 MARCO LEGAL 81
5 ANÁLISIS FINANCIERO 85
5.1 INVERSIÓN INICIAL 85
5.2 DEPRECIACIÓN EN PESOS 88
5.3 BALANCES INICIALES SIN Y CON FINANCIACIÓN 88
5.4 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO EN PESOS 91
5.5 LEASING FINANCIERO EN PESOS 92
5.6 PARÁMETROS GENERALES 93
5.7 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN EN PESOS 97
5.8 NÓMINA DE ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN EN PESOS 98
5.9 COSTOS DEL PRODUCTO EN PESOS 100
5.10 VENTA Y COSTOS EN PESOS 101
5.11 IVA, RECAUDOS Y PAGOS EN PESOS 108
5.12 ESTADO DE RESULTADOS SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS 109
5.13 FLUJO DE CAJA SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS 112
5.14 BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS 115
5.15 ANÁLISIS VERTICAL DEL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS 117
5.16 ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS 119

5.17 ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS 121

5.18 ANÁLISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE RESULTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS 123

5.19 INDICADORES FINANCIEROS SIN Y CON FINANCIACIÓN 125

5.20 PUNTO DE EQUILIBRIO 128

5.21 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 128

6 CONCLUSIONES 130

7 RECOMENDACIONES 131

8 BIBLIOGRAFÍAS 132

LISTA DE ILUSTRACIONES

Pág.

Ilustración 1 Consumo de máquinas vending por ciudades en Colombia.....27
Ilustración 2 Países latinoamericanos líderes del consumo vending.....27
Ilustración 3 Distribución del sector cosméticos 2013 31
Ilustración 4 Productos iluminaty 32
Ilustración 5 Productos valmy 33
Ilustración 6 Producto Daphne y overture 33
Ilustración 7 Cantidad de mujeres que asisten a los clubs nocturnos. 37
Ilustración 8 Tipos de mercados 44
Ilustración 9 Precisión de la demanda 44
Ilustración 10 Clubs nocturnos registrados en la ciudad de Santiago de Cali 46
Ilustración 11 Proveedor Inssa.....49
Ilustración 12 Costo y marguen de ganancia de productos de maquillaje 51
Ilustración 13 Unidades de venta de expendedores de maquillaje 52
Ilustración 14 Precio de venta expendedores de maquillaje.....52
Ilustración 15 Descuentos.....54
Ilustración 16 Publicidad pre-operativa 54
Ilustración 17 Logo 56
Ilustración 18 Prototipo maquina vending o expendedora.....57
Ilustración 19 Rubor.....58
Ilustración 20 brillo labial.....58
Ilustración 21 Sombras 59
Ilustración 22 Polvos.....59
Ilustración 23 Prototipo de ubicación de los expendedores de maquillaje 60
Ilustración 24 Diagrama de bloque para adquisición de producto mediante la máquina expendedora 61
Ilustración 25 Tecnología de muebles y enseres 62
Ilustración 26 Tecnología de equipo de cómputo y telecomunicaciones 62

Ilustración 27 Tecnología de maquinaria y equipo 62
Ilustración 28 Escritorio 63
Ilustración 29 Sillas secretariales 63
Ilustración 30 Computador portátil 64
Ilustración 31 impresora multifuncional 64
Ilustración 32 Kick de herramientas 65
Ilustración 33 Taladro 66
Ilustración 34 Expendedor automático damas 67
Ilustración 35 Santiago de Cali mapa 68
Ilustración 36 Fallada del local comercial 69
Ilustración 37 Inversión de expendedores automáticos de maquillaje 69
Ilustración 38 Organigrama de expendedores de belleza 71
Ilustración 39 Descripción del puesto del administrador 72
Ilustración 40 Descripción del puesto del contador 73
Ilustración 41 Descripción del puesto del asesor comercial 74
Ilustración 42 Descripción del puesto del instalador de máquinas expendedoras. 75
Ilustración 43 Descripción del puesto del personal de apoyo 76
Ilustración 44 Modelo de reclutamiento de personal 77
Ilustración 45 Selección personal 78

LISTA DE GRAFICAS

Pág.

Gráfico 1 Porcentaje de mujeres que utilizan maquillaje 40
Gráfico 2 Porcentaje de mujeres que llevan maquillaje a los clubs nocturnos de la Ciudad de Santiago de Cali. 40
Gráfico 3 Porcentaje de mujeres que utilizan maquillaje dentro de los clubs nocturnos de la Ciudad de Santiago de Cali. 40
Gráfico 4 Frecuencia de maquillaje de las mujeres en una noche 41
Gráfico 5 Cosméticos de mayor consumo en los clubs nocturnos 41
Gráfico 6 Conocimiento de las maquinas vending en el mercado objetivo 42
Gráfico 7 Mujeres dispuestas a comprar maquillaje en máquinas expendedoras . 42
Gráfico 8 Valor a pagar por el producto de expendedores automáticos de cosméticos 43
Gráfico 9 Polvos compacto 47
Gráfico 10 Sombras 47
Gráfico 11 Rubor 48
Gráfico 12 Brillo labial 48

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1 Inversión activos fijos 85
Tabla 2 Inversión activos diferidos 86
Tabla 3 Inversión capital de trabajo 87
Tabla 4 Total inversión 87
Tabla 5 Depreciación en pesos 88
Tabla 6 Balance inicial sin financiación 89
Tabla 7 Balance inicial con financiación 90
Tabla 8 Amortización en pesos 91
Tabla 9 Total de intereses y amortización por año 92
Tabla 10 Leasing financiero 92
Tabla 11 Tiempo del leasing financiero 93
Tabla 12 Parámetros económicos 94
Tabla 13 Parámetros laborales 94
Tabla 14 Recaudos y pagos 95
Tabla 15 Gastos de administración 95
Tabla 16 Gastos de administración 97
Tabla 17 Nomina administración 98
Tabla 18 Nomina producción 99
Tabla 19 Costo indirectos de fabricación 100
Tabla 20 Costo del producto 100
Tabla 21 IVA, recaudos y pagos 108
Tabla 22 Estado de resultados sin financiación 109
Tabla 23 Estado de resultados con financiación 109
Tabla 24 Flujo de caja sin financiación 112
Tabla 25 Flujo de caja con financiación 113
Tabla 26 Evaluación del flujo de caja sin financiación 114
Tabla 27 Evaluación del flujo de caja con financiación 114

Tabla 28 Balance general proyectado sin financiación en pesos 115
Tabla 29 Balance general proyectado con financiación en pesos 116
Tabla 30 Análisis vertical del balance general proyectado sin financiación 117
Tabla 31 Análisis vertical del balance general proyectado con financiación 118
Tabla 32 Análisis vertical del estado de resultados sin financiación 119
Tabla 33 Análisis vertical del estado de resultados con financiación 120
Tabla 34 Análisis horizontal del balance general proyectado sin financiación 121
Tabla 35 Análisis horizontal del balance general proyectado con financiación 122
Tabla 36 Análisis horizontal del estado de resultados sin financiación 123
Tabla 37 Análisis horizontal del estado de resultados con financiación 124
Tabla 38 Indicadores financieros sin financiación 125
Tabla 39 Indicadores financieros con financiación 126
Tabla 40 Punto de equilibrio 128
Tabla 41 Análisis de sensibilidad 128

RESUMEN

El presente trabajo pretende brindar un solución al problema de los cosméticos en los diferentes bares y discotecas de la ciudad Santiago de Cali, proporcionando presentaciones sache de diferentes cosméticos para poder abarcar las diferentes tonalidades de piel y preferencias, la idea de negocio nace con el objetivo de brindar una ayuda a las mujeres que frecuentas estos lugares a no portar cosmetiqueras y bolsos voluptuosos que generan un llamado de atención a los ladrones y puedan adquirir los cosméticos necesarios en los diferentes bares y discotecas de la ciudad en presentaciones sache.

Palabras claves: Expendedores, sache, cosméticos, bares y discotecas

ABSTRACT

This paper aims to provide a solution to the problem of cosmetics in various bars and clubs in the city Santiago de Cali, providing sache presentations of different cosmetics to cover the different skin tones and preferences, the business idea was born with the objective to provide assistance to women who frequent these places not to carry bags cosmetiqueras and voluptuous generate a wake-up call to thieves and to acquire the necessary cosmetics in various bars and clubs in the city sache presentations.

Keywords: Dispensers, sache, cosmetics, bars and nightclubs

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende brindar al mercado una solución en la cual las mujeres puedan adquirir cosméticos en presentación sache en los diferentes bares y discotecas de la ciudad Santiago de Cali, brindando así un oportunidad de negocio con las maquinas vending, las cuales realizan una venta las 24 horas del día en que los establecimientos están en funcionamiento.

Se pretende brindar una forma de establecer un ingreso con presentaciones sache de cosméticos y brindar una ayuda a las mujeres en el cuidado de sus pertenencias en los lugares de recreación nocturna, brindando además una comodidad de desplazamiento con bolsos más pequeños y suplir la necesidad en cualquier lugar.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TITULO DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la comercialización de máquinas expendedoras de maquillaje para mujer en clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Una de las principales problemáticas del maquillaje, es que a medida que transcurre el tiempo se va desapareciendo por culpa de factores externos como son el clima y ciertos lugares con poca ventilación, y otros factores donde se ven involucrada las personas mismas debido al movimiento generado durante el transcurso de la noche cuando visitan los clubs nocturnos. Razón por la cual las mujeres siempre llevan su kit de maquillaje a estos sitios.

Otra problemática es la incomodidad en el momento de llevar una cartera muy grande con su respectivo maquillaje, debido a la gran variedad de los cosméticos consumidos por las mujeres.

1.3.1 Formulación del problema

¿Es viable la comercialización de máquinas expendedoras de maquillaje (sombras, lápiz labial, base, rubor), para las mujeres en los clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali?

1.3.2 Sistematización del problema

- ¿Cómo realizar un estudio de mercadeo que proporcione información sobre el mercado objetivo para la comercialización de máquinas expendedoras de maquillaje para mujer en clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali?
- ¿Cómo implementar un estudio técnico y operacional que determine los procesos de comercialización de máquinas expendedoras de maquillaje para mujer en clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali?
- ¿Cómo establecer un estudio organizacional y legal que determine la creación de empresa dedicada a la comercialización de máquinas expendedoras de maquillaje para mujer en clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali?
- ¿Cómo realizar un estudio financiero que proporcione información sobre la inversión necesaria para la comercialización de máquinas expendedoras de maquillaje para mujer en clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Determinar la viabilidad para la comercialización de máquinas expendedoras de maquillaje para mujer en clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali.

1.4.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio que determine el mercado objetivo para para la comercialización de máquinas expendedoras de maquillaje para mujer en clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali.

- Implementar un estudio técnico y organizacional que permita determinar los procesos de comercialización de máquinas expendedoras de maquillaje para mujer en clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali.
- Establecer un estudio organizacional y legal que proporcione la constitución de la empresa en el mercado y parámetros laborales para la comercialización de máquinas expendedoras de maquillaje para mujer en clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali.

- Plantear un estado financiero que permita conocer el monto de inversión necesario con sus respectivos indicadores rentabilidad para la comercialización de máquinas expendedoras de maquillaje para mujer en clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali.

1.5 JUSTIFICACIÓN

1.5.1 Justificación práctica

La comercialización de máquinas expendedoras de maquillaje para la mujer de la ciudad de Santiago de Cali, pretende identificar y caracterizar aquellos lugares donde sea más conveniente obtener este producto, como son los clubs nocturnos.

Por medio del mercado objetivo, se determina una cadena de distribución coherente con el negocio propuesto y también identifica variables competitivas que permitan la sustentabilidad del mismo.

Los expendedores de cosméticos de la mujer proporcionan beneficios a los diferentes sitios donde se instalarán. Debido a su valor agregado, generan ingresos y posicionamiento en un mercado competitivo como son los lugares de recreación nocturna.

Las maquinas expendedores de maquillaje en los clubs nocturnos, proporcionan seguridad a las mujeres que frecuentan estos sitios, razón por la cual surge la necesidad de adquirir estos productos.

1.5.2 Referente conceptual

Máquinas expendedoras: Es una máquina que proporciona cosméticos sache a sus consumidores. Se trata de vender sin la presencia de un individuo para cobrar los artículos. Periódicamente un empleado repone el producto y recoge el dinero en forma de monedas o billetes; a veces también se puede pagar con tarjeta monedero, tarjeta de crédito o teléfono móvil. (Grimaldi, 2008, p. 76)

Cosméticos: Los cosméticos son productos que se utilizan para la higiene corporal o con la finalidad de mejorar la belleza, especialmente del rostro. (Martini, Chivot, & Peyrefitte, 2007, p. 23)

Cualidades emprendedoras: Son las características en común de fundadores de empresas, como comportamiento, ideales, metas y actitudes frente a nuevos mercados. (Robbins, 2005, p. 453)

Estética: Disciplina filosófica que estudia las condiciones de lo bello en el arte y en la naturaleza humana y mejora de condiciones. (Zaragoza, 2007 p. 83)

Productos novedosos: Nuevas líneas de productos y servicios que van a nuevos mercados. (Kotler & Keller, 2009)

1.5.3 Marco teórico

Tal y como señala Izcara Palacios en la teoría de la hipótesis y los objetivos forman un todo unitario en una investigación. Las hipótesis emergen de un plan de investigación y conducen al diseño de los objetivos. Así, las hipótesis *"no sólo deben estar relacionadas con los objetivos, sino que además son anteriores a estos". "No*

pueden existir hipótesis de las que no se deriven objetivos y no deben existir objetivos no relacionados con hipótesis". (Palacios, 2013, p. 44)

En función de lo anterior, las hipótesis planteadas en el presente documento conducen al desarrollo de los objetivos:

- ✓ Identificar las marcas más representativas de cosméticos en la Colombia especialmente los más usados en la ciudad Santiago de Cali.
- ✓ Identificar y analizar las actitudes de los individuos frente los diferentes cosméticos.
- ✓ Identificar la preferencia de marcas de cosméticos de mayor consumo en la ciudad Santiago de Cali.
- ✓ Analizar las posibles diferencias de percepción de las marcas estudiadas y de la marca ideal en los diferentes segmentos de mercado considerados en la investigación.

De igual forma, Willian Ouchi, señala en su teoría Z la competitividad de las empresas por medio de 3 valores principales:

- ✓ Confianza
- ✓ Intimidad
- ✓ Sutileza

Confianza: En la teoría Z se entiende que la gente se va a comportar correctamente, es decir, se promueve la confianza en el personal, se piensa que la gente va a producir y por lo tanto, los controles no son tan exigentes: se promueve el autocontrol entre los trabajadores. (Ouchi, 2015, p. 2)

El resultado es que el trabajador se comporta de acuerdo a lo que se espera de él. Si tenemos confianza en la gente ("tú eres bueno") la persona tiende a comportarse correctamente y cumplir en sus deberes laborales.

Intimidad: la teoría Z abarca al ser humano en su totalidad en lugar de considerarlo sólo cono trabajador de la empresa. Los empleados de cualquier nivel tratan a sus semejantes como verdaderos seres humanos. No se despersonaliza a nadie. El autoritarismo es poco factible. (Ouchi, 2015, p. 3)

La relación empleado—jefe debe ser total: abarcar a toda la persona y no restringirse a una mera relación funcional. La relación debe ser INTIMA. El jefe se preocupa por su empleado: por conocer su situación, sus alegrías, sus angustias, triunfos, ansiedades, etc... Y darle apoyo afectivo y psicológico.

Sutileza: El trato de los jefes con los empleados debe adecuarse a cada empleado en particular. Todas las personas se diferencian entre si y por lo tanto cada individuo necesita un trato específico. (Ouchi, 2015, p. 4)

1.5.4 Referente legal

- ✓ Ley del Registro Digital de Máquinas Expendedoras LEY NUM. 217 DE 16 DE DICIEMBRE DE 2014 Deben ser numeradas con un código de identificación que suministre la identificación, los permisos, patentes, certificaciones o licencias, ubicación, entre otras, que le apliquen a las máquinas expendedoras, para lograr una mejor información para la ciudadanía y mejorar la fiscalización gubernamental; entre otros fines.
- ✓ Clasificación de los cosméticos según la ley 219 de 1988 en donde se regulan el control de calidad de los cosméticos según su clasificación y su modo de conservación : Cosméticos para niños, cosméticos para el área de los ojos, Cosméticos para la piel, Cosméticos para los labios, Cosméticos para el aseo de higiene corporal, Desodorantes y antitraspirantes, Cosméticos capilares, Cosméticos para las uñas, Cosméticos de perfumería, Productos para higiene bucal y dental, Productos para y después del afeitado, Productos para el bronceado, Depilatorios y Productos para el blanqueo de la piel.

1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.6.1 Tipo de estudio

El tipo de estudio a trabajar es el cualitativo y cuantitativo porque permite observar directamente el comportamiento de los consumidores tanto en su cultura como ideología, representada numéricamente por medio de la encuesta y resultados homogéneos obtenidos según la investigación, para poder relacionar métodos estadísticos de las variables de observación.

1.6.2 Método de investigación

Método analítico cuantitativo: Se determina el método cuantitativo, porque nos permite analizar de una forma objetiva y clara los datos numéricos, obtenidos en la investigación que se realizará a los clubs nocturnos de la ciudad Santiago de Cali.

Método exploratorio cualitativo: Este método se aplicará porque nos permitirá obtener información por medio de experiencias y la interacción social con los consumidores de productos de maquillaje. De igual forma, brinda información sobre el uso y comportamiento de los cosméticos frente a preferencia y forma de uso de estos en un mercado nuevo como las dosis sache en máquinas expendedoras.

Método de observación: Se determina mediante la selección del mercado que se pretende observar. Es decir, permite obtener información de los consumidores sobre la forma del uso de los cosméticos, teniendo en cuenta las necesidades del consumidor frente a la preferencia de estos productos.

1.6.3 Método de recolección de la información

La recolección de la información está enfocada en la encuesta dirigida a las mujeres que frecuentan los clubs nocturnos, permitiendo evaluar y cuantificar los resultados obtenidos, para así poder tabular, graficar y analizar el mercado objetivo.

1.6.4 Fuentes de información

1.6.4.1 Fuente primaria

La fuente primaria está encaminada a la encuesta dirigida a la mujer que va a los diferentes clubs nocturnos. Las preguntas estarán diseñadas de una abierta y cerrada permitiendo conocer sus experiencias, patrones de comportamientos y actitudes; para así, obtener una mayor información sobre el producto y su aceptación en el mercado.

1.6.4.2 Fuente secundaria

La información secundaria será obtenida mediante la investigación realizada a páginas web, libros académicos, revistas financieras y periódicos más reconocidos de la ciudad como los son:

- ✓ www.dane.gov.co
- ✓ www.cali.gov.co
- ✓ www.ccc.org.co
- ✓ www.cali.gov.co/publicaciones/cali_en_cifras
- ✓ Adalberto Chiavenato - Administración de recursos humanos
- ✓ Revista Portafolio
- ✓ Revista Dinero
- ✓ Periódico El País
- ✓ Periódico El Comercio

1.6.5 Tratamiento de la información

La información obtenida por las fuentes primarias y secundarias será analizada detalladamente para su respectiva tabulación, Así determinar un análisis más certero, por medio de programas específicos tales como: Word y Excel.

1.6.6 Presentación de los resultados

La información será presentada por medio de tortas, diagramas de barras y cuadros comparativos, de manera escrita y grafica para llevar a diferentes conclusiones y una análisis más certero del mercado objetivo al que se desea llegar, la presentación será realizada con un el programa Excel que permite tabular y graficar fácilmente la información.

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

Sector de máquinas vending en Colombia.

De acuerdo a la investigación de mercado, la firma INSSA, empresa líder en la fabricación de máquinas vending, muestra que este sector ha crecido a un ritmo del 30% en los últimos seis años en Colombia. (Revista Dinero, 2016, p. 3). A pesar de que en Japón y EEUU llevan la delantera, existe claramente una buena acogida, donde nos refleja una excelente alternativa para incluir estas máquinas, ahora con maquillaje para mujer.

Sin embargo, el mercado aún es pequeño frente al de Europa y Estados Unidos, dado que las máquinas ni siquiera cubren el 30% de las necesidades locales**,** según lo advierte un informe de la compañía. Y es que según cálculos de la empresa con más de 30 años de experiencia en la industria del 'vending', **en** Colombia hay unas 12.000 máquinas dispensadoras, es decir, que hay una por cada 3.900 habitantes. En Japón hay por lo menos 5'080.000 máquinas, lo que significa que hay una dispensadora por cada 25 habitantes, mientras que Estados Unidos tiene una por cada 70 habitantes (4'640.000). (Revista Dinero, 2016, p. 4)

Teniendo en cuenta estas cifras se puede afirmar que en Colombia hay una gran oportunidad de expansión para la industria del vending, la cual se popularizó en la década de 1880 con el suministro de tarjetas postales en Londres (Reino Unido). (Revista Dinero, 2016, p. 4)

Años más tarde, en Nueva York (Estados Unidos), la firma de chicles Adams instaló dispensadoras de sus productos en el metro de Nueva York, impulsado la masificación de estos dispositivos. (Revista Dinero, 2016, p. 4)

En este punto, el informe explica que el éxito de esta modalidad de consumo se sustenta en la seguridad que brinda a los usuarios, al ofrecer “mayor higiene, seguridad y sobre todo rapidez”. (Revista Dinero, 2016, p. 4)

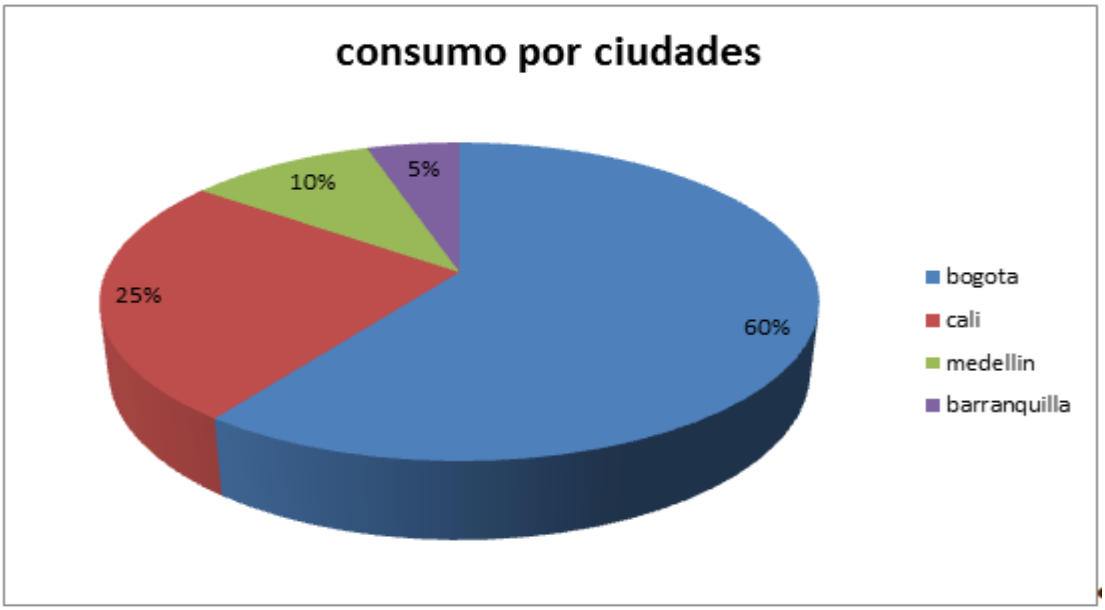
El gerente general de INSSA, Javier Ossa, manifestó que en los últimos años un gran número de emprendedores colombianos le ha apostado a este modelo de negocio, el cual mueve unos $70.000 millones anuales en el país. (Revista Dinero, 2016, p. 4)

Existen 3 modalidades que abarcan el sector vending, las cuales son muy rentables para algunos empresarios. La primera: tiene que ver con la fabricación de máquinas expendedoras, donde estos son los proveedores de las otras dos modalidades; la segunda: Son las personas o empresas que se dedican a comprar dichas máquinas para alquilarlas, su beneficio o rentabilidad proviene del alquiler, y por último, quienes las compran para vender productos novedosos, con un diseño único y apropiado, como es el caso de la empresa “MAK Expendedores de Maquillaje S.A.S”, quienes obtienen estas máquinas del proveedor INSSA, para ser entregadas en préstamo a sus clientes y así poder vender los productos.

Javier Ossa, Gerente General de la firma INSSA, establece que innovar con datafonos en las dispensadoras automáticas, permite vender desde joyería hasta elementos primordiales para un viaje, por ejemplo. La proyección que se tiene este año, es instalar 130 dispensadoras automáticas con datafono en aeropuertos, centros comerciales y terminales de transporte terrestre de las principales ciudades del país. Pero ahí no paran la nuevas ideas, a este desarrollo se le suma la instalación de lectores de huella digital, lo que puede usarse en el suministro de medicamentos de las EPS, por ejemplo, para evitar suplantaciones o entregas repetidas de fórmulas. (Ossa, 2016, p. 1)

En total, la industria colombiana de vending está facturando 18.000 millones de pesos al año (más de 6,2 millones de euros), con la compañía local Autosnack acaparando el 50% del mercado. (Cortes, 2015, p. 2)

Ilustración 1 Consumo de máquinas vending por ciudades en Colombia



Fuente: Autores.

Si nos fijamos en el consumo por ciudades, la población que más consume a través de las máquinas vending es Bogotá (60%), seguida por Cali (25%), Medellín (10%) y Barranquilla (5%). (Cortes, 2015, p. 2)

Los países latinoamericanos líderes en el consumo vending son, por este orden, México, Brasil y Chile, con Colombia ocupando el cuarto lugar. (Cortes, 2015, p. 1)

Ilustración 2 Países latinoamericanos líderes del consumo vending

PAÍSES LATINOAMERICANOS LIDERES EN EL CONSUMO VENDING	
1. LUGAR	MÉXICO
2 LUGAR	BRASIL
3. LUGAR	CHILE
4 LUGAR	COLOMBIA

Fuente: Autores

Máquinas expendedoras de Cosméticos en otros países.

Las máquinas expendedoras de cosméticos, son un nuevo concepto que viene a revolucionar los mercados, y a ayudar a las mujeres que no alcanzan a ir a una tienda especializada para comprar alguno de sus productos favoritos, o a aquellas que se quedan sin él, en mitad de un congestionado día. (Alfonso, 2014, p. 1)

Así que era cuestión de tiempo, antes de que los cosméticos también se convirtieran en otro producto que se pudiera conseguir en las máquinas expendedoras. De hecho, en la década del 50, la famosa empresa de perfumes Chanel, ofrecía muestras de su perfume a través de estos dispositivos. (Alfonso, 2014, p. 1)

Este es el ejemplo de Chanel que ha lanzado una máscara de pestañas con este novedoso sistema, pero además de esto, junto a las máquinas dispensadoras, se encontrarán profesionales de belleza que brindarán asesorías acerca de estos productos, y la mejor forma de usarlos. (Alfonso, 2014, p. 1)

Benefit, una reconocida marca de cosméticos ofrece 30 productos diferentes entre rubor, mini kits de viaje, y además de esto, las compradoras y curiosos se encontrarán con consejos y trucos de maquillaje revelados por expertos en la materia; todo esto en sus coquetos expendedores con forma de bus rosado llamados “Glam Up & Away”. (Alfonso, 2014, p. 1)

L’Oreal Paris, da un paso totalmente futurista con sus máquinas llamadas “Intelligent Color Experience”, ubicadas en la estación de metro de Bryant Park en Nueva York; esta máquina tiene incorporada un espejo de cuerpo entero, que escanea la persona que se pare enfrente de ella, y posteriormente mediante animaciones digitales le muestra distintas posibilidades de maquillaje de acuerdo al fenotipo, tipo de piel y otras variables. (Alfonso, 2014, p. 1)

Como ves estas máquinas expendedoras están marcando tendencia en ciudades como Nueva York, Londres y París, por lo que muy probablemente su ola nos

alcance bien pronto. De esta manera podrás tener tu maquillaje favorito siempre cerca de ti. (Andrey) (Alfonso, 2014, p. 2)

De acuerdo a lo anterior, se llega a la conclusión que las máquinas de cosméticos ya están incursionando en el mercado internacional, donde se ofrecen diversos productos de belleza tales como: maquillaje, lociones, accesorios, entre otros.

Análisis Externo del Sector Vending.

Para el análisis de éste sector, se tiene en cuenta las 5 fuerzas de Michael Porter, las cuales son:

- **Poder de negociación de los clientes:** Se considera que el poder de los clientes es alto, ya que se determina por la capacidad de decisión, que tienen los clientes para aceptar la instalación de las máquinas en sus establecimientos.
- **Poder de negociación de los proveedores:** El poder de negociación de los proveedores, es alto, puesto que en el mercado colombiano, las fábricas de máquinas vending son muy escasas. En el caso de la empresa "MAK expendedores de maquillaje" su proveedor líder es la empresa INSSA, ya que es la única que diseña y fabrica maquinas vending de acuerdo a las necesidades de los clientes, a diferencia de otros proveedores que no son muy flexibles a la hora de fabricar una máquina, puesto que cuentan con un diseño único de fabricación.
- **Amenazas de nuevos entrantes:** La amenaza de nuevos competidores es alta, puesto que existen fábricas que son flexibles en cuanto a la elaboración de las máquinas vending, de tal manera que se puedan adaptar para la venta de productos similares a los que ofrecerá la empresa "MAK Expendedores de Maquillaje S.A.S".
- **Amenaza de productos sustitutos:** Se considera una amenaza baja, puesto que los sustitutos de las máquinas expendedoras son las tiendas, las cuales requieren más costos y gastos para la venta de sus productos, a

diferencia de las máquinas vending, que no requieren ni de un vendedor ni un alquiler de local, además de brindar mayor facilidad y comodidad para la adquisición de los productos.

- **Rivalidad entre los competidores:** Esta fuerza se considera baja, porque si bien, en éste sector que hay muchas empresas comercializadoras de máquinas expendedoras como VendPoint, entremés, vending Colombia, entre otras, ninguna de ellas se dedica a distribuir máquinas vending con productos de maquillaje en presentación sachet.

Sector cosmético en Colombia

El dinamismo registrado en los últimos años en la industria de la belleza, ha puesto a Colombia en el radar de grandes multinacionales que quieren sacar tajada de un mercado que ha crecido en promedio 7% en los últimos cinco años, según análisis de Invest In Bogotá con datos de Euromonitor. (Revista Dinero, 2015, p. 1)

La necesidad no solo de verse sino de sentirse bien, ha llevado a que cada vez los colombianos usen más productos como maquillaje, perfumería, artículos de higiene personal, productos capilares, cuidado de manos y pies, entre otros. (Revista Dinero, 2015, p. 1)

Cifras de la consultora Raddar indican que el gasto per cápita de los colombianos en cosméticos y aseo alcanzó $203.840 en 2014, mientras un año atrás había sido de $188.000. (Revista Dinero, 2015, p. 1)

En general, los tres subsectores de esta industria –cosméticos, productos de aseo y absorbentes– han evidenciado resultados positivos. Solo la producción de cosméticos alcanza US$3.900 millones, mientras la de aseo se sitúa en US$1.300 millones, de acuerdo con estadísticas de Euromonitor. (Revista Dinero, 2015, p. 1)

Análisis realizados por la Cámara de la Industria Cosmética y Aseo de la Andi, indican que estos subsectores proyectan un crecimiento de 3,9% y 4,3% anuales, respectivamente, entre 2014 y 2019. (Revista Dinero, 2015, p. 2)

Este favorable panorama ha motivado la llegada de nuevas compañías y el fortalecimiento en la operación de otras que ya estaban. En 2015 dos grandes multinacionales han anunciado su llegada al mercado local. La primera en hacerlo fue Mary Kay, una de las compañías más reconocidas de venta directa en el mundo. (Revista Dinero, 2015, p. 2)

Según cifras y estudios anteriores, se puede determinar que el sector cosmético en Colombia, es de gran influencia para la rentabilidad de empresas que desean incursionar en este mercado, ya que su crecimiento anual proyectado al 2019 es del 3,9 % y su producción alcanza US $ 3.900 millones. (Revista Dinero, 2015, p. 2)

Pero lo mejor es que las expectativas son crecientes. Según Invest In Bogotá, Colombia es el quinto país más grande en el negocio de belleza y el cuidado personal en América Latina, después de Brasil, México, Argentina y Venezuela. (Revista Dinero, 2015, p. 2)

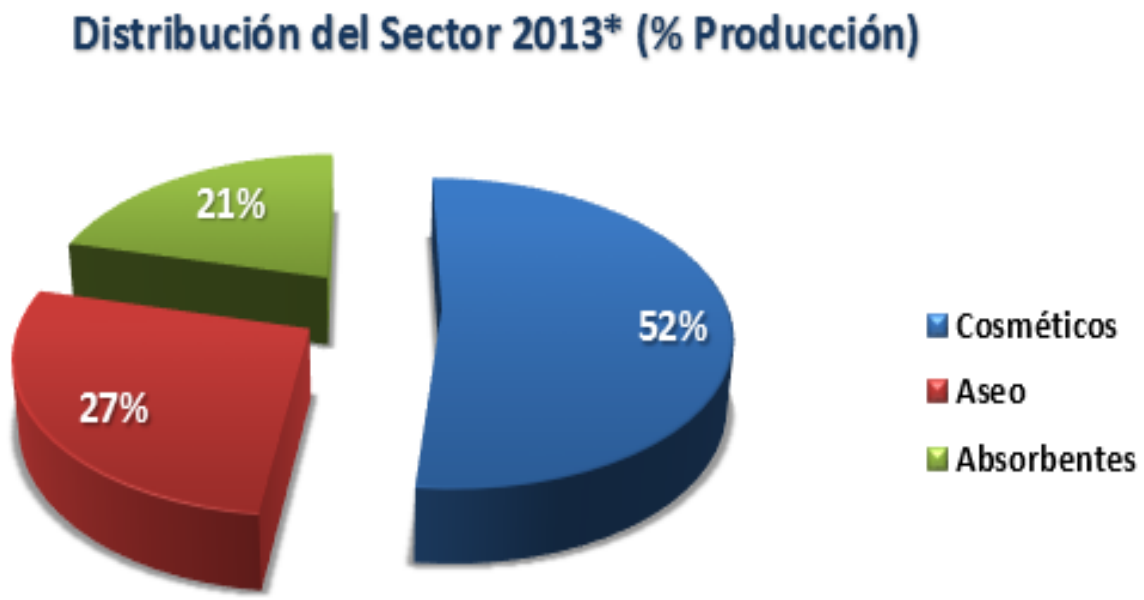
Las cifras son contundentes. El país ha alcanzado un tamaño de mercado de US $4.051 millones, con un gasto per cápita de US$ 83,8 y las proyecciones apuntan a que el mercado alcanzará un valor de US $5.274 millones en 2018, aumentando en promedio anual de 5,4%. (Revista Dinero, 2015, p. 2)

Pero si bien los cosméticos y el aseo se consolidan como los principales subsectores de esta industria, hay otras actividades no menos importantes que han comenzado a evidenciar un buen momento. (Revista Dinero, 2015, p. 2)

Con estas estadísticas, el país seguirá avanzando en belleza y consolidándose como uno de los grandes de este negocio en la región. (Revista Dinero, 2015, p. 3)

El subsector Cosméticos representó el 52% de la producción, seguido por los subsectores de Aseo y Absorbentes los cuales registraron una participación de 27% y 21% respectivamente. (Revista Dinero, 2015, p. 3)

Ilustración 3 Distribución del sector cosméticos 2013



Fuente: (Revista Dinero, 2015, p. 3)

Análisis externo del sector cosmético

- **Poder de negociación de clientes:** Esta fuerza se considera baja, debido a que los productos a ofrecer por medio de las maquinas vending, poseen unas características poco usuales como son: la presentación sachet, fácil adquisición y alta calidad en los productos.
- **Poder de negociación de los proveedores:** El poder de negociación es bajo, puesto que en el mercado colombiano existen muchas empresas dedicadas a la fabricación y distribución de maquillaje, por ende hay mayor facilidad de adquirir productos de buena calidad a un bajo precio. De acuerdo a la investigación realizada en cuanto a proveedores, las empresas que podrían fabricar los productos de maquillaje para la empresa "MAK Expendedor de Maquillaje S.A.S" son: (Proexport Colombia, 2011, p. 1)

Ilustración 4 Productos iluminaty

LATINA COSMETICOS Iluminatty S.A.
www.latinacosmeticos.co

Iluminatty nace con el objetivo de comercializar productos propios o de terceros del sector cosmético y de consumo principalmente. Sus actividades incluyen: investigación y desarrollo de productos, distribución, importación, exportación, mercadeo, promoción, procesamiento y envasado. LATINA es la marca de cosméticos y productos de belleza, desarrollada por Iluminatty S.A. para entrar en un mercado en pleno crecimiento en Colombia y en el mundo

Fuente: (Proexport Colombia, 2011, p. 2)

Ilustración 5 Productos valmy

VALMY DE COLOMBIA S.A.S.
www.valmy.com

Valmy surge como la marca distinguida de DROCOSCA desde hace 40 años. Una marca dedicada a la belleza de la mujer, que ha definido a Colombia como plataforma para llegar al resto de los países de América Latina y el Caribe. Ofrece dos líneas de productos, destacados por sus altos estándares de excelencia, calidad y precios accesibles: Esmaltes y removedores, y Maquillaje.

Fuente: (Proexport Colombia, 2011, p. 2)

Ilustración 6 Producto Daphne y overture

Fuente: (Proexport Colombia, 2011, p. 2)

Yemail & Daphne S.A**,** es una de las mejores iniciativas para la fabricación de los productos de maquillaje, porque nos ofrece entregar el producto con la marca deseada, que en este caso vendría siendo la marca MAK y al mismo tiempo en presentación sachet; lo cual permite facilidad, tiempo y mayor economía a la hora de adquirirlo.

- **Amenaza de nuevos entrantes:** La amenaza de nuevos competidores se considera baja, puesto que es un producto que apenas está incursionando en el mercado, pero a medida que este se va siendo más conocido, el riesgo de nuevos entrantes podría ser medio- alto.
- **Amenaza de productos sustitutos**: La amenaza es baja, ya que en el mercado Colombiano no existen actualmente otros productos que puedan sustituirlo.
- **Rivalidad entre los competidores**: Se considera baja, puesto que no existen empresas que se dediquen a la comercialización de productos de maquillaje en presentación sachet, a través de máquinas expendedoras en los clubs nocturnos.

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

2.2.1 Análisis de la demanda

Análisis de la demanda en el sector Vending

La demanda de consumidores a través máquinas expendedoras, se da por diversos factores tales como: el tipo de producto ofrecido, la facilidad para adquirirlos, sensaciones o impulsos del consumidor, entre otros. Algunos de los productos que generan mayor demanda son: chocorramo, Coca-Cola y Nescafe, como se explica en el siguiente párrafo.

El 'antojo' es el factor que hace que Chocorramo, Coca-Cola y Nescafé sean los productos más vendidos en el país a través de máquinas dispensadoras. Esto se debe, según los expertos del sector, a que el consumidor en la mayoría de las ocasiones no sabe qué quiere comer y compra por impulso. (Ospina, 2013, p. 2)

Análisis de la demanda en el sector cosmético

Si bien no es un producto de primera necesidad, la vanidad, la autoestima o el simple deseo de verse bien, entre otros, llevaron en el 2013 a las mujeres a gastar 430.000 millones de pesos en maquillaje; para este año la cifra subiría a 456.000 millones de pesos. (Periódico El Tiempo, 2014, p. 1)

El consumo de productos de maquillaje dentro del sector cosmético fue evidente en el año 2013, más que por necesidad, lo que incentivo a las mujeres a consumir éste producto fue el deseo de verse y sentirse bien. Sin embargo, las mujeres colombianas consumen menos, a diferencia de otros países como Japón, Australia, Francia entre otros, donde el consumo per cápita es mayor.

Proyección de la demanda para "MAK Expendedor de Maquillaje S.A.S"

De acuerdo a la investigación realizada, la demanda actual de mujeres que utilizan maquillaje está representada por el 98,02% a nivel nacional y el 86,93% a nivel

local. Dicha demanda se debe a factores como: vanidad, deseo de verse y sentirse bien, estilo de vida, entre otros. (Periódico El Tiempo, 2014, p. 2)

Posteriormente, se realizó un trabajo de campo en los clubs nocturnos, con el objetivo de identificar la demanda potencial, que en este caso es la cantidad de mujeres que asisten a éstos lugares. Una vez se obtiene éste dato, se procede a obtener una muestra mediante la ejecución de las encuestas dirigidas a dichas mujeres, de tal manera que los resultados arrojados, determinen la demanda objetiva, haciendo referencia al porcentaje de posibles clientes que utilizan maquillaje.

Diseño de la investigación

De acuerdo con lo anterior, los objetivos de la investigación para el análisis de la demanda de una comercializadora de máquinas expendedoras de productos de maquillaje son:

- Determinar la existencia de los clubs nocturnos que están dispuestos adquirir las máquinas expendedoras de cosméticos para su establecimiento.
- Determinar la cantidad de mujeres que asisten a los clubs nocturnos.
- Evaluar diversas variables relacionadas al consumo de productos de maquillaje en estos sitios.
- Finalmente, determinar el mercado objetivo que estaría dispuesto a obtener los productos de maquillaje en presentación sachet, por medio de máquinas expendedoras en los clubs nocturnos

Método de evaluación de datos

El método que se utilizó fue el de la encuesta, puesto a través de éste se puede obtener la información necesaria sobre el mercado objetivo del proyecto.

Tipo de estudio: Concluyente**.**

Técnica del estudio: Cuantitativa.

Instrumento de estudio: Encuesta.

Técnica de recolección de datos: Trabajo de campo en el sector de menga, Juanchito, granada, avenida sexta, calle 66 sur entre autopista y paso ancho, parque del perro y ciudad jardín.

Espacio muestral: Según la cámara de comercio de Cali en los diferentes sectores de la ciudad de Cali se encuentran registrados 79 clubs nocturnos.

Ilustración 7 Cantidad de mujeres que asisten a los clubs nocturnos.

Sector	Cantidad de Clubs nocturnos	Cantidad de mujeres que asisten
Menga	12	3.600
Juanchito	7	2.800
Granada	6	2.400
Avenida Sexta	15	4.500
Parque del Perro	4	1.200
Cr 66 Sur	16	4.800
Ciudad Jardín	19	5.700
Total	79	25.000

Fuente: Autores

De acuerdo al trabajo de campo realizado en dichos sectores, se determinó que el tamaño del mercado, corresponde a 25.000 mujeres que asisten a cada uno de los clubs nocturnos especificados en el cuadro anterior. De esta manera se determina la muestra, teniendo en cuenta los siguientes datos:

n: Tamaño de la muestra n= ?

Z: Nivel de confianza Z= 90% (1645)

p: Variabilidad Positiva p= 0,50

q: Variabilidad Negativa q= 0,50

N: Tamaño de la población N= 25.000

E: Precisión o error E: 5

Para encontrar el tamaño de la muestra, se utilizara la siguiente fórmula estadística teniendo en cuenta los datos anteriormente especificados.

$$n = \frac{z^2 p\, q\, N}{NE^2 + z^2 pq}$$

La fórmula anterior arroja una muestra de 268 mujeres a encuestar, de acuerdo a los resultados obtenidos, utilizada para determinar el tamaño de una muestra de la empresa.

Diseño de la encuesta

El presente modelo de encuesta está dirigido a las mujeres que asisten a los diferentes Clubs nocturnos de la Ciudad de Santiago de Cali.

La información obtenida a través de la siguiente encuesta, permitirá conocer el grado de aceptación tanto de las maquinas vending como de los productos de maquillaje en presentación sachet en baños de damas de los clubs nocturnos de la Ciudad de Santiago de Cali. Le agradecemos el tiempo que se ha tomado para diligenciar ésta encuesta.

Marque con una (X) la respuesta que considere más apropiada.

1 ¿Utiliza usted maquillaje?

__ Si __ No

2 ¿Lleva usted maquillaje a los clubs nocturnos?

__ Si __ No

3 ¿Utiliza usted el maquillaje dentro de los clubs nocturnos?

__ Sí __ No

4 Con qué frecuencia entra usted al baño a maquillarse?

__ Una (1) __ Tres (3)

__ Dos (2) __ Cuatro (4) o más

5 ¿Cuáles son los cosméticos de maquillaje que usted más utiliza cuando asiste a los clubs nocturnos?

__ Brillo Labial __ Sombras

__ Pestañina __ Polvos

__ Rubor __ Base Liquida

6 ¿Conoce usted las máquinas expendedoras?

__ Sí __ No

7 ¿Estaría usted dispuesta a comprar cosméticos de maquillaje en presentación sachet, a través de máquinas expendedoras en los baños de los clubs nocturnos?

__ Sí __ No

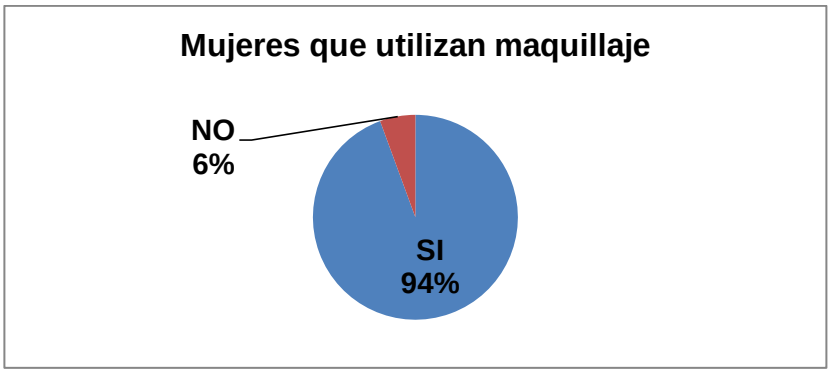
8 ¿Cuánto estaría usted dispuesta a pagar por una aplicación de maquillaje en presentación sachet?

__ De $ 500 a $1000 __ De $ 1500 a $ 2000

__ De $ 1000 a 1500 __ $ 2000 o más

Resultados de la encuesta

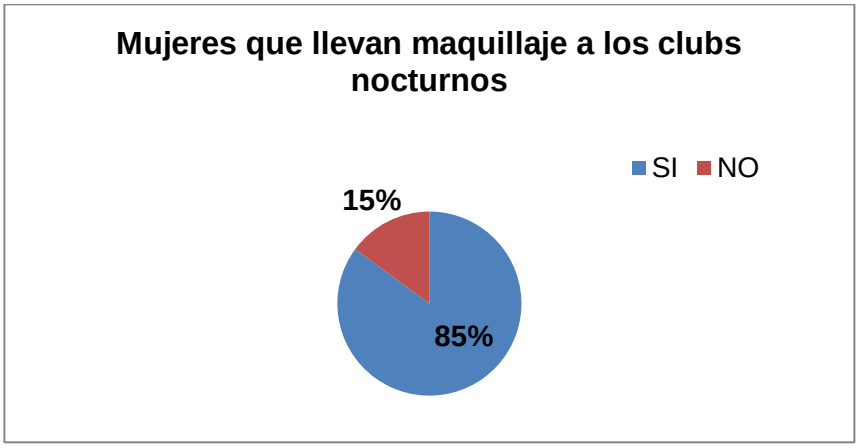
Gráfico 1 Porcentaje de mujeres que utilizan maquillaje



Fuente: Autores

La grafica anterior nos muestra que de las 268 mujeres encuestadas, el 94% de ellas utilizan maquillaje, el otro 6 % no lo hacen, por ende se puede deducir que hay una mayor cantidad mujeres que les gusta maquillarse

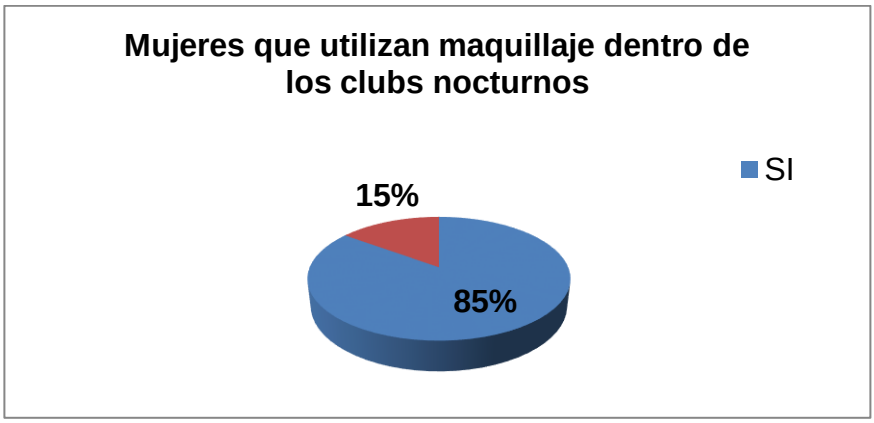
Gráfico 2 Porcentaje de mujeres que llevan maquillaje a los clubs nocturnos de la Ciudad de Santiago de Cali.



Fuente: Autores

El anterior grafico establece, que de las 268 mujeres encuestadas, el 85 % de ellas llevan algún tipo de maquillaje a los establecimientos, el otro 15 % no lo hace.

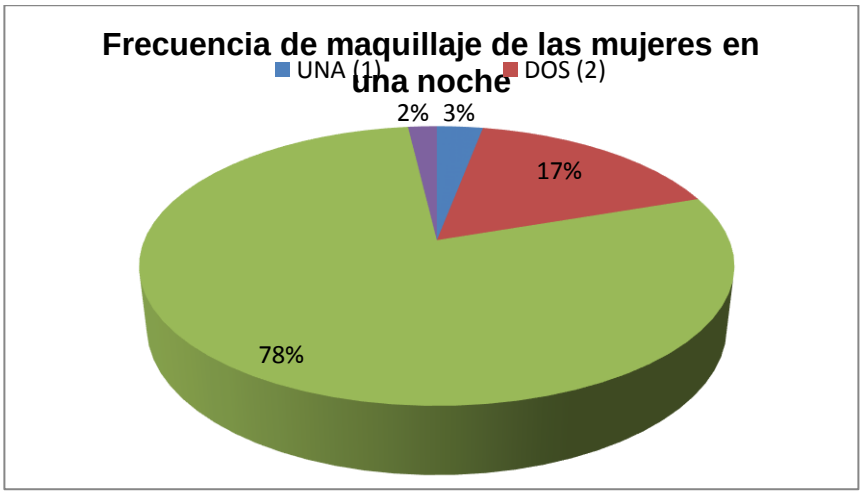
Gráfico 3 Porcentaje de mujeres que utilizan maquillaje dentro de los clubs nocturnos de la Ciudad de Santiago de Cali.



Fuente: Autores

El anterior grafico establece, que de las 268 mujeres encuestadas, el 85 % de ellas utiliza algún tipo de maquillaje dentro de los clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali, el otro 15 % no lo hace.

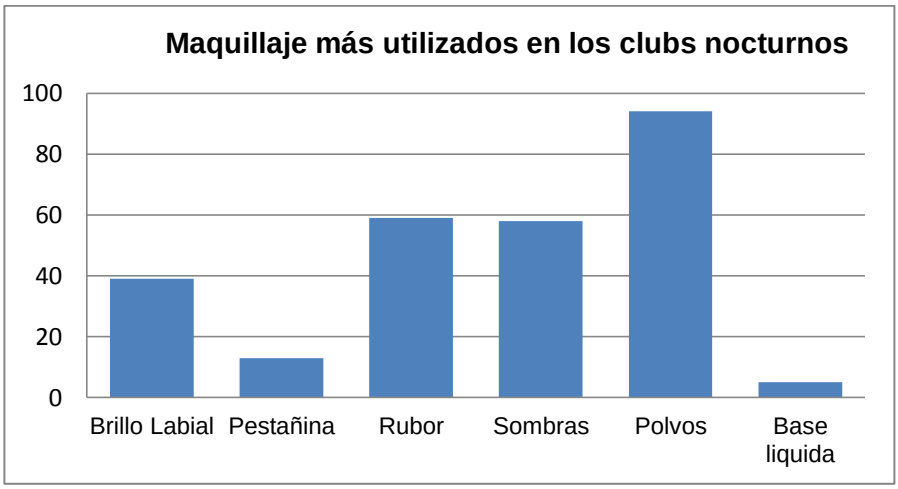
Gráfico 4 Frecuencia de maquillaje de las mujeres en una noche



Fuente: Autores

El anterior grafico establece, que de las 268 mujeres encuestadas, el 78% de ellas entra tres veces al baño a maquillarse en una noche, el 17% entra dos veces, el 3% una vez, y el 2 % entra cuatro o más veces.

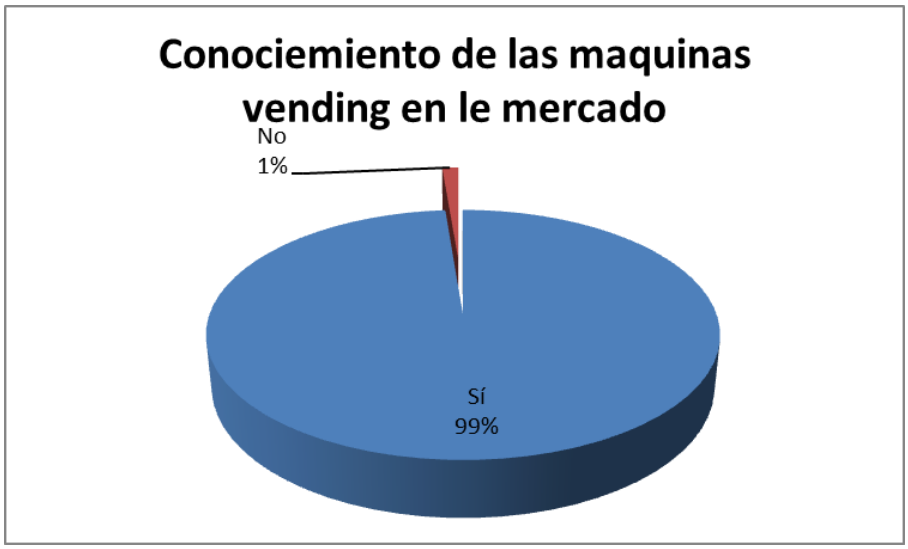
Gráfico 5 Cosméticos de mayor consumo en los clubs nocturnos



Fuente: Autores

La grafica anterior muestra que los polvos son el maquillaje más utilizado por las mujeres en los clubs nocturnos, seguido del brillo labial, el rubor y las sombras.

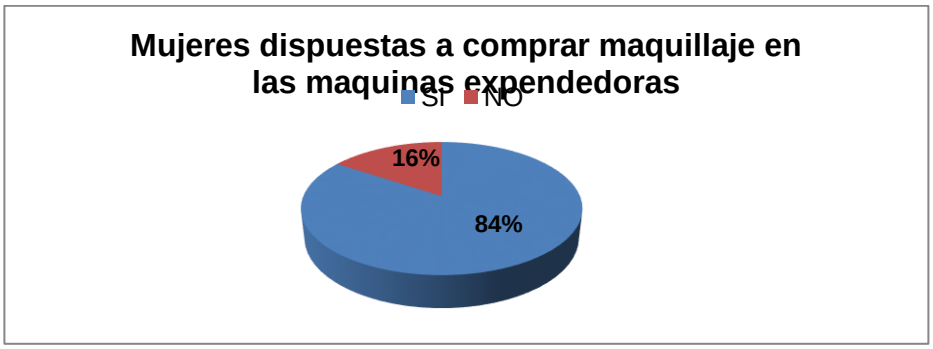
Gráfico 6 Conocimiento de las maquinas vending en el mercado objetivo



Fuente: Autores

La grafica anterior muestra que el 99% del mercado objetivo de éste proyecto, tiene conocimiento sobre la existencia de las maquinas vending o expendedoras.

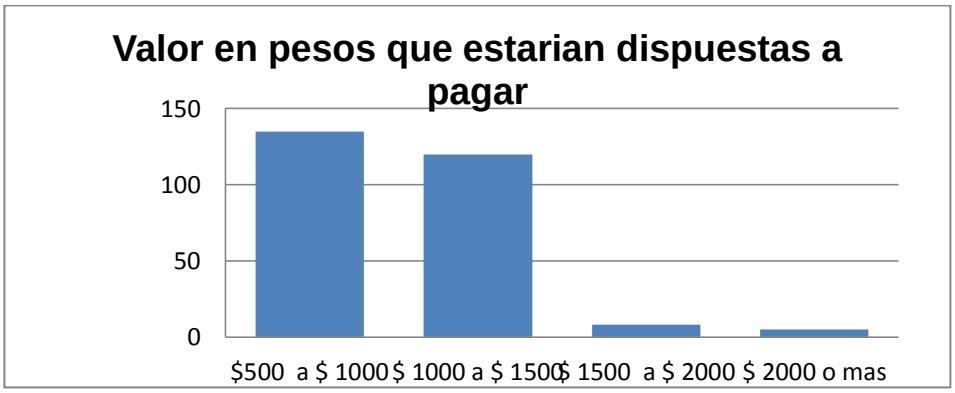
Gráfico 7 Mujeres dispuestas a comprar maquillaje en máquinas expendedoras



Fuente: Autores

Es satisfactorio para la empresa “Mak Expendedor de Maquillaje S.A.S” conocer que más del 50% de su mercado objetivo, está interesado en comprar los productos de maquillaje en presentación sachet, a través de las máquinas expendedoras de los clubs nocturnos.

Gráfico 8 Valor a pagar por el producto de expendedores automáticos de cosméticos



Fuente: Autores

La grafica anterior, muestra que el valor promedio a pagar por los productos de maquillaje va desde $ 500 a $ 1500.

Conclusión de la Investigación

De acuerdo a las gráficas mostradas anteriormente, se puede concluir que los productos de maquillaje ofertados a través de las máquinas expendedoras, pueden tener una buena acogida en el mercado, lo que podría generar una alta rentabilidad

tanto para la empresa “MAK Expendedor de Maquillaje”, como para los propietarios de los clubs nocturnos.

2.2.1.1 Cuantificación de la demanda

Mercado global: Son el porcentaje de mujeres que utilizan maquillaje tanto a nivel nacional como local.

Mercado potencial: Son la totalidad de las mujeres que asisten a los clubs nocturnos de los principales sectores de la ciudad Santiago de Cali.

Mercado objetivo: Son las mujeres que utilizan maquillaje dentro de los clubs nocturnos de la ciudad Santiago de Cali.

Ilustración 8 Tipos de mercados

Mercado Global	Mercado Potencial	Mercado Objetivo
86,93 %	25.000	268

Fuente: Autores

La ilustración anterior determina los mercados que la empresa “Mak Expendedores de Maquillaje S.A.S” debe tener en cuenta para realizar su estudio de investigación, y de esta manera poder determinar un público meta para llevar a cabo sus estrategias de ventas.

Ilustración 9 Precisión de la demanda

PRECISIÓN DE LA DEMANDA					
ANÁLISIS				PENETRACIÓN DE MERCADO	
TIPO DE CLIENTE	Cantidad de Mujeres que utilizan maquillaje	Mercado potencial	Tasa de Participación	Cantidad de maquinas vendidas Mensual	Cantidad de maquinas vendidas Anual
Clubs nocturnos en Santiago de Cali	268	25.000	0,04%	10	120

Fuente: Autores

- La cantidad de mujeres que utilizan maquillaje dentro de los clubs nocturnos.
- El mercado potencial de la empresa es de 25.000 mujeres.
- La tasa de participación que es del 0,04%, y es fijada de acuerdo la capacidad de producción de la mano de obra por 2 empleados de la empresa "Mak Expendedores de Maquillaje S.A.S".
- La cantidad de máquinas vendidas en el mercado mensualmente es de 10 unidades debidamente surtidas con 324 unidades de producto. Representando al año 120 máquinas expendedoras de maquillaje vendidas con 38.880 unidades de productos vendidos.

2.2.2 Análisis de la oferta

La industria de artículos de belleza, aseo y cuidado personal continúa siendo una de las mejores apuestas del Valle del Cauca y principalmente de su capital, al punto de que hoy su participación en el mercado interno anual ha alcanzado más $127 millones de pesos. (Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo ANDI, 2015, p. 8)

En la región operan varias de las más importantes empresas del sector, las cuales están vinculadas de manera activa en el 'clúster' o cadena productiva de esa industria, que cada día cobra mayor auge. Solo entre enero y noviembre del 2015, las ventas externas del sector alcanzaron $109 millones, siendo Santiago de Cali su principal consumidor del departamento del valle del cauca en productos cosméticos y aseo personal. (Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo ANDI, 2015, p. 8)

De acuerdo con el último informe 'Enfoque Competitivo' de la Cámara de Comercio de Cali, esas ventas externas entre los años 2010 y 2015 presentaron un crecimiento promedio del 5% anual.

La oferta de productos cosméticos en la ciudad de Santiago de Cali no alcanza a satisfacer la necesidad del mercado, en cuanta variedad de marca y cantidad de

productos de belleza para hombres y mujeres, debido a que se ha creado la necesidad del cuidado y presentación personal.

Principalmente la economía está aumentando por medio de productos de belleza en la capital del valle en un 3% al 6% anual aproximadamente.

La oferta de máquinas expendedoras para este proyecto, está determinada por la cantidad de los clubs nocturnos existentes en la ciudad de Santiago de Cali, es decir, a mayor número de discotecas mayor es la cantidad de máquinas a ofertar.

Según la cámara de comercio de Cali en los diferentes sectores de ciudad de Cali, se encuentran registrados legalmente 79 clubs nocturnos, los cuales serán mencionados en la siguiente ilustración:

Ilustración 10 Clubs nocturnos registrados en la ciudad de Santiago de Cali

CLUBS NOCTURNOS REGISTRADOS LEGALMENTE EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI	
SECTOR	CANTIDAD
Menga	12
Juanchito	7
Granda	6
Avenida Sexta	15
Parque del perro	4
Cra 66 Sur	16
Ciudad Jardin	19
TOTAL	79

Fuente: (Cámara de Comercio de Cali, 2015, p. 2)

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

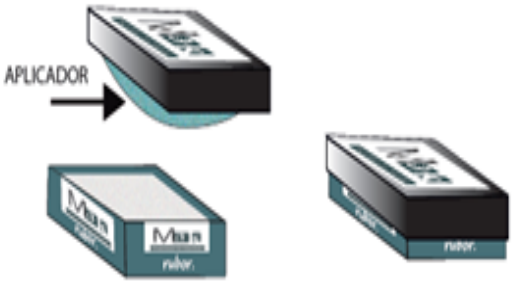
A continuación se presentara la descripción de los productos de maquillaje que se venderán en presentación sachet, a través de las máquinas expendedoras.

Gráfico 9 Polvos compacto

	DESCRIPCION
polvo compacto coral canela marrón 	**Tipos de Colores:** Color claro, Color medio, color oscuro, color natural, color clásico, color crema. **Presentación física del producto:** Se venderá en presentación sachet, especialmente para una sola aplicación, en su contenido viene una espuma pequeña con la cantidad de maquillaje, que es de 3 gramos.

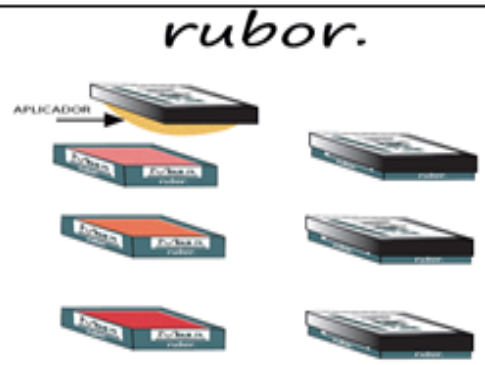
Fuente: Autores

Gráfico 10 Sombras

SOMBRAS	DESCRIPCION
blanca  	**Tipos de Colores:** Color Marrón, Color Negro, color blanco, color rosado, color azul, color morado, color dorada, color plateado, color amarillo **Presentación física del producto:** Se venderá en presentación sachet, especialmente para una sola aplicación, en su contenido viene una espuma pequeña con la cantidad de maquillaje, que es de 3 gramos.

Fuente: Autores

Gráfico 11 Rubor

	DESCRIPCION
	**Tipos de Colores:** Rosa, marrón, color rojo, color durazno, color coral, color mandarina **Presentación física del producto:** Se venderá en presentación sachet, especialmente para una sola aplicación, en su contenido viene una espuma pequeña con la cantidad de maquillaje, que es de 3 gramos.

Fuente: Autores

Gráfico 12 Brillo labial

	DESCRIPCION
	Tipos de Colores: Color Rosa, Color marrón, color rojo, color beige dorado, color morado, color fucsia oscuro. **Presentación física del producto:** Se venderá en presentación sachet, especialmente para una sola aplicación, en su contenido viene pequeño lápiz con un contenido de 1 mililitro.

Fuente: Autores

2.3.1 Clientes

Los principales clientes de la empresa Mak Expendedores de Maquillaje S.A.S.. son los diferentes clubs nocturnos de la ciudad Santiago de Cali, que se caracterizan en su mayoría por la música de salsa como fondo, aunque también hay diferentes

establecimientos con otros ritmos musicales que pueden ser encontrados en la ciudad de Cali tales como:

- El sector de Menga
- Sector Juanchito
- Granada
- Avenida Sexta
- Parque del perro
- Cra 66 sur
- Ciudad jardin

Siendo estos son los más reconocidos, tanto por el público local como por los turistas, por su gran variedad de bares, discotecas y clubs nocturnos de diferentes temáticas.

Los diferentes clubs nocturnos de la ciudad de Cali van de la mano con la tecnología e innovación de sus instalaciones, modelos de servicios eficaces y su sistema de gestión de clientes. Permitiendo a los diferentes consumidores de clubs nocturnos un ingreso ágil, un registro seguro y una optimización del tiempo en los pedidos.

Por eso la empresa de Mak Expendedores de Maquillaje S.A.S, pretende presentar sus máquinas vending con productos de maquillaje sachet para mujeres, en los diferentes clubs nocturnos de los sectores más conocidos de la ciudad.

2.3.2 Proveedores

El proveedor de la empresa “Mak Expendedor de Maquillaje” es la firma INSSA, puesto que es la única empresa que brinda la posibilidad de crear una máquina expendedora que se ajusta a las necesidades que se requieren para este proyecto.

Ilustración 11 Proveedor Inssa

Fuente: Inssa

2.3.3 Competidores

La empresa “Mak Expendedoras de Maquillaje S.A.S” en su inicio, no tiene competidores puesto que es un producto que está comenzando a incursionar el mercado Colombiano, pero existe el riesgo de que un futuro pueda llegar a competir con otras empresas que quieran presentar un producto más innovador.

2.4 PLAN DE MERCADO

El plan de mercadeo, para promocionar las máquinas expendedoras de productos cosméticos en presentación sachet para damas que frecuentan los diferentes clubs nocturnos de la ciudad Santiago de Cali se relaciona a continuación:

2.4.1 Estrategia de precio

La empresa “MAK Expendedor de Maquillaje” ofrecerá 4 tipos de productos de maquillaje, tales como: Rubor, Sombras, Polvos y Brillo Labial, que serán vendidos a través de las máquinas expendedoras, las cuales estarán situadas en los baños de damas de cada uno de los clubs nocturnos ya mencionados anteriormente.

Cada uno de estos productos, tienen un costo y un precio de venta determinado, los cuales se especificaran en el siguiente cuadro.

Ilustración 12 Costo y marguen de ganancia de productos de maquillaje

PRODUCTOS	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Rubor rosa	200	400%	1.000
Rubor marrón	200	400%	1.000
Rubor rojo	200	400%	1.000
Rubor durazno	200	400%	1.000
Rubor coral	200	400%	1.000
Rubor mandarina	200	400%	1.000
Brillo labial rosa	200	400%	1.000
Brillo labial marrón	200	400%	1.000
Brillo labial rojo	200	400%	1.000
Brillo labial beige dorado	200	400%	1.000
Brillo labial morado	200	400%	1.000
Brillo labial fucsia oscuro	200	400%	1.000
Sombras marrón o café	200	400%	1.000
Sombras negro	200	400%	1.000
Sombras blanco	200	400%	1.000
Sombras rosado	200	400%	1.000
Sombras azul	200	400%	1.000
Sombras morado	200	400%	1.000
Sombras dorada	200	400%	1.000
Sombras plateado	200	400%	1.000
Sombras amarillo	200	400%	1.000
Polvos claro	200	400%	1.000
Polvos medio	200	400%	1.000
Polvos oscuro	200	400%	1.000
Polvos natural	200	400%	1.000
Polvos clasico	200	400%	1.000
Polvos crema	200	400%	1.000

Fuente: Autores

Ilustración 13 Unidades de venta de expendedores de maquillaje

UNIDADES					
PRODUCTO	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Rubor rosa	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Rubor marrón	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Rubor rojo	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Rubor durazno	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Rubor coral	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Rubor mandarina	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Brillo labial rosa	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Brillo labial marrón	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Brillo labial rojo	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Brillo labial beige dorado	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Brillo labial morado	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Brillo labial fucsia oscuro	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras marrón o café	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras negro	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras blanco	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras rosado	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras azul	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras morado	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras dorada	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras plateado	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras amarillo	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Polvos claro	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Polvos medio	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Polvos oscuro	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Polvos natural	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Polvos clasico	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Polvos crema	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
TOTAL	**38.880**	**41.835**	**44.680**	**47.360**	**49.823**

Fuente: Autores

Ilustración 14 Precio de venta expendedores de maquillaje

PRECIOS DE VENTA					
PRODUCTO	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Rubor rosa	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Rubor marrón	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Rubor rojo	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Rubor durazno	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Rubor coral	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Rubor mandarina	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Brillo labial rosa	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Brillo labial marrón	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Brillo labial rojo	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Brillo labial beige dorado	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Brillo labial morado	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Brillo labial fucsia oscuro	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras marrón o café	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras negro	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras blanco	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras rosado	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras azul	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras morado	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras dorada	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras plateado	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras amarillo	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Polvos claro	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Polvos medio	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Polvos oscuro	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Polvos natural	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Polvos clasico	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Polvos crema	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281

Fuente: Autores

2.4.2 Estrategia de venta

- Se cubrirán todos los sectores mencionados anteriormente, donde se encuentran ubicados los clubs nocturnos más conocidos en la ciudad de Cali.
- Los dos primeros fines de semana, se darán muestras gratis de los productos que se venderán a través de las máquinas expendedoras, con el objetivo de que las mujeres que asisten a éstos lugares, prueben los productos para que tengan una buena aceptación en el mercado.
- Los conceptos que se utilizaran para atraer mayor atención, están relacionados con la presentación sachet de los productos, cuyo objetivo es evitar que las mujeres lleven carteras muy abultadas para los establecimientos nocturnos.

2.4.3 Estrategia promocional

Se desarrollara una campaña de expectativa, la cual se implementara primero con unos adhesivos, situados en los baños de los clubs nocturnos de la ciudad de Cali.

Seguido a los adhesivos, se publicara en las pantallas de dichas discotecas, la misma campaña de expectativa con el fin de ser visible para todos quienes asistan a los clubs.

Se brindara a las mujeres que asistan a los clubs nocturnos días antes de la instalación de la maquina vending, muestras del maquillaje que se ofrecerá en las mismas.

Después de la instalación, se contrata una impulsadora con el fin de dar a conocer el uso de la maquina vending, sus beneficios y los productos ofrecidos en ella.

La empresa “Mak Expendedor de Maquillaje S.A.S”, realizara descuentos del 5% a los propietarios de los diferentes clubs nocturnos, que adquieran 2 máquinas

vending a la vez, esto con el fin, de proporcionar una mayor venta al consumidor final.

Ilustración 15 Descuentos

PRODUCTOS	PRECIO	DESCUENTO		PRECIO TOTAL
		%	$	
Expendedores automaticos damas	1.391.492	5%	69.575	1.321.918

Fuente: Autores

La ilustración anterior, nos proporciona información sobre el descuento detallado de cada una de las máquinas de cosméticos para dama, en el caso que algún cliente adquiera 2 de contado.

Además, la empresa cuenta con publicidad pre-operativa como volantes y tarjetas, distribuidos en las diferentes zonas de recreación nocturna de la ciudad, además el área comercial se encarga de ofertar el producto a los diferentes propietarios de clubs nocturnos de la ciudad de Cali. La empresa de expendedores de maquillaje, proporcionara 6 noches durante un mes, una o dos personas que estarán ubicadas en el baño de las damas, cuyo objetivo es llevar a cabo la publicidad sobre las maquinas vending, y a su vez brindar un apoyo en cuanto a su manejo.

Ilustración 16 Publicidad pre-operativa

PUBLICIDAD PRE OPERATIVA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO EN PESOS	VALOR TOTAL EN PESOS
Volantes	1000	50	50.000
Tarjetas	5000	50	250.000
TOTAL PUBLICIDAD PRE OPERATIVA			300.000

Fuente: Autores

2.4.4 Estrategia de distribución

La distribución de las máquinas expendedoras de cosméticos será de manera directa, ya que su instalación eléctrica debe ser en la pared de los baños de los

diferentes clubs nocturnos de la ciudad de Cali. De igual forma, cuando el cliente pretenda surtir nuevamente, se realizara la entrega de los productos y se surtirá directamente.

2.5 POLÍTICAS DE SERVICIO

El principal servicio está enfocado al cliente de la empresa, ya que este proporciona la sostenibilidad de la empresa "Mak Expendedor de Maquillaje S.A.S", los descuentos van dirigidos a los propietarios de los clubs nocturnos, para que incrementen sus ventas y puedan brindar un servicio adicional en sus establecimientos. De igual forma, la empresa proporciona un sistema de garantía de 6 meses por daño en el sistema eléctrico de las maquinas vending y otorga un mantenimiento gratuito a estas máquinas cada 4 meses.

Lo anterior con el fin, de que el cliente se sienta satisfecho tanto con los productos de maquillaje como con el excelente sistema de las máquinas vending. De igual forma, se realiza un seguimiento a las ventas mensuales de cada máquina, para poder determinar cuál de los productos de maquillaje, generan mayores ventas en los clubs nocturnos de la ciudad Santiago de Cali.

2.6 TÁCTICAS DE VENTA

La empresa "Mak Expendedores de Maquillaje S.A.S", cuenta con su propia fuerza de ventas, quien son los encargados de promocionar las maquinas vending y sus productos de maquillaje sachet a los diferentes clubs nocturnos de la ciudad Santiago de Cali. Con el fin, de promover el crecimiento de la empresa y posicionamiento de marca de cada uno de nuestro productos.

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.1.1 Producto

Logo de la empresa "Mak Expendedor de maquillaje S.A.S"

Ilustración 17 Logo

Fuente: Autores

Slogan de la empresa: "La belleza más cerca de ti".

La empresa Mak expendedor de maquillaje S.A.S cuenta con un portafolio de diferentes productos de maquillaje en expendedores o maquinas vending para mujeres.

3.1.1.1 Máquinas expendedoras de maquillaje para las mujeres.

Las máquinas expendedoras de maquillaje, son creadas con el fin de brindar una satisfacción inmediata a las mujeres que asisten a los clubs nocturnos. Debido a su presentación, las cosmetiqueras ocupan la mayor parte del bolso, razón por la cual les resulta muy incómodo llevarlas consigo a dichos lugares.

Los expendedores de maquillaje o maquinas vending, deben de cumplir con unas características, para su uso en los diferentes clubs nocturnos de la ciudad tales como:

- La Instalación de las máquinas expendedoras, estarán ubicadas en los baños de las damas de los clubs nocturnos.
- Los productos que se ofrecerán en las máquinas expendedoras de maquillaje, son los siguientes: brillo labial, sombras, base, rubor.
- Para adquirir los productos, las máquinas expendedoras manejaran un sistema de pago con monedas y billetes.

Modelo de máquina expendedora de maquillaje

Modelo de máquinas vending de cosméticos de maquillaje, en los diferentes clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali.

Ilustración 18 Prototipo maquina vending o expendedora

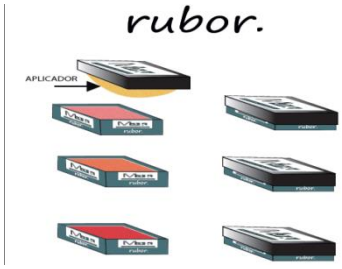
Fuente: autores

Maquillaje a ofertar en las maquinas vending.

Se presentan los productos a ofertar en las máquinas vending de maquillaje o cosméticos, en los diferentes clubs nocturnos de la ciudad Santiago de Cali, con su debida cantidad para cumplir con la presentación sachet.

PRODUCTO

Ilustración 19 Rubor



Fuente: Autores

Descripción

Brillo labial: se ofrecerán los siguientes colores:

- Color rosa. Color marrón. Color rojo. Color durazno. Color coral. Color mandarina

Con una cantidad de 3 gramos.

Ilustración 20 brillo labial

Fuente: Autores

Descripción

Brillo labial: se ofrecerán los siguientes colores:

- Color rosa. Color marrón. Color rojo. Color beige dorado. Color morado. Color fucsia oscuro

Con una cantidad de un mililitro

Ilustración 21 Sombras

Fuente: Autores

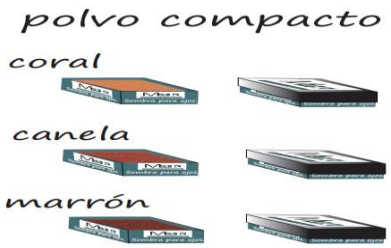
Descripción

Sombras: Se ofertaran los colores más utilizados por las mujeres, los cuales son:

- Color Marrón o café. Color Negro. Color blanco. Color rosado. Color azul. Color morado. Color dorada. Color plateado. Color amarillo

Con una cantidad de 3 gramos

Ilustración 22 Polvos



Fuente: Autores

Descripción

- Color claro. Color medio. Color oscuro. Color natural. Color clásico. Color crema

Con una cantidad de 3 gramos

Ilustración 23 Prototipo de ubicación de los expendedores de maquillaje

Fuente: Autores

3.1.2 Metodología en el estudio de la ingeniería del proyecto

Ámbito del proyecto

El objetivo del proyecto es la comercialización de las máquinas expendedoras de maquillaje o cosméticos en presentación sachet, con un producto de excelente calidad a las mujeres que concurren los clubs nocturnos de la Ciudad de Santiago de Cali.

3.1.3 Diagramas de planes de desarrollo

Este diagrama, determina los protocolos a seguir en la comercialización de las maquinas expendedores de maquillaje o cosméticos de la empresa “MAK Expendedor de maquillaje S.A.S“

Ilustración 24 Diagrama de bloque para adquisición de producto mediante la máquina expendedora

Fuente: Autores

3.1.4 Tecnología y selección de equipo requerido

La selección de la tecnología para la ejecución del proyecto de expendedores de maquillaje S.A.S. se compone de la siguiente forma:

- **Muebles y enseres**

Ilustración 25 Tecnología de muebles y enseres

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	2	170.000	340.000
Sillas secretariales	2	60.000	120.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**460.000**

Fuente: Autores

- **Equipo de cómputo y telecomunicaciones**

Ilustración 26 Tecnología de equipo de cómputo y telecomunicaciones

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN			
Computador portátil	2	580.000	1.160.000
Impresora multifuncional	1	300.000	300.000
TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN			**1.460.000**

Fuente: Autores

Ilustración 27 Tecnología de maquinaria y equipo

	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Kick de herramientas	2	190.000	380.000
Taladro	3	78.000	234.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**614.000**

Fuente: Autores

A continuación se detallara cada uno de los ítems con sus debidas características.

Ilustración 28 Escritorio

Fuente: (Alkosto, 2016, fig. 1)

Características

Escritorio ejecutivo de moderno diseño con regatones para ajuste de altura. Opcionalmente se puede agregar el retorno 127-SKT. No incluye sillón. Cubierta de melanina resistente a rayones y quemaduras, con estructura de madera. Empaque: Frente: 0.96, fondo: 1.90, alto: 0.15 mts, Volumen: 0.27 mts³, Peso: 48.7 kg.

Ilustración 29 Sillas secretariales

Fuente: (Officeclass, 2016, fig. 2)

Características

- Respaldo con diseño ergonómico tapizado en malla.
- Asiento acojinado y tapizado.
- Base de 5 puntas en aluminio pulido.

- Mecanismo de reclinamiento.
- Ajuste de profundidad del asiento y respaldo.
- Sistema para ajuste del el soporte lumbar.
- Incluye descansabrazos con ajuste de altura.
- Colores de la base: Negro, Aluminio.

Medidas: 0.69 x 0.70 x 1.08 mts.

Ilustración 30 Computador portátil

Fuente: (Biggerbids, 2016, fig. 3)

Características

Acer Aspire One D270 - Portátil de 10.1" (Intel atom n2600, 1 GB de RAM, 320 GB, Windows 7 Starter Edition), azul - Teclado QWERTY español.

- Acorde RoHS: Si
- Altura: 2,6 cm
- Ancho: 25,8 cm
- Caché del procesador: 1 MB
- Cantidad de puertos USB 2.0: 3
- Cantidad de puertos VGA (D-Sub): 1
- Capacidad de disco duro: 320 GB
- Capacidad total de almacenaje: 320 GB

Ilustración 31 impresora multifuncional

Fuente: (Alkosto, 2016, fig. 4)

Características

Esta impresora multifunción te da la oportunidad de imprimir desde sencillos documentos de texto hasta fotografías con calidad de laboratorio. Con la HP OJ 4636, además, podrás **imprimir directamente desde tu Tablet o Smartphone** gracias a su sistema **Airprint** y **ePrint**. Impresora multifunción **Cannon Office Jet 4636**. **Imprime**, **copia**, **escanea** y **envía faxes**

- **Altura:** 120 mm
- **Ancho:** 445 mm
- **Peso**: 6.22 kg
- **Profundidad**: 334 mm

Ilustración 32 Kick de herramientas

Fuente: (Easycataogo, 2016, fig. 5)

Características

- Perfecto para la casa o el vehículo

- Todas las herramientas se mantienen en su lugar en el estuche portátil de plástico moldeado por soplado para su comodidad
- Las herramientas son de acero al cromo vanadio niqueladas y cromadas para lograr un torque de alta resistencia
- Incluye herramientas SAE y métricas

Ilustración 33 Taladro

Fuente: (Atlascopco, 2016, fig. 6)

Características

- Embrague de seguridad que alarga la vida de la herramienta
- Velocidad variable y reversible para iniciar los taladros con precisión incluso para atornillar
- Fácil cambio de rotación a rotación percusión
- Potencia 720 W
- R.p.m alta 0 - 2.900 Rpm
- R.p.m baja 0 - 1.200 Rpm

Insumos

Las maquinas vending son proporcionadas por la empresa en forma de leasing a los diferentes propietarios de clubs nocturnos de la ciudad de Cali en un contrato unilateral de 2 años, cada uno de los expendedores se surte con los productos faltantes o escasos en ese trascurso de la semana. Además, serán surtido con los productos de maquillaje más utilizados por mujeres.

Ilustración 34 Expendedor automático damas

Contenido de cada maquina vending Mujeres	Cantidad
Rubor rosa	12
Rubor marrón	12
Rubor rojo	12
Rubor durazno	12
Rubor coral	12
Rubor mandarina	12
Brillo labial rosa	12
Brillo labial marrón	12
Brillo labial rojo	12
Brillo labial beige dorado	12
Brillo labial morado	12
Brillo labial fucsia oscuro	12
Sombras marrón o café	12
Sombras negro	12
Sombras blanco	12
Sombras rosado	12
Sombras azul	12
Sombras morado	12
Sombras dorada	12
Sombras plateado	12
Sombras amarillo	12
Polvos claro	12
Polvos medio	12
Polvos oscuro	12
Polvos natural	12
Polvos clasico	12
Polvos crema	12
TOTAL PRODUCTOS	**324**

Fuente: Autores

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.2.1 Macro localización

El municipio de Santiago de Cali es la tercera ciudad más poblada del territorio colombiano y capital del departamento del Valle del Cauca, está situada al sur limitando con la cordillera occidental y central de los andes. Actualmente la ciudad cuenta con 22 comunas de diferentes estratos socioeconómicos del 1 al 6, con una superficie de 564 Km2 con un total de población de 2´653´034 habitantes.

La ciudad cuenta con un sistema de transporte integrado M.I.O. una red de buses articulados con decenas de estaciones a lo largo de la ciudad. A sus portales o estaciones terminales llegan centenares de buses alimentadores provenientes de sectores alejados de las vías principales. De igual forma, tanto en las zonas comerciales y céntricas, como en la periferia, varios cientos de buses, busetas, colectivos y taxis completan la oferta de transporte masivo.

Ilustración 35 Santiago de Cali mapa

Fuente: http://khm0.googleapis.com/kh?v=691&hl=en-US&&x=588&y=1004&z=11.jpg

3.2.2 Micro localización

"MAK Expendedores de Maquillaje S.A.S", estará ubicada en la ciudad Santiago de Cali, específicamente en la comuna 4 Barrio Salomia. En la actualidad el barrio se encuentra en el estrato 3 y está ubicado en el norte de la ciudad, sus puntos de referencia más populares son el Sena, Tránsito y el centro comercial Único.

Dirección: Cra 3 # 56 – 90 Barrio Salomia

Ilustración 36 Fallada del local comercial

Fuente: Autores

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

Expendedores de maquillaje es una empresa nueva en el mercado que desea suplir la necesidad de cosméticos sache por medio de máquinas vending en los diferentes bares y discotecas de la ciudad Santiago de Cali.

Para la ejecución de este proyecto de emprendimiento es necesario una inversión de **$29´745.187** con un préstamo bancario del 30% sobre el total que equivale a **$8´923.556** a **36** cuotas fijas con una tasa de interés efectiva anual del **12,01%** con el banco Davivienda a un crédito de libre inversión.

Ilustración 37 Inversión de expendedores automáticos de maquillaje

TOTAL INVERSIÓN	**29.745.187**
% INVERSION A FINANCIAR	30,00%
INVERSION A FINANCIAR	**8.923.556**
MESES A DIFERIR	12
VALOR A DIFERIR	**393.833**

Fuente: Autores

4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

4.1.1 Misión

Somos una empresa comercializadora de máquinas expendedoras de productos de maquillaje femenino, caracterizada por la calidad, practicidad, e instantaneidad de adquirir estos productos en los clubs nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali.

4.1.2 Visión

Para el año 2019, nuestra empresa desea posicionarse en el mercado de expendedores de máquinas de maquillaje en presentación sachet para la mujer, a nivel nacional en los clubs nocturnos.

4.1.3 Valores corporativos

Innovación: adaptación continúa a los cambios del sector cosmético.

Liderazgo: fomentar seguridad de nuestros empleados en el negocio, donde sus opiniones sean tomadas en cuenta para generar nuevas ideas y cambios estratégicos.

Excelencia: ofrecer siempre alta calidad en nuestros productos.

Responsabilidad: cumplir a cabalidad con nuestros deberes y derechos para brindar un buen servicio.

Respeto: en nuestra organización aceptamos al otro como un ser único respetando sus ideales.

4.1.4 Filosofía de trabajo

Nuestra empresa está comprometida a brindar un buen servicio a los clubs nocturnos que adquirieron las máquinas expendedoras de maquillaje, teniendo en cuenta la calidad, presentación, diversidad en colores, entre otros de los productos a manejar.

4.1.5 Competencias organizacionales

- Brindar un servicio extraordinario.
- Trabajo en equipo
- Responsabilidad
- Comunicación asertiva

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La empresa Expendedora de Maquillaje S.A.S, posee para su infraestructura un organigrama vertical, donde muestra la cadena de mando según el rango del personal de la empresa. El cual está representado de la siguiente manera:

Ilustración 38 Organigrama de expendedores de belleza

Fuente: Autores

4.2.1 Perfiles de Cargo

Ilustración 39 Descripción del puesto del administrador

Nombre del Cargo	Administrador
Salario	$ 1'000.000 M/c.
Descripción del puesto	Su función principal es velar por el buen funcionamiento de la empresa Expendedores de Maquillaje S.A.S, de tal manera que los objetivos y metas establecidas se cumplan a cabalidad.
Estudios realizados	Profesional en alguna de las siguientes carreras: Administración de empresas, negocios internacionales, mercadeo, finanzas, operaciones y logística.
Experiencia laboral	Experiencia mínima de un año (1) certificada después de graduación.
Funciones específicas del cargo	• Administrar los recursos de la empresa. • Mantener buen clima laboral. • Formular estrategias • Toma de decisiones. • Actitud de liderazgo. • Establecer rangos de ventas mensuales. • Supervisar las actividad de su equipo de trabajo • Realizar informes de ventas
Competencias	• Profesional creativo, recursivo e ingenioso, con capacidad de análisis y síntesis. • Tomar decisiones por la naturaleza de su profesión, en dos dimensiones: Recursos humanos y la empresa.

Fuente: Autores

Ilustración 40 Descripción del puesto del contador

Nombre del Cargo	Contador
Salario	$ 232.082 M/c.
Descripción del puesto	Debe llevar los registros contables de la empresa, expendedores de maquillaje S.A.S. de manera organizada, clara y oportuna, sujeto a la normatividad de la empresa.
Estudios realizados	Profesional en contaduría pública. Con tarjeta profesional vigente.
Experiencia laboral	Experiencia mínima de un año (1) certificada después de graduación.
Funciones específicas del cargo	• Realizar la liquidación de nómina. • Llevar los registros contables de compra y venta de materia prima e insumos. • Pagos de impuestos ante las entidades gubernamentales. • Asesoría sobre la situación financiera de la empresa.
Competencias	• Profesional con habilidades contables y numéricas tanto practico como analítico. • Entrega oportuna de los registros contables que tiene la empresa durante los periodos establecidos. • Ordenado con la contabilidad de la empresa, para que se tenga una percepción clara de la lectura contable con el gerente.

Fuente: Autores

Ilustración 41 Descripción del puesto del asesor comercial

Nombre del cargo	Asesor comercial
Salario	$.741.853 M/c.
Descripción del puesto	Realizar la promoción de cada uno de los productos de la empresa Expendedores de maquillaje S.A.S. al mercado, mostrando los beneficios obtenidos al adquirir estos.
Estudios realizados	Técnico o tecnológico en carreras de mercadeo o afines.
Experiencia laboral	Experiencia mínima de 6 meses certificada en ventas.
Funciones específicas del cargo	• Promocionar los productos de maquillaje para dama en los diferente clubs nocturnos de la ciudad. • Llevar registro de ventas y seguimiento de consumo de cada uno de los clientes. • Dar a conocer los productos de la empresa en el mercado. • Promover las ventas de la empresa.
Competencias	• Persona creativa con alta capacidad para comunicarse. • Persona carismática. • Alto poder de convencimiento y persuasión. • Puntual y ordenado.

Fuente: Autores

Ilustración 42 Descripción del puesto del instalador de máquinas expendedoras.

Nombre del cargo	Operario
Salario	$.741.853 M/c.
Descripción del puesto	Realizar la instalación de las diferentes máquinas de cosméticos a los clubs nocturnos, de manera que queden instalados correctamente.
Estudios realizados	Técnico en electricidad y mantenimiento.
Experiencia laboral	Certificado laboral como operario en trabajos afines.
Funciones específicas del cargo	• Instalar las maquinas vending en los clubs nocturnos de la ciudad. • Surtir de manera organizada las máquinas expendedoras. • Realizar el inventario y organización del almacén de la empresa. • Realizar el mantenimiento de las maquinas vending. • Organizar los insumos y materia prima de la empresa de manera organizada para su debido traslado.
Competencias	• Persona organizada y dedicada en sus funciones. • Honesto en el manejo de la materia prima e insumos de la empresa • Creativo y recursivo para satisfacer las necesidades del cliente. • Puntual en las entregas y recorridos de acuerdo al cronograma de trabajo.

Fuente: Autores

Ilustración 43 Descripción del puesto del personal de apoyo

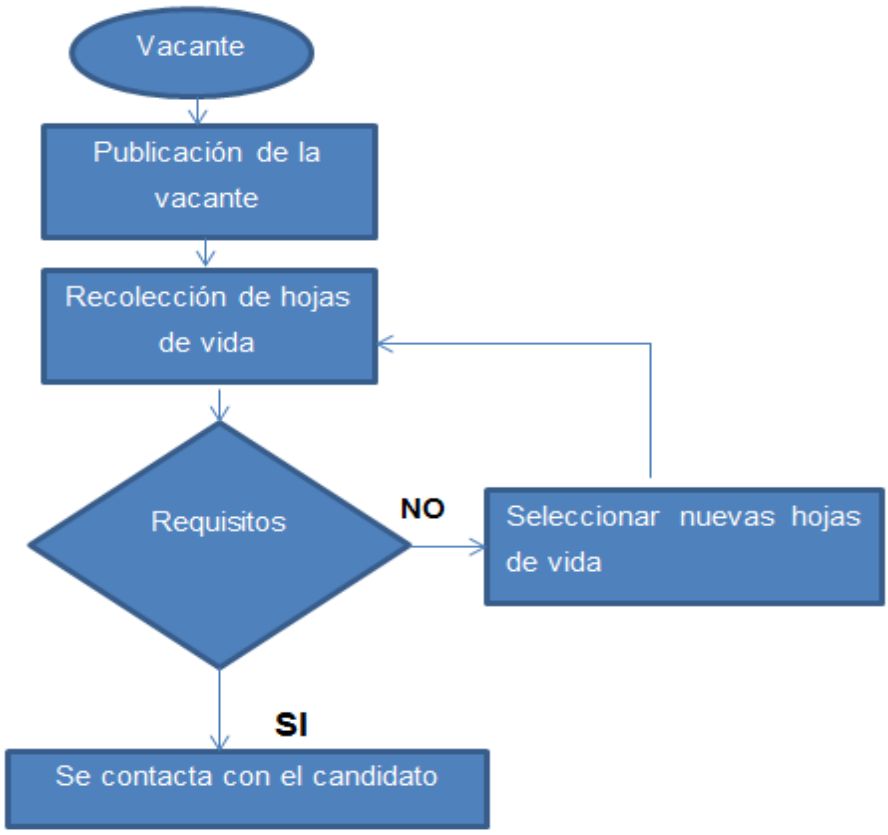
Nombre del cargo	Personal de apoyo
Salario	$25.000 M/c. Por noche.
Descripción del puesto	Impulsar los productos de maquillaje en presentación sachet.
Estudios realizados	Técnico en mercadeo o carreras afines.
Experiencia laboral	Experiencia minima de 6 meses.
Funciones específicas del cargo	• .Ofertar los productos de maquillaje • Dar a conocer el modo de uso de los productos y su calidad.
Competencias	• Persona creativa. • Persona carismática. • Alta capacidad para comunicarse • Alto poder de convencimiento y persuasión.

Fuente: Autores

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

Se escogerá un personal idóneo, para laborar en la empresa, la cual estará organizada de la siguiente manera:

Ilustración 44 Modelo de reclutamiento de personal



Fuente: Autores

Vacante: Es el cargo disponible a ocupar en la empresa de expendedores de maquillaje S.A.S.

Publicación de la vacante: Se publica la vacante a través de páginas web.

Recolección de hojas de vida: Se recolectan las hojas de vida para su debida selección.

Requisitos: Son las condiciones puestas por la empresa expendedores de maquillaje S.A.S. para seleccionar las hojas de vida que cumplan con dichos requerimientos.

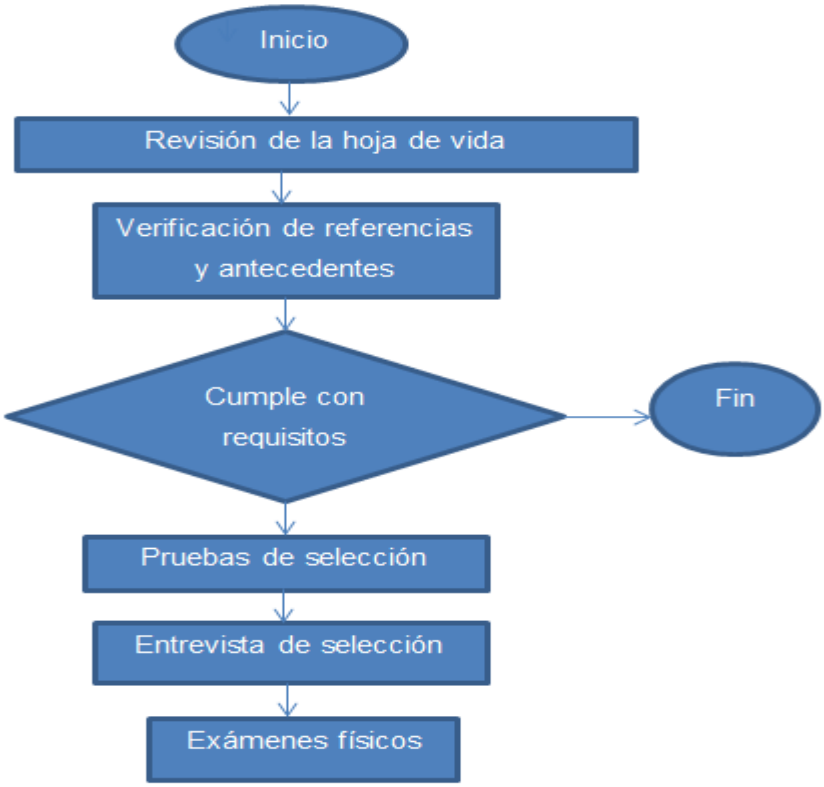
Seleccionar nuevas hojas de vida: Si el candidato no cumple con todos los requisitos, se procede a seleccionar nuevas hojas de vida.

Contactar el candidato: Si se cumple con los requisitos establecidos, se contacta al aspirante por vía telefónica o correo electrónico.

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN PERSONAL

Para la selección del personal de la empresa MAK expendedoras de maquillaje S.A.S, se tendrán en cuenta los siguientes procedimientos:

Ilustración 45 Selección personal



Fuente: Autores

Revisión de la hoja de vida: Es la revisión detallada y excautiva de cada una de las hojas de vida, con los requisitos necesarios estipulados por la empresa para cumplir el cargo a desempeñar.

Verificación de referentes y antecedentes: En esta etapa se verifican los datos referentes al candidato para determinar si son verídicos.

Cumplimientos de los requisitos: En esta condición se determina, si el candidato cumple con los requisitos el proceso continúa, de lo contrario el proceso termina en esta etapa.

Pruebas de selección: La empresa "MAK Expendedores de Maquillaje S.A.S" aplicará las siguientes pruebas:

Pruebas de conocimiento en los procesos de comercialización: El objetivo es medir el grado de experiencia y los conocimientos que poseen los candidatos con respecto a la actividad comercial de la empresa. Pruebas técnicas sobre el mantenimiento de máquinas expendedoras: En estas pruebas, se evalúan los conocimientos técnicos del personal.

Entrevista de selección: El tipo de entrevista que se implementara será dinámica de grupo, donde se evaluaran las competencias y el liderazgo de cada uno de los aspirantes.

Exámenes Físicos: Se realizara un examen pre ocupacional donde se mide las condiciones físicas y mentales del candidato, éste se llevara a cabo a través de la cruz roja por un valor de 25.200 que serán cubiertos por el aspirante.

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Para continuar con el proceso de vinculación a la empresa, Se debe tener en cuenta:

- ✓ Firmar el contrato de acuerdo a lo establecido con el código sustantivo de trabajo, para el desempeño de las funciones correspondientes para cada uno de los cargos.
- ✓ Se le solicita los siguientes documentos del candidato y su grupo familiar, tales como: Cedula, tarjeta de identidad o registro civil, con el fin de realizar el proceso de vinculación a las diferentes entidades como: EPS, ARL, CAJA DE COMPENSACIÓN.
- ✓ Se debe integrar su expediente de trabajo a la empresa con las copias de los documentos tales como: Cedula, hoja de vida, certificados de estudio y laboral, y si posee certificación de la cuenta bancaria y de pensiones.
- ✓ Prima de servicios: pagadera semestralmente y corresponde a 30 días de salario por año.
- ✓ Cesantías: correspondientes a 30 días de salario por año que deben ser consignadas en el fondo escogido por el trabajador, anualmente, antes del 14 de febrero de cada año.
- ✓ Intereses de cesantías: corresponden al 12% del valor de las cesantías y se cancelan el primer mes del año.
- ✓ Vacaciones: estas pueden programarse con la empresa según el cronograma interno establecido, y deben ser de 15 días hábiles de descanso, remunerados.
- ✓ La contratación se llevará a cabo entre la empresa y el trabajador.

- ✓ La contratación se llevará a cabo entre la empresa y el trabajador.

- ✓ La duración del contrato será por tiempo indefinido.
- ✓ El contrato deberá ser firmado por el representante legal, donde se debe especificar todas las prestaciones sociales que requiere el empleado para desempeñar su labor (ARL, Salud, Pensión, subsidio de transporte, entre otros).

4.5.1 Inducción

Se implementaran dos tipos de inducción, realizada por el administrador:

1. Se encargara que el candidato conozca la empresa, sus áreas, misión, visión y políticas de la empresa.
2. Se le especificara al candidato las funciones del cargo, la forma más adecuada para desarrollarlas, de igual forma se le expresa que sus aportes serán tenidos en cuenta para facilitar y mejorar las tareas asignadas.

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO

La capacitación y entrenamiento será realizada por parte del administrador de la empresa, para lograr el cumplimento de las funciones y deberes del nuevo empleado. De esta manera, aumentar la eficiencia y eficacia en el rendimiento del trabajo, y tener un control que permita identificar falencias que ayuden a realizar una mejora continua.

Se realizaran dos tipos de capacitaciones: Una con respecto al plan estratégico de la empresa, donde se dará a conocer la misión y la proyección de la misma, sus políticas y valores corporativos. La otra capacitación estará enfocada en el organigrama de la empresa, con el objetivo de determinar los cargos jerárquicos y las funciones correspondientes a cada área.

4.7 MARCO LEGAL

La sociedad por acciones simplificada (S.A.S.), se ha convertido en una figura societaria muy popular por la simplicidad y facilidad a la hora de su constitución.

La sociedad por acciones simplificada (S.A.S.), es un vehículo jurídico para la realización de cualquier actividad empresarial, que puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas, Cuyos accionistas limitan su responsabilidad

hasta el monto de sus aportes, Que una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica distinta de sus accionistas y que cuenta con múltiples ventajas que facilitan la iniciación y desarrollo de la actividad empresarial. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, p. 2)

Ventajas de la sociedad por acciones simplificada (S.A.S.)

- ✓ Es posible fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad.
- ✓ El proceso de constitución y reforma es más fácil y eficiente.
- ✓ La responsabilidad de los socios se limita a sus aportes, sin requerir la estructura de una sociedad anónima.
- ✓ Es posible crear diversas clases y series de acciones.
- ✓ un buen vehículo de negocios que facilita el desarrollo de inversiones extranjeras.
- ✓ No se requiere establecer una duración determinada para la S.A.S.
- ✓ El objeto social puede ser indeterminado.
- ✓ El pago del capital puede diferirse hasta por dos años.
- ✓ Se permiten los acuerdos de accionistas sobre cualquier asunto lícito.
- ✓ Por regla general no se exige revisor fiscal.
- ✓ Se establecen disposiciones que facilitan la operación y administración de las S.A.S.
- ✓ Mayor flexibilidad en la regulación de los derechos, el trámite de liquidación de la S.A.S. es más ágil: patrimoniales y políticos de los accionistas en las S.A.S.
- ✓ Se establece un mayor tiempo para enervar la causal de disolución por pérdidas.

- ✓ El trámite de liquidación de la S.A.S. es más ágil.
- ✓ Mayor agilidad para la resolución de conflictos en las S.A.S.
- ✓ Se consagra un reproche expreso a conductas abusivas por parte de los socios de la S.A.S. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, p. 2)

Como se constituye un S.A.S.

Paso 1: Redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la SAS. Este documento privado debe contener, al menos, la siguiente información de la sociedad: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, p. 8)

- ✓ 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 capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- ✓ La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse al menos un representante legal.

Paso 2: Las personas que suscriben el documento de constitución deberán autenticar sus firmas antes que éste sea inscrito en el registro mercantil. Esta autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado, en la Cámara de Comercio de la ciudad de Santiago de Cali. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, p. 9)

Paso 3: El documento privado debe ser inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de la ciudad de Santiago de Cali. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, p. 9)

Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro Único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y se lleva a cabo el pago de lo atinente a matrícula mercantil, impuesto de registro y derechos de inscripción. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2008, p. 10)

5 ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 INVERSIÓN INICIAL

Tabla 1 Inversión activos fijos

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. INVERSIÓN TOTAL EN PESOS			
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	2	170.000	340.000
Sillas secretariales	2	60.000	120.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**460.000**
EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN			
Computador portátil	2	580.000	1.160.000
Impresora multifuncional	1	300.000	300.000
TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN			**1.460.000**
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Kick de herramientas	2	190.000	380.000
Taladro	3	78.000	234.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**614.000**
TOTAL ACTIVOS FIJOS			**2.534.000**

Fuente: Autores

Los activos fijos son bienes tangibles que se presume son de naturaleza permanente porque son necesarios para las actividades normales de una compañía y no serán vendidos o desechados en el corto plazo, ni por razones comerciales. (Guzmán, 2005, p. 68)

Tabla 2 Inversión activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Registro Mercantil	1	180.000	180.000
Uso De Suelos	1	150.000	150.000
Bomberos	1	167.000	167.000
Higiene y Sanidad	1	35.000	35.000
TOTAL GASTOS CONSTITUCIÓN			**532.000**
ADECUACIONES			
Insumos y adecuaciones	1	80.600	80.600
TOTAL ADECUACIONES			**80.600**
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Grapadora	1	25.000	25.000
Perforadora	1	10.000	10.000
Cafetera	1	50.000	50.000
Papeleras	1	10.000	10.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			**95.000**
ACTIVOS INTANGIBLES			
Software paquete de Office	1	230.000	230.000
Antivirus	1	90.000	90.000
Diseño página web (Dominio, Hosting, Marketing Online)	1	300.000	300.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			**620.000**
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Volantes	1.000	50	50.000
Tarjetas	1.000	50	50.000
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			**100.000**
PÓLIZAS			
Seguro todo riesgo	1	480.000	480.000
TOTAL PÓLIZAS			**480.000**
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			**1.907.600**

Fuente: Autores

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, Son gastos pagados por anticipado. Es decir, que el contador lo que hace es incluirlos como activos diferidos y los cruza con gastos diferidos, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos.

Por diferentes circunstancias, la empresa decide comprar o pagar algunos gastos que no utilizará de forma inmediata, sino que los irá utilizando, consumiendo con el transcurso del tiempo, y mientras esto sucede, permanecen en calidad de activos. Algunos de los gastos que suelen ser pagados de forma anticipada son los arrendamientos, seguros, papelería, etc. (Guzmán, 2005, p. 94)

Tabla 3 Inversión capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
Nomina de Administración	1	2.606.642	2.606.642
Nomina de Produccion y servicios	1	1.124.744	1.124.744
Gastos de Administración	1	542.259	542.259
Inventarios trimestral	1	7.780.000	7.780.000
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			**12.053.646**

Fuente: Autores

Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios). (Guzmán, 2005, p. 106)

Tabla 4 Total inversión

TOTAL INVERSIÓN	**16.495.246**
% INVERSION A FINANCIAR	30,00%
INVERSION A FINANCIAR	**4.948.574**
MESES A DIFERIR	12
VALOR A DIFERIR	**158.967**

Fuente: Autores

La sumatoria de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo proporciona el total de la inversión que equivale a **$51´827.242** donde el 50% es aportado por los socios y el otro por alguna entidad bancaria.

5.2 DEPRECIACIÓN EN PESOS

Tabla 5 Depreciación en pesos

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. DEPRECIACION EN PESOS							
ITEMS	AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	12.778	153.333	153.333	153.333	0	0
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	5	24.333	292.000	292.000	292.000	292.000	292.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	10.233	122.800	122.800	122.800	122.800	122.800
TOTAL		47.344	568.133	568.133	568.133	414.800	414.800
MESES AÑO	12						

Fuente: Autores

La depreciación de los activos fijos de la empresa Expendedores de cosmeticos S.A.S. es en línea recta. Es decir, cada periodo se devalúa el mismo valor económico. Es la duración o vida útil de un activo fijo en años y valor económico, es decir, su pérdida de valor comercial en el trascurso del tiempo a esto se le denomina depreciación acumulada. (Brock & Palmer, 2008, p. 46)

5.3 BALANCES INICIALES SIN Y CON FINANCIACIÓN

El balance inicial se realiza al momento de constituir la idea de negocio, en este se registran los activos, pasivos y patrimonios con la que iniciara la empresa de expendedores de cosméticos.

A continuación se presentaran los balances sin y con financiación, su única diferencia es el apalancamiento financiero con una entidad bancaria.

La fórmula universal de verificación de un balance es:

Activo = Pasivo + Patrimonio

Tabla 6 Balance inicial sin financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	12.053.646
C x C	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**12.053.646**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	460.000
Equipos de cómputo y comunicación	1.460.000
Maquinaria y equipo	614.000
(-) Depreciación acumulada	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**2.534.000**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	1.907.600
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**1.907.600**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**4.441.600**
TOTAL ACTIVOS	**16.495.246**
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
C x P	0
Cesantías x pagar	0
Interés a las cesantías x pagar	0
Impuesto de renta x pagar	0
CREE x pagar	0
IVA x pagar	0
ICA x pagar	0
INC x pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones financieras	0
Leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**
PATRIMONIO	
Capital social	16.495.246
Utilidad acumulada	0
Reserva legal acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	**16.495.246**
PASIVOS + PATRIMONIO	**16.495.246**

Fuente: Autores

Tabla 7 Balance inicial con financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	12.053.646
C x C	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**12.053.646**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	460.000
Equipos de cómputo y comunicación	1.460.000
Maquinaria y equipo	614.000
(-) Depreciación acumulada	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**2.534.000**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	1.907.600
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**1.907.600**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**4.441.600**
TOTAL ACTIVOS	**16.495.246**
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
C x P	0
Cesantías x pagar	0
Interés a las cesantías x pagar	0
Impuesto de renta x pagar	0
CREE x pagar	0
IVA x pagar	0
ICA x pagar	0
INC x pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones financieras	4.948.574
Leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**4.948.574**
TOTAL PASIVO	**4.948.574**
PATRIMONIO	
Capital social	11.546.672
Utilidad acumulada	0
Reserva legal acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	**11.546.672**
PASIVOS + PATRIMONIO	**16.495.246**

Fuente: Autores

5.4 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO EN PESOS

Tabla 8 Amortización en pesos

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. AMORTIZACIÓN EN PESOS					
VALOR PRÉSTAMO	4.948.574				
TASA EFECTIVA ANUAL (TEA)	12,01%				
TASA NOMINAL MENSUAL	11,40%				
TASA MENSUAL	0,95%				
MESES AÑO	12				
No. DE CUOTAS	36				
AÑOS	No. CUOTA	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
	0				4.948.574
PRIMER AÑO	1	162.939	46.993	115.945	4.832.628
	2	162.939	45.892	117.046	4.715.582
	3	162.939	44.781	118.158	4.597.424
	4	162.939	43.659	119.280	4.478.144
	5	162.939	42.526	120.413	4.357.731
	6	162.939	41.382	121.556	4.236.175
	7	162.939	40.228	122.711	4.113.465
	8	162.939	39.063	123.876	3.989.589
	9	162.939	37.886	125.052	3.864.537
	10	162.939	36.699	126.240	3.738.297
	11	162.939	35.500	127.439	3.610.858
	12	162.939	34.290	128.649	3.482.210
SEGUNDO AÑO	13	162.939	33.068	129.870	3.352.339
	14	162.939	31.835	131.104	3.221.236
	15	162.939	30.590	132.349	3.088.887
	16	162.939	29.333	133.606	2.955.281
	17	162.939	28.064	134.874	2.820.407
	18	162.939	26.783	136.155	2.684.252
	19	162.939	25.490	137.448	2.546.804
	20	162.939	24.185	138.753	2.408.051
	21	162.939	22.868	140.071	2.267.980
	22	162.939	21.537	141.401	2.126.579
	23	162.939	20.195	142.744	1.983.835
	24	162.939	18.839	144.099	1.839.735
TERCER AÑO	25	162.939	17.471	145.468	1.694.268
	26	162.939	16.089	146.849	1.547.418
	27	162.939	14.695	148.244	1.399.175
	28	162.939	13.287	149.652	1.249.523
	29	162.939	11.866	151.073	1.098.450
	30	162.939	10.431	152.507	945.943
	31	162.939	8.983	153.956	791.988
	32	162.939	7.521	155.418	636.570
	33	162.939	6.045	156.893	479.677
	34	162.939	4.555	158.383	321.293
	35	162.939	3.051	159.887	161.406
	36	162.939	1.533	161.406	(0)

Fuente: Autores

Tabla 9 Total de intereses y amortización por año

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INTERESES	488.898	312.788	115.527
AMORTIZACIÓN	1.466.364	1.642.474	1.839.735
	1.955.262	**1.955.262**	**1.955.262**

Fuente: Autores

El préstamo solicitado por la empresa es de **$4.948.574** con el banco de Bogotá con un crédito de libre inversión, además su tasa de interés es del **12,01%** efectiva anual, es decir, una tasa mensual del **0,95%,** la amortización es el saldo restante de un pago por cuotas sobre el préstamo más los intereses.

5.5 LEASING FINANCIERO EN PESOS

El leasing financiero es un contrato unilateral donde el arrendatario alquila un bien con opción de compra al cumplir e tiempo establecido en el contrato. El objetivo principal del leasing financiero es adquirir una maquinaria como alquiler y tener la posibilidad de compra en un periodo determinado.

Tabla 10 Leasing financiero

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. LEASING FINACIERO EN PESOS	
VALOR ACTIVO	**2.534.000**
% OPCIÓN DE COMPRA	10,00%
VALOR OPCIÓN COMPRA	253.400
DTF (EA)	6,48%
SPREAD (EA)	7,01%
DTF + SPREAD (EA)	13,94%
TASA NOMINAL MENSUAL	13,13%
TASA MENSUAL	1,09%
MESES AÑO	12
No. DE CUOTAS	36
VALOR PRESENTE OPCIÓN DE COMPRA	171.289
VALOR A AMORTIZAR	2.362.711

Fuente: Autores

Tabla 11 Tiempo del leasing financiero

AÑOS	No. CUOTA	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
	0				2.534.000
PRIMER AÑO	1	79.752	27.716	52.036	2.481.964
	2	79.752	27.147	52.605	2.429.360
	3	79.752	26.571	53.180	2.376.180
	4	79.752	25.990	53.762	2.322.418
	5	79.752	25.402	54.350	2.268.068
	6	79.752	24.807	54.944	2.213.124
	7	79.752	24.206	55.545	2.157.578
	8	79.752	23.599	56.153	2.101.426
	9	79.752	22.985	56.767	2.044.659
	10	79.752	22.364	57.388	1.987.271
	11	79.752	21.736	58.016	1.929.255
	12	79.752	21.102	58.650	1.870.605
SEGUNDO AÑO	13	79.752	20.460	59.292	1.811.314
	14	79.752	19.811	59.940	1.751.373
	15	79.752	19.156	60.596	1.690.778
	16	79.752	18.493	61.258	1.629.519
	17	79.752	17.823	61.928	1.567.591
	18	79.752	17.146	62.606	1.504.985
	19	79.752	16.461	63.291	1.441.694
	20	79.752	15.769	63.983	1.377.711
	21	79.752	15.069	64.683	1.313.029
	22	79.752	14.361	65.390	1.247.639
	23	79.752	13.646	66.105	1.181.533
	24	79.752	12.923	66.828	1.114.705
TERCERO AÑO	25	79.752	12.192	67.559	1.047.146
	26	79.752	11.453	68.298	978.847
	27	79.752	10.706	69.045	909.802
	28	79.752	9.951	69.801	840.001
	29	79.752	9.188	70.564	769.437
	30	79.752	8.416	71.336	698.102
	31	79.752	7.636	72.116	625.986
	32	79.752	6.847	72.905	553.081
	33	79.752	6.049	73.702	479.379
	34	79.752	5.243	74.508	404.870
	35	79.752	4.428	75.323	329.547
	36	79.752	3.604	76.147	253.400

Fuente: Autores

5.6 PARÁMETROS GENERALES

5.6.1 Parámetros económicos

A continuación se presentan las proyecciones macroeconómicas de los indicadores de Colombia.

Tabla 12 Parámetros económicos

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. PARÁMETROS BÁSICOS					
ECONÓMICOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación (IPC)	7,60%	7,60%	6,80%	6,00%	5,20%
TRM ($/U$$)	3250	3071	3316	3200	2846
VARIACION % TRM	9,31%	-5,51%	7,98%	-3,50%	-11,06%
% Incremento en precios	7,60%	7,60%	6,80%	6,00%	5,20%
% Incremento en costos	7,60%	7,60%	6,80%	6,00%	5,20%
% Incremento en productos	8,95%	8,95%	8,95%	8,95%	8,95%
ICA (tarifa x mil)	0,0088	0,0088	0,0088	0,0088	0,0088
IVA	16,00%	16,00%	16,00%	16,00%	16,00%
Impuesto de renta	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Reserva legal	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
CREE	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%

Fuente: Autores

5.6.2 Parámetros laborales

Son todos aquellos indicadores salarias al que el empleador se ve obligado a cancelar al empleador según la resolución 2715 de 2013 del ministerio de trabajo.

Tabla 13 Parámetros laborales

LABORALES	
SMMLV	741.853
Auxilio de transporte	83.605
Cesantías	8,33%
Intereses a las Cesantías	1,00%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,17%
Pensiones	12,00%
Salud	0,00%
ARL	0,5226%
Caja de Compensación	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Autores

5.6.3 Parámetros de recaudos y pagos

Son las formas de pago y recaudo que tiene la empresa Expendedores de cosméticos frente a sus obligaciones y ventas.

Tabla 14 Recaudos y pagos

RECAUDOS	
Contado	100,00%
Crédito	0,00%
Plazo (días)	0

PAGOS	
Contado	100,00%
Crédito	0,00%
Plazo (días)	0

Fuente: Autores

5.6.4 Parámetros de gastos de administración

Los gastos de administración son todos aquellos valores a pagar mensual para la ejecución de las actividades de la empresa de expendedores de cosméticos.

Tabla 15 Gastos de administración

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	% PARTIC.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arrendamiento	20%	380.000	81.776
Servicios Públicos (Energía, agua y alcantarillado)	20%	70.000	15.064
Servicio de Teléfono e Internet	80%	55.000	47.344
TOTAL			**144.184**

INSUMOS DE PAPELERÍA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Resmas de Papel	3	7.000	22.596
Lapiceros (Caja x 12)	1	3.350	3.605
Recarga Tinta de Impresora	1	11.000	11.836
TOTAL INSUMOS DE PAPELERÍA			**38.037**

Aromáticas (Caja x 50)	1	5.500	5.918
Jabón en polvo (Bolsa x 1,5 Kg)	1	5.800	6.241
Límpido (1 Litro)	1	1.750	1.883
Jabón Liquido Manos (1 Litro)	1	11.000	11.836
Papel Higienico (Paq. X 12 unid.)	2	10.500	22.596
Bolsa de Basura (Paq. X 30)	1	2.400	2.582
Vasos Desechables	1	5.500	5.918
Ambientador (1 Galón)	1	1.000	1.076
Café (Bolsa x kilos)	1	10.000	10.760
Azucar (Bolsas x 100 unid.)	1	5.700	6.133
Servilletas (Paq. X 100 unid.)	1	2.800	3.013
INSUMOS DE ASEO Y CAFETERÍA			**77.956**

HONORARIOS			
Contador	1	232.082	232.082
Personal impulsador por noche	2	25.000	50.000
TOTAL HONORARIOS			**282.082**

TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	**542.259**

Fuente: Autores

5.7 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN EN PESOS

Son los gastos anteriores detallados mes a mes

Tabla 16 Gastos de administración

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. GASTOS EN PESOS																	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Arrendamiento	81.776	81.776	81.776	81.776	81.776	81.776	81.776	81.776	81.776	81.776	81.776	81.776	981.312	1.055.892	1.127.692	1.195.354	1.257.512
Servicios Públicos (Energía, agua y alcantarillado)	15.064	15.064	15.064	15.064	15.064	15.064	15.064	15.064	15.064	15.064	15.064	15.064	180.768	194.506	207.733	220.197	231.647
Servicio de Teléfono e Internet	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	568.128	611.306	652.875	692.047	728.033
INSUMOS DE PAPELERÍA																	
Resmas de Papel	22.596	0	0	0	0	0	0	22.596	0	0	0	0	45.192	48.627	51.933	55.049	57.912
Lapiceros (Caja x 12)	3.605	0	0	0	3.605	0	0	0	3.605	0	0	0	10.814	11.636	12.427	13.172	13.857
Recarga Tinta de Impresora	11.836	0	0	0	0	0	11.836	0	0	0	0	0	23.672	25.471	27.203	28.835	30.335
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA																	
Aromáticas (Caja x 50)	5.918	5.918	5.918	5.918	5.918	5.918	5.918	5.918	5.918	5.918	5.918	5.918	71.016	76.413	81.609	86.506	91.004
Jabón en polvo (Bolsa x 1,5 Kg)	6.241	0	6.241	0	6.241	0	6.241	0	6.241	0	6.241	0	37.445	40.291	43.030	45.612	47.984
Límpido (1 Litro)	1.883	1.883	1.883	1.883	1.883	1.883	1.883	1.883	1.883	1.883	1.883	1.883	22.596	24.313	25.967	27.525	28.956
Jabón Liquido Manos (1 Litro)	11.836	0	0	0	0	0	11.836	0	0	0	0	0	23.672	25.471	27.203	28.835	30.335
Papel Higienico (Paq. X 12 unid.)	22.596	0	0	0	0	0	22.596	0	0	0	0	0	45.192	48.627	51.933	55.049	57.912
Bolsa de Basura (Paq. X 30)	2.582	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.582	2.779	2.968	3.146	3.309
Vasos Desechables	5.918	0	5.918	0	5.918	0	5.918	0	5.918	0	5.918	0	35.508	38.207	40.805	43.253	45.502
Ambientador (1 Galón)	1.076	1.076	1.076	1.076	1.076	1.076	1.076	1.076	1.076	1.076	1.076	1.076	12.912	13.893	14.838	15.728	16.546
Café (Bolsa x kilos)	1.076	0	0	0	0	0	0	1.076	0	0	0	0	2.152	2.316	2.473	2.621	2.758
Azucar (Bolsas x 100 unid.)	1.076	0	0	0	0	1.076	0		0	0	0	0	2.152	2.316	2.473	2.621	2.758
Servilletas (Paq. X 100 unid.)	1.076	0	0	0	0	0	0	0	1.076	0	0	0	2.152	2.316	2.473	2.621	2.758
HONORARIOS																	
Contador	232.082	232.082	232.082	232.082	232.082	232.082	232.082	232.082	232.082	232.082	232.082	232.082	2.784.984	2.996.643	3.200.414	3.392.439	3.568.846
Personal impulsador por noche	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	600.000	645.600	689.501	730.871	768.876
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	**525.581**	**435.143**	**447.302**	**435.143**	**450.906**	**436.219**	**493.570**	**458.815**	**451.982**	**435.143**	**447.302**	**435.143**	**5.452.249**	**5.866.620**	**6.265.550**	**6.641.483**	**6.986.840**
TOTAL GASTOS DE DEPRECIACIÓN	**47.344**	**47.344**	**47.344**	**47.344**	**47.344**	**47.344**	**47.344**	**47.344**	**47.344**	**47.344**	**47.344**	**47.344**	**568.133**	**568.133**	**568.133**	**414.800**	**414.800**
TOTAL GASTOS DIFERIDOS	**158.967**	**158.967**	**158.967**	**158.967**	**158.967**	**158.967**	**158.967**	**158.967**	**158.967**	**158.967**	**158.967**	**158.967**	**1.907.600**	**516.480**	**512.640**	**508.800**	**504.960**
TOTAL GASTOS ESTADO DE RESULTADOS	**731.892**	**641.454**	**653.613**	**641.454**	**657.218**	**642.530**	**699.881**	**665.126**	**658.294**	**641.454**	**653.613**	**641.454**	**7.927.982**	**6.951.233**	**7.346.323**	**7.565.083**	**7.906.600**
TOTAL GASTOS FLUJO DE CAJA	**525.581**	**435.143**	**447.302**	**435.143**	**450.906**	**436.219**	**493.570**	**458.815**	**451.982**	**435.143**	**447.302**	**435.143**	**5.452.249**	**5.866.620**	**6.265.550**	**6.641.483**	**6.986.840**

Fuente: Autores

5.8 NÓMINA DE ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN EN PESOS

Tabla 17 Nomina administración

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. NÓMINA DE ADMINISTRACIÓN EN PESOS																	
CARGO	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Administrador	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	12.000.000	12.912.000	13.790.016	14.617.417	15.377.523
Asesor comercial	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	8.902.230	9.578.800	10.230.158	10.843.967	11.407.854
TOTAL	**1.741.853**	**1.741.853**	**1.741.853**	**1.741.853**	**1.741.853**	**1.741.853**	**1.741.853**	**1.741.853**	**1.741.853**	**1.741.853**	**1.741.853**	**1.741.853**	**20.902.230**	**22.490.800**	**24.020.174**	**25.461.384**	**26.785.376**
DATOS QUE VAN AL ESTADO DE RESULTADOS																	
No. Personas Aux. Transp.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					
SALARIOS	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	20.902.230	22.490.800	24.020.174	25.461.384	26.785.376
Auxilio de transporte	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	2.006.525	2.159.021	2.305.834	2.444.184	2.571.282
Cesantías	159.089	159.089	159.089	159.089	159.089	159.089	159.089	159.089	159.089	159.089	159.089	159.089	1.909.063	2.054.152	2.193.834	2.325.464	2.446.388
Intereses a las Cesantías	19.091	19.091	19.091	19.091	19.091	19.091	19.091	19.091	19.091	19.091	19.091	19.091	229.088	246.498	263.260	279.056	293.567
Primas	159.025	159.025	159.025	159.025	159.025	159.025	159.025	159.025	159.025	159.025	159.025	159.025	1.908.299	2.053.330	2.192.956	2.324.534	2.445.410
Vacaciones	72.576	72.576	72.576	72.576	72.576	72.576	72.576	72.576	72.576	72.576	72.576	72.576	870.912	937.102	1.000.825	1.060.874	1.116.039
Pensiones	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	2.508.268	2.698.896	2.882.421	3.055.366	3.214.245
Salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARL	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	109.235	117.537	125.529	133.061	139.980
Caja de Compensación	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	836.089	899.632	960.807	1.018.455	1.071.415
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**2.606.642**	**2.606.642**	**2.606.642**	**2.606.642**	**2.606.642**	**2.606.642**	**2.606.642**	**2.606.642**	**2.606.642**	**2.606.642**	**2.606.642**	**2.606.642**	**31.279.709**	**33.656.967**	**35.945.640**	**38.102.379**	**40.083.702**
DATOS QUE VAN AL FLUJO DE CAJA																	
SALARIOS	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	1.741.853	20.902.230	22.490.800	24.020.174	25.461.384	26.785.376
Auxilio de transporte	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	167.210	2.006.525	2.159.021	2.305.834	2.444.184	2.571.282
Cesantías													0	1.909.063	2.054.152	2.193.834	2.325.464
Intereses a las Cesantías													0	229.088	246.498	263.260	279.056
Primas						954.150						954.150	1.908.299	2.053.330	2.192.956	2.324.534	2.445.410
Vacaciones						435.456						435.456	870.912	937.102	1.000.825	1.060.874	1.116.039
Pensiones	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	209.022	2.508.268	2.698.896	2.882.421	3.055.366	3.214.245
Salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARL	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	9.103	109.235	117.537	125.529	133.061	139.980
Caja de Compensación	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	69.674	836.089	899.632	960.807	1.018.455	1.071.415
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**2.196.862**	**2.196.862**	**2.196.862**	**2.196.862**	**2.196.862**	**3.586.468**	**2.196.862**	**2.196.862**	**2.196.862**	**2.196.862**	**2.196.862**	**3.586.468**	**29.141.558**	**33.494.467**	**35.789.196**	**37.954.953**	**39.948.267**

Fuente: Autores

Tabla 18 Nomina producción

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. NÓMINA PRODUCCIÓN EN PESOS																	
CARGO	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Operario 1	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	8.902.230	9.578.800	10.230.158	10.843.967	11.407.854
TOTAL	**741.853**	**741.853**	**741.853**	**741.853**	**741.853**	**741.853**	**741.853**	**741.853**	**741.853**	**741.853**	**741.853**	**741.853**	**8.902.230**	**9.578.800**	**10.230.158**	**10.843.967**	**11.407.854**
DATOS QUE VAN AL ESTADO DE RESULTADOS																	
No. Personas Aux. Transp.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					
SALARIOS	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	8.902.230	9.578.800	10.230.158	10.843.967	11.407.854
Auxilio de transporte	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	1.003.262	1.079.510	1.152.917	1.222.092	1.285.641
Cesantías	68.788	68.788	68.788	68.788	68.788	68.788	68.788	68.788	68.788	68.788	68.788	68.788	825.458	888.192	948.590	1.005.505	1.057.791
Intereses a las Cesantías	8.255	8.255	8.255	8.255	8.255	8.255	8.255	8.255	8.255	8.255	8.255	8.255	99.055	106.583	113.831	120.661	126.935
Primas	68.761	68.761	68.761	68.761	68.761	68.761	68.761	68.761	68.761	68.761	68.761	68.761	825.128	887.837	948.210	1.005.103	1.057.368
Vacaciones	30.910	30.910	30.910	30.910	30.910	30.910	30.910	30.910	30.910	30.910	30.910	30.910	370.920	399.110	426.250	451.825	475.320
Pensiones	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	1.068.268	1.149.456	1.227.619	1.301.276	1.368.942
Salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARL	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	46.523	50.059	53.463	56.671	59.617
Caja de Compensación	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	356.089	383.152	409.206	433.759	456.314
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**1.124.744**	**1.124.744**	**1.124.744**	**1.124.744**	**1.124.744**	**1.124.744**	**1.124.744**	**1.124.744**	**1.124.744**	**1.124.744**	**1.124.744**	**1.124.744**	**13.496.933**	**14.522.700**	**15.510.243**	**16.440.858**	**17.295.782**
DATOS QUE VAN AL FLUJO DE CAJA																	
SALARIOS	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	741.853	8.902.230	9.578.800	10.230.158	10.843.967	11.407.854
Auxilio de transporte	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	83.605	1.003.262	1.079.510	1.152.917	1.222.092	1.285.641
Cesantías													0	825.458	888.192	948.590	1.005.505
Intereses a las Cesantías													0	99.055	106.583	113.831	120.661
Primas						412.564						412.564	825.128	887.837	948.210	1.005.103	1.057.368
Vacaciones						185.460						185.460	370.920	399.110	426.250	451.825	475.320
Pensiones	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	89.022	1.068.268	1.149.456	1.227.619	1.301.276	1.368.942
Salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARL	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	3.877	46.523	50.059	53.463	56.671	59.617
Caja de Compensación	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	29.674	356.089	383.152	409.206	433.759	456.314
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**948.031**	**948.031**	**948.031**	**948.031**	**948.031**	**1.546.055**	**948.031**	**948.031**	**948.031**	**948.031**	**948.031**	**1.546.055**	**12.572.420**	**14.452.437**	**15.442.599**	**16.377.113**	**17.237.222**

Fuente: Autores

En las tablas anteriores la empresa de expendedores de cosmeticos. expresa la nómina de administrativa y de producción. Ya que, están muestran los registros financieros de los sueldos y sus respectivas deducciones, en otros términos es el valor pagado por los empleados por sus respectivas actividades.

5.9 COSTOS DEL PRODUCTO EN PESOS

Los costos de producción es el medio donde se calcula el valor de la elaboración del producto de expendedores de cosméticos.

Tabla 19 Costo indirectos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS FABRICACIÓN		
Arrendamiento	327.104	32.710
Servicios Públicos (Energía, agua y alcantarillado)	60.256	6.026
Servicio de Teléfono e Internet	11.836	1.184
TOTAL		**39.920**

Fuente: Autores

Tabla 20 Costo del producto

Expendedor de maquillaje		VALOR TOTAL
MATERIA PRIMA		
Rubor rosa	13	2.600
Rubor marrón	13	2.600
Rubor rojo	13	2.600
Rubor durazno	13	2.600
Rubor coral	13	2.600
Rubor mandarina	13	2.600
Brillo labial rosa	13	2.600
Brillo labial marrón	13	2.600
Brillo labial rojo	13	2.600
Brillo labial beige dorado	13	2.600
Brillo labial morado	13	2.600
Brillo labial fucsia oscuro	13	2.600
Sombras marrón o café	13	2.600
Sombras negro	13	2.600
Sombras blanco	13	2.600
Sombras rosado	13	2.600
Sombras azul	13	2.600
Sombras morado	13	2.600
Sombras dorada	13	2.600
Sombras plateado	13	2.600
Sombras amarillo	13	2.600
Polvos claro	13	2.600
Polvos medio	13	2.600
Polvos oscuro	13	2.600
Polvos natural	13	2.600
Polvos clasico	13	2.600
Polvos crema	13	2.600
TOTAL MATERIA PRIMA		**70.200**
Mano de obra directa * hora	**1**	**4.686**
CIF		**39.920**
TOTAL		**114.806**

Fuente: Autores

5.10 VENTA Y COSTOS EN PESOS

Son todas aquellas unidades a vender frente a su precio de venta, costo.

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S.
VENTAS Y COSTOS EN PESOS

	UNIDADES																
PRODUCTO	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Rubor rosa	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Rubor marrón	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Rubor rojo	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Rubor durazno	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Rubor coral	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Rubor mandarina	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Brillo labial rosa	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Brillo labial marrón	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Brillo labial rojo	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Brillo labial beige dorado	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Brillo labial morado	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Brillo labial fucsia oscuro	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras marrón o café	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras negro	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras blanco	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras rosado	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras azul	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras morado	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras dorada	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras plateado	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Sombras amarillo	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Polvos claro	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Polvos medio	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Polvos oscuro	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Polvos natural	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Polvos clasico	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
Polvos crema	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440	1.549	1.655	1.754	1.845
TOTAL	**3.240**	**3.240**	**3.240**	**3.240**	**3.240**	**3.240**	**3.240**	**3.240**	**3.240**	**3.240**	**3.240**	**3.240**	**38.880**	**41.835**	**44.680**	**47.360**	**49.823**

PRECIOS DE VENTA																	
PRODUCTO	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Rubor rosa	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Rubor marrón	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Rubor rojo	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Rubor durazno	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Rubor coral	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Rubor mandarina	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Brillo labial rosa	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Brillo labial marrón	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Brillo labial rojo	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Brillo labial beige dorado	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Brillo labial morado	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Brillo labial fucsia oscuro	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras marrón o café	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras negro	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras blanco	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras rosado	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras azul	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras morado	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras dorada	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras plateado	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Sombras amarillo	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Polvos claro	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Polvos medio	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Polvos oscuro	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Polvos natural	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Polvos clasico	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281
Polvos crema	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.076	1.149	1.218	1.281

COSTOS UNITARIOS																	
PRODUCTO	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Rubor rosa	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Rubor marrón	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Rubor rojo	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Rubor durazno	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Rubor coral	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Rubor mandarina	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Brillo labial rosa	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Brillo labial marrón	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Brillo labial rojo	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Brillo labial beige dorado	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Brillo labial morado	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Brillo labial fucsia oscuro	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Sombras marrón o café	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Sombras negro	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Sombras blanco	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Sombras rosado	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Sombras azul	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Sombras morado	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Sombras dorada	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Sombras plateado	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Sombras amarillo	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Polvos claro	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Polvos medio	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Polvos oscuro	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Polvos natural	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Polvos clasico	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442
Polvos crema	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	371	397	421	442

VENTAS TOTALES																	
PRODUCTO	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Rubor rosa	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Rubor marrón	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Rubor rojo	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Rubor durazno	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Rubor coral	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Rubor mandarina	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Brillo labial rosa	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Brillo labial marrón	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Brillo labial rojo	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Brillo labial beige dorado	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Brillo labial morado	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Brillo labial fucsia oscuro	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Sombras marrón o café	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Sombras negro	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Sombras blanco	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Sombras rosado	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Sombras azul	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Sombras morado	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Sombras dorada	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Sombras plateado	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Sombras amarillo	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Polvos claro	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Polvos medio	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Polvos oscuro	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Polvos natural	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Polvos clasico	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
Polvos crema	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	1.440.000	1.667.197	1.901.645	2.136.689	2.364.682
TOTAL	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**38.880.000**	**45.014.331**	**51.344.426**	**57.690.597**	**63.846.415**

COSTOS TOTALES																	
PRODUCTO	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Rubor rosa	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Rubor marrón	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Rubor rojo	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Rubor durazno	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Rubor coral	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Rubor mandarina	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Brillo labial rosa	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Brillo labial marrón	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Brillo labial rojo	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Brillo labial beige dorado	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Brillo labial morado	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Brillo labial fucsia oscuro	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Sombras marrón o café	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Sombras negro	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Sombras blanco	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Sombras rosado	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Sombras azul	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Sombras morado	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Sombras dorada	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Sombras plateado	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Sombras amarillo	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Polvos claro	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Polvos medio	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Polvos oscuro	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Polvos natural	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Polvos clasico	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
Polvos crema	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
TOTAL	**41.425**	**41.425**	**41.425**	**41.425**	**41.425**	**41.425**	**41.425**	**41.425**	**41.425**	**41.425**	**41.425**	**41.425**	**497.100**	**575.531**	**656.464**	**737.603**	**816.309**

COSTOS UNITARIOS SIN MOD Y SIN CIF																	
PRODUCTO	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Rubor rosa	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Rubor marrón	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Rubor rojo	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Rubor durazno	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Rubor coral	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Rubor mandarina	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Brillo labial rosa	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Brillo labial marrón	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Brillo labial rojo	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Brillo labial beige dorado	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Brillo labial morado	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Brillo labial fucsia oscuro	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Sombras marrón o café	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Sombras negro	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Sombras blanco	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Sombras rosado	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Sombras azul	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Sombras morado	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Sombras dorada	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Sombras plateado	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Sombras amarillo	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Polvos claro	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Polvos medio	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Polvos oscuro	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Polvos natural	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Polvos clasico	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256
Polvos crema	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	215	230	244	256

COSTOS TOTALES SIN MOD Y SIN CIF																	
PRODUCTO	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Rubor rosa	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Rubor marrón	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Rubor rojo	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Rubor durazno	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Rubor coral	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Rubor mandarina	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Brillo labial rosa	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Brillo labial marrón	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Brillo labial rojo	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Brillo labial beige dorado	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Brillo labial morado	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Brillo labial fucsia oscuro	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Sombras marrón o café	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Sombras negro	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Sombras blanco	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Sombras rosado	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Sombras azul	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Sombras morado	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Sombras dorada	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Sombras plateado	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Sombras amarillo	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Polvos claro	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Polvos medio	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Polvos oscuro	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Polvos natural	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Polvos clasico	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
Polvos crema	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000	333.439	380.329	427.338	472.936
TOTAL	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**4.320.000**	**5.001.592**	**5.704.936**	**6.410.066**	**7.094.046**

Fuente: Autores

5.11 IVA, RECAUDOS Y PAGOS EN PESOS

Tabla 21 IVA, recaudos y pagos

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. IVA EN PESOS																		
ÍTEM	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**
IVA Cobrado	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	6.220.800	7.202.293	8.215.108	9.230.496	10.215.426	
IVA Pagado	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	691.200	800.255	912.790	1.025.611	1.135.047	
IVA Causado	**460.800**	**460.800**	**460.800**	**460.800**	**460.800**	**460.800**	**460.800**	**460.800**	**460.800**	**460.800**	**460.800**	**460.800**	**5.529.600**	**6.402.038**	**7.302.318**	**8.204.885**	**9.080.379**	
IVA al Flujo de Caja					1.843.200				1.843.200				3.686.400	4.268.025	4.868.212	5.469.923	6.053.586	
IVA Año siguiente													0	1.843.200	2.134.013	2.434.106	2.734.962	3.026.793
IVA TOTAL FLUJO DE CAJA	**0**	**0**	**0**	**0**	**1.843.200**	**0**	**0**	**0**	**1.843.200**	**0**	**0**	**0**	**3.686.400**	**6.111.225**	**7.002.225**	**7.904.029**	**8.788.548**	**3.026.793**

Meses Año	12
IVA pagado por año	8
IVA por pagar por año	4

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. RECAUDOS EN PESOS																	
	ENE	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Contado	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	38.880.000	45.014.331	51.344.426	57.690.597	63.846.415
Crédito		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**3.240.000**	**38.880.000**	**45.014.331**	**51.344.426**	**57.690.597**	**63.846.415**

Meses Año	12
Meses Pagados	11

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. PAGOS EN PESOS																	
	ENE	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Contado	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	4.320.000	5.001.592	5.704.936	6.410.066	7.094.046
Crédito		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**360.000**	**4.320.000**	**5.001.592**	**5.704.936**	**6.410.066**	**7.094.046**

Meses Año	12
Meses Pagados	11

Fuente: Autores

La empresa de expendedores de cosméticos por tener una actividad comercial de venta, está sujeto a declarar el IVA de sus respectivos productos, pero este es cobrado a sus clientes y retenido 2 veces al año en el mes de mayo y septiembre respectivamente. Como se representa en la tabla anterior. De igual forma, la empresa presenta los recaudos y pagos obtenidos por medio de las ventas de sus productos al público meta y proveedores son de contacto.

5.12 ESTADO DE RESULTADOS SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS

Tabla 22 Estado de resultados sin financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																	
	ENE	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INGRESOS																	
Ventas	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	38.880.000	45.014.331	51.344.426	57.690.597	63.846.415
Costos	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
UTILIDAD BRUTA	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**38.382.900**	**44.438.800**	**50.687.962**	**56.952.994**	**63.030.106**
EGRESOS																	
Nómima	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	31.279.709	33.656.967	35.945.640	38.102.379	40.083.702
Gastos de administración	525.581	435.143	447.302	435.143	450.906	436.219	493.570	458.815	451.982	435.143	447.302	435.143	5.452.249	5.866.620	6.265.550	6.641.483	6.986.840
Depreciación	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	568.133	568.133	568.133	414.800	414.800
Diferidos	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	1.907.600	516.480	512.640	508.800	504.960
ICA	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	342.144	396.126	451.831	507.677	561.848
TOTAL EGRESOS	**3.367.046**	**3.276.609**	**3.288.767**	**3.276.609**	**3.292.372**	**3.277.685**	**3.335.035**	**3.300.281**	**3.293.448**	**3.276.609**	**3.288.767**	**3.276.609**	**39.549.835**	**41.004.326**	**43.743.795**	**46.175.139**	**48.552.151**
UTILIDAD OPERACIONAL	**(168.471)**	**(78.034)**	**(90.192)**	**(78.034)**	**(93.797)**	**(79.110)**	**(136.460)**	**(101.706)**	**(94.873)**	**(78.034)**	**(90.192)**	**(78.034)**	**(1.166.936)**	**3.434.474**	**6.944.167**	**10.777.855**	**14.477.955**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financieros Préstamo													0				
Gastos financieros Leasing													0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**(168.471)**	**(78.034)**	**(90.192)**	**(78.034)**	**(93.797)**	**(79.110)**	**(136.460)**	**(101.706)**	**(94.873)**	**(78.034)**	**(90.192)**	**(78.034)**	**(1.166.936)**	**3.434.474**	**6.944.167**	**10.777.855**	**14.477.955**
Impuesto de Renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	858.618	1.736.042	2.694.464	3.619.489
CREE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	309.103	624.975	970.007	1.303.016
UTILIDAD NETA	**(168.471)**	**(78.034)**	**(90.192)**	**(78.034)**	**(93.797)**	**(79.110)**	**(136.460)**	**(101.706)**	**(94.873)**	**(78.034)**	**(90.192)**	**(78.034)**	**(1.166.936)**	**2.266.753**	**4.583.150**	**7.113.384**	**9.555.450**
Reserva Legal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	226.675	458.315	711.338	955.545
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**(168.471)**	**(78.034)**	**(90.192)**	**(78.034)**	**(93.797)**	**(79.110)**	**(136.460)**	**(101.706)**	**(94.873)**	**(78.034)**	**(90.192)**	**(78.034)**	**(1.166.936)**	**2.040.078**	**4.124.835**	**6.402.046**	**8.599.905**
Utilidad Acumulada													(1.166.936)	873.142	4.997.977	11.400.023	19.999.928
Reserva Legal Acumulada													0	226.675	684.990	1.396.329	2.351.874

Fuente: Autores

Tabla 23 Estado de resultados con financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Ventas	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	38.880.000	45.014.331	51.344.426	57.690.597	63.846.415
Costos	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
UTILIDAD BRUTA	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**38.382.900**	**44.438.800**	**50.687.962**	**56.952.994**	**63.030.106**
EGRESOS																	
Nómima	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	31.279.709	33.656.967	35.945.640	38.102.379	40.083.702
Gastos de administración	525.581	435.143	447.302	435.143	450.906	436.219	493.570	458.815	451.982	435.143	447.302	435.143	5.452.249	5.866.620	6.265.550	6.641.483	6.986.840
Depreciación	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	568.133	568.133	568.133	414.800	414.800
Diferidos	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	1.907.600	516.480	512.640	508.800	504.960
ICA	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	342.144	396.126	451.831	507.677	561.848
TOTAL EGRESOS	**3.367.046**	**3.276.609**	**3.288.767**	**3.276.609**	**3.292.372**	**3.277.685**	**3.335.035**	**3.300.281**	**3.293.448**	**3.276.609**	**3.288.767**	**3.276.609**	**39.549.835**	**41.004.326**	**43.743.795**	**46.175.139**	**48.552.151**
UTILIDAD OPERACIONAL	**(168.471)**	**(78.034)**	**(90.192)**	**(78.034)**	**(93.797)**	**(79.110)**	**(136.460)**	**(101.706)**	**(94.873)**	**(78.034)**	**(90.192)**	**(78.034)**	**(1.166.936)**	**3.434.474**	**6.944.167**	**10.777.855**	**14.477.955**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financieros Préstamo	46.993	45.892	44.781	43.659	42.526	41.382	40.228	39.063	37.886	36.699	35.500	34.290	488.898	312.788	115.527		0
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**46.993**	**45.892**	**44.781**	**43.659**	**42.526**	**41.382**	**40.228**	**39.063**	**37.886**	**36.699**	**35.500**	**34.290**	**488.898**	**312.788**	**115.527**	**0**	**0**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**(215.465)**	**(123.926)**	**(134.973)**	**(121.692)**	**(136.323)**	**(120.492)**	**(176.688)**	**(140.768)**	**(132.759)**	**(114.732)**	**(125.692)**	**(112.323)**	**(1.655.834)**	**3.121.686**	**6.828.640**	**10.777.855**	**14.477.955**
Impuesto de Renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	780.421	1.707.160	2.694.464	3.619.489
CREE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	280.952	614.578	970.007	1.303.016
UTILIDAD NETA	**(215.465)**	**(123.926)**	**(134.973)**	**(121.692)**	**(136.323)**	**(120.492)**	**(176.688)**	**(140.768)**	**(132.759)**	**(114.732)**	**(125.692)**	**(112.323)**	**(1.655.834)**	**2.060.313**	**4.506.903**	**7.113.384**	**9.555.450**
Reserva Legal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	206.031	450.690	711.338	955.545
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**(215.465)**	**(123.926)**	**(134.973)**	**(121.692)**	**(136.323)**	**(120.492)**	**(176.688)**	**(140.768)**	**(132.759)**	**(114.732)**	**(125.692)**	**(112.323)**	**(1.655.834)**	**1.854.281**	**4.056.212**	**6.402.046**	**8.599.905**
Utilidad Acumulada													(1.655.834)	198.448	4.254.660	10.656.706	19.256.611
Reserva Legal Acumulada													0	206.031	656.722	1.368.060	2.323.605

Fuente: Autores

El estado de resultados de la empresa de expendedores de belleza también es conocido como estado de ganancias y pérdidas, este es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo determinado.

La empresa en el estado de resultados sin y con financiación presenta pérdidas para el primer año (1´196.936) y (1´655.834) respectivamente. Pero a partir del segundo años la empresa empieza a dar utilidades positivas frente a los periodos atrás 2´040.078 y 1´854.211 respectivamente. Llegando para el quinto con una utilidad del ejercicio de 8.599.905 en un estado de resultados sin financiación y 8.599.905 en un estado de resultaos con financiación. Los resultados son los mismos porque es la misma empresa, la diferencia es la tranquilidad de sus operaciones por el apalancamiento financiero.

5.13 FLUJO DE CAJA SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS

Tabla 24 Flujo de caja sin financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Recaudos	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	38.880.000	45.014.331	51.344.426	57.690.597	63.846.415
IVA Cobrado	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	6.220.800	7.202.293	8.215.108	9.230.496	10.215.426
TOTAL INGRESOS	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**45.100.800**	**52.216.624**	**59.559.534**	**66.921.093**	**74.061.841**
EGRESOS																	
Nómina	2.196.862	2.196.862	2.196.862	2.196.862	2.196.862	3.586.468	2.196.862	2.196.862	2.196.862	2.196.862	2.196.862	3.586.468	29.141.558	33.494.467	35.789.196	37.954.953	39.948.267
Gastos de administración	525.581	435.143	447.302	435.143	450.906	436.219	493.570	458.815	451.982	435.143	447.302	435.143	5.452.249	5.866.620	6.265.550	6.641.483	6.986.840
Pagos	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
IVA Pagado	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	691.200	800.255	912.790	1.025.611	1.135.047
IVA Total al Flujo de Caja	0	0	0	0	1.843.200	0	0	0	1.843.200	0	0	0	3.686.400	6.111.225	7.002.225	7.904.029	8.788.548
ICA													0	342.144	396.126	451.831	507.677
CREE													0	0	309.103	624.975	970.007
Impuesto de Renta													0	0	858.618	1.736.042	2.694.464
TOTAL EGRESOS	**2.821.468**	**2.731.030**	**2.743.189**	**2.731.030**	**4.589.994**	**4.121.712**	**2.789.457**	**2.754.702**	**4.591.070**	**2.731.030**	**2.743.189**	**4.120.636**	**39.468.508**	**47.190.242**	**52.190.073**	**57.076.527**	**61.847.159**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**936.932**	**1.027.370**	**1.015.211**	**1.027.370**	**(831.594)**	**(363.312)**	**968.943**	**1.003.698**	**(832.670)**	**1.027.370**	**1.015.211**	**(362.236)**	**5.632.292**	**5.026.382**	**7.369.462**	**9.844.565**	**12.214.682**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financieros Préstamo													0				
Gastos financieros Leasing													0				
Amortización Préstamo													0				
Amortización Leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
FLUJO DE CAJA NETO	**936.932**	**1.027.370**	**1.015.211**	**1.027.370**	**(831.594)**	**(363.312)**	**968.943**	**1.003.698**	**(832.670)**	**1.027.370**	**1.015.211**	**(362.236)**	**5.632.292**	**5.026.382**	**7.369.462**	**9.844.565**	**12.214.682**
SALDO INICIAL DE CAJA	12.053.646	12.990.578	14.017.947	15.033.158	16.060.528	15.228.934	14.865.622	15.834.565	16.838.263	16.005.593	17.032.963	18.048.174	12.053.646	17.685.938	22.712.319	30.081.781	39.926.346
SALDO FINAL DE CAJA	**12.990.578**	**14.017.947**	**15.033.158**	**16.060.528**	**15.228.934**	**14.865.622**	**15.834.565**	**16.838.263**	**16.005.593**	**17.032.963**	**18.048.174**	**17.685.938**	**17.685.938**	**22.712.319**	**30.081.781**	**39.926.346**	**52.141.028**

Fuente: Autores

Tabla 25 Flujo de caja con financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Recaudos	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	38.880.000	45.014.331	51.344.426	57.690.597	63.846.415
IVA Cobrado	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	518.400	6.220.800	7.202.293	8.215.108	9.230.496	10.215.426
TOTAL INGRESOS	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**3.758.400**	**45.100.800**	**52.216.624**	**59.559.534**	**66.921.093**	**74.061.841**
EGRESOS																	
Nómina	2.196.862	2.196.862	2.196.862	2.196.862	2.196.862	3.586.468	2.196.862	2.196.862	2.196.862	2.196.862	2.196.862	3.586.468	29.141.558	33.494.467	35.789.196	37.954.953	39.948.267
Gastos de administración	525.581	435.143	447.302	435.143	450.906	436.219	493.570	458.815	451.982	435.143	447.302	435.143	5.452.249	5.866.620	6.265.550	6.641.483	6.986.840
Pagos	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	656.464	737.603	816.309
IVA Pagado	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600	691.200	800.255	912.790	1.025.611	1.135.047
IVA Total al Flujo de Caja	0	0	0	0	1.843.200	0	0	0	1.843.200	0	0	0	3.686.400	6.111.225	7.002.225	7.904.029	8.788.548
ICA													0	342.144	396.126	451.831	507.677
CREE													0	0	280.952	614.578	970.007
Impuesto de Renta													0	0	780.421	1.707.160	2.694.464
TOTAL EGRESOS	**2.821.468**	**2.731.030**	**2.743.189**	**2.731.030**	**4.589.994**	**4.121.712**	**2.789.457**	**2.754.702**	**4.591.070**	**2.731.030**	**2.743.189**	**4.120.636**	**39.468.508**	**47.190.242**	**52.083.725**	**57.037.248**	**61.847.159**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**936.932**	**1.027.370**	**1.015.211**	**1.027.370**	**(831.594)**	**(363.312)**	**968.943**	**1.003.698**	**(832.670)**	**1.027.370**	**1.015.211**	**(362.236)**	**5.632.292**	**5.026.382**	**7.475.810**	**9.883.844**	**12.214.682**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financieros Préstamo	46.993	45.892	44.781	43.659	42.526	41.382	40.228	39.063	37.886	36.699	35.500	34.290	488.898	312.788	115.527		0
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización Préstamo	115.945	117.046	118.158	119.280	120.413	121.556	122.711	123.876	125.052	126.240	127.439	128.649	1.466.364	1.642.474	1.839.735		0
Amortización Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**162.939**	**162.939**	**162.939**	**162.939**	**162.939**	**162.939**	**162.939**	**162.939**	**162.939**	**162.939**	**162.939**	**162.939**	**1.955.262**	**1.955.262**	**1.955.262**	**0**	**0**
FLUJO DE CAJA NETO	**773.993**	**864.431**	**852.272**	**864.431**	**(994.532)**	**(526.251)**	**806.004**	**840.759**	**(995.608)**	**864.431**	**852.272**	**(525.175)**	**3.677.030**	**3.071.119**	**5.520.547**	**9.883.844**	**12.214.682**
SALDO INICIAL DE CAJA	12.053.646	12.827.639	13.692.070	14.544.343	15.408.774	14.414.242	13.887.991	14.693.996	15.534.755	14.539.147	15.403.578	16.255.850	12.053.646	15.730.676	18.801.795	24.322.342	34.206.187
SALDO FINAL DE CAJA	**12.827.639**	**13.692.070**	**14.544.343**	**15.408.774**	**14.414.242**	**13.887.991**	**14.693.996**	**15.534.755**	**14.539.147**	**15.403.578**	**16.255.850**	**15.730.676**	**15.730.676**	**18.801.795**	**24.322.342**	**34.206.187**	**46.420.869**

Fuente: Autores

El flujo de caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado.

Tabla 26 Evaluación del flujo de caja sin financiación

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN							
EVALUACIÓN		**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
FLUJO DE CAJA NETO		(16.495.246)	5.632.292	5.026.382	7.369.462	9.844.565	12.214.682
DTF (%)	6,48%						
SPREAD (%)	6,75%						
COSTO DE OPORTUNIDAD (%)	13,67%						
VPN ($)	9.702.669						
TIR (%)	32,42%						
B/C (veces)	1,59						

Fuente: Autores

Tabla 27 Evaluación del flujo de caja con financiación

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN							
EVALUACIÓN		**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
FLUJO DE CAJA NETO		(11.546.672)	3.677.030	3.071.119	5.520.547	9.883.844	12.214.682
DTF (%)	6,48%						
SPREAD (%)	6,75%						
COSTO DE OPORTUNIDAD (%)	13,67%						
VPN ($)	10.182.331						
TIR (%)	37,99%						
B/C (veces)	1,88						

Fuente: Autores

Las evaluaciones del flujo de caja determinan la rentabilidad de la empresa en algunos periodos determinados de acuerdo a indicadores financieros como lo son la tasa interna de retorno (TIR), Valor presente neto (VPN) y variación beneficio costo B/c.

La TIR es la tasa interna de retorno y nos proporciona el porcentaje de ganancia obtenido por parte de B/c (veces) variación beneficio costo. Ya que, esta muestra la ganancia en pesos por cada peso invertido. Es decir, en el flujo de caja sin y con financiación por cada peso invertido la empresa retornara 1,59 y 1,88 pesos obteniendo una ganancia de 0,59 y 1,88 respectivamente a la inversión realizada. Por último el VPN valor presente neto es el valor que se necesita reinvertir en un nuevo periodo de 5 años para obtener las ganancias anteriormente descritas.

5.14 BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS

Tabla 28 Balance general proyectado sin financiación en pesos

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS						
	AÑO 0	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja Bancos	12.053.646	17.685.938	22.712.319	30.081.781	39.926.346	52.141.028
C x C	0	0	0	0	0	0
Inventario	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**12.053.646**	**17.685.938**	**22.712.319**	**30.081.781**	**39.926.346**	**52.141.028**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y Enseres	460.000	460.000	460.000	460.000	460.000	460.000
Equipos de Cómputo y Comunicación	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000
Maquinaria y equipos	614.000	614.000	614.000	614.000	614.000	614.000
(-) Depreciación Acumulada		568.133	1.136.267	1.704.400	2.119.200	2.534.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**2.534.000**	**1.965.867**	**1.397.733**	**829.600**	**414.800**	**0**
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	1.907.600	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**1.907.600**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**4.441.600**	**1.965.867**	**1.397.733**	**829.600**	**414.800**	**0**
TOTAL ACTIVOS	**16.495.246**	**19.651.805**	**24.110.053**	**30.911.381**	**40.341.146**	**52.141.028**
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
C x P	0	0	0	0	0	0
Cesantías x pagar	0	1.909.063	2.054.152	2.193.834	2.325.464	2.446.388
Interés a las cesantías x pagar	0	229.088	246.498	263.260	279.056	293.567
Impuesto de Renta x pagar	0	0	858.618	1.736.042	2.694.464	3.619.489
IVA x pagar	0	1.843.200	2.134.013	2.434.106	2.734.962	3.026.793
CREE x pagar	0	0	309.103	624.975	970.007	1.303.016
ICA x pagar	0	342.144	396.126	451.831	507.677	561.848
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**4.323.494**	**5.998.510**	**7.704.048**	**9.511.629**	**11.251.101**
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones Financieras	0					
Leasing Financiero	0					
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**	**4.323.494**	**5.998.510**	**7.704.048**	**9.511.629**	**11.251.101**
PATRIMONIO						
Capital Social	16.495.246	16.495.246	16.495.246	16.495.246	16.495.246	16.495.246
Utilidad Acumulada	0	(1.166.936)	873.142	4.997.977	11.400.023	19.999.928
Reserva Legal Acumulada	0	0	226.675	684.990	1.396.329	2.351.874
TOTAL PATRIMONIO	**16.495.246**	**15.328.310**	**17.595.063**	**22.178.213**	**29.291.597**	**38.847.047**
PASIVOS + PATRIMONIO	**16.495.246**	**19.651.805**	**23.593.573**	**29.882.261**	**38.803.226**	**50.098.148**
	0	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Fuente: Autores

Tabla 29 Balance general proyectado con financiación en pesos

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS						
	AÑO 0	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja Bancos	12.053.646	15.730.676	18.801.795	24.322.342	34.206.187	46.420.869
C x C	0	0	0	0	0	0
Inventario	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**12.053.646**	**15.730.676**	**18.801.795**	**24.322.342**	**34.206.187**	**46.420.869**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y Enseres	460.000	460.000	460.000	460.000	460.000	460.000
Equipos de Cómputo y Comunicación	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000
Maquinaria y equipos	614.000	614.000	614.000	614.000	614.000	614.000
(-) Depreciación Acumulada		568.133	1.136.267	1.704.400	2.119.200	2.534.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**2.534.000**	**1.965.867**	**1.397.733**	**829.600**	**414.800**	**0**
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	1.907.600	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**1.907.600**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**4.441.600**	**1.965.867**	**1.397.733**	**829.600**	**414.800**	**0**
TOTAL ACTIVOS	**16.495.246**	**17.696.542**	**20.199.528**	**25.151.942**	**34.620.987**	**46.420.869**
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
C x P	0	0	0	0	0	0
Cesantías x pagar	0	1.909.063	2.054.152	2.193.834	2.325.464	2.446.388
Interés a las cesantías x pagar	0	229.088	246.498	263.260	279.056	293.567
Impuesto de Renta x pagar	0	0	780.421	1.707.160	2.694.464	3.619.489
IVA x pagar	0	1.843.200	2.134.013	2.434.106	2.734.962	3.026.793
CREE x pagar	0	0	280.952	614.578	970.007	1.303.016
ICA x pagar	0	342.144	396.126	451.831	507.677	561.848
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**4.323.494**	**5.892.162**	**7.664.769**	**9.511.629**	**11.251.101**
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones Financieras	4.948.574	3.482.210	1.839.735	0		
Leasing Financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**4.948.574**	**3.482.210**	**1.839.735**	**0**	**0**	**0**
TOTAL PASIVOS	**4.948.574**	**7.805.704**	**7.731.897**	**7.664.769**	**9.511.629**	**11.251.101**
PATRIMONIO						
Capital Social	11.546.672	11.546.672	11.546.672	11.546.672	11.546.672	11.546.672
Utilidad Acumulada	0	(1.655.834)	198.448	4.254.660	10.656.706	19.256.611
Reserva Legal Acumulada	0	0	206.031	656.722	1.368.060	2.323.605
TOTAL PATRIMONIO	**11.546.672**	**9.890.838**	**11.951.151**	**16.458.053**	**23.571.438**	**33.126.888**
PASIVOS + PATRIMONIO	**16.495.246**	**17.696.542**	**19.683.048**	**24.122.822**	**33.083.067**	**44.377.989**
	0	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Fuente: Autores

5.15 ANÁLISIS VERTICAL DEL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS

Tabla 30 Análisis vertical del balance general proyectado sin financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS												
	AÑO 0	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
ACTIVOS												
ACTIVOS CORRIENTES												
Caja Bancos	12.053.646	73,07%	17.685.938	90,00%	22.712.319	94,20%	30.081.781	97,32%	39.926.346	98,97%	52.141.028	100,00%
C x C	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventario	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**12.053.646**	**73,07%**	**17.685.938**	**90,00%**	**22.712.319**	**94,20%**	**30.081.781**	**97,32%**	**39.926.346**	**98,97%**	**52.141.028**	**100,00%**
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
Muebles y Enseres	460.000	2,79%	460.000	2,34%	460.000	1,91%	460.000	1,49%	460.000	1,14%	460.000	0,88%
Equipos de Cómputo y Comunicación	1.460.000	8,85%	1.460.000	7,43%	1.460.000	6,06%	1.460.000	4,72%	1.460.000	3,62%	1.460.000	2,80%
Maquinaria y Equipos	614.000	3,72%	614.000	3,12%	614.000	2,55%	614.000	1,99%	614.000	1,52%	614.000	1,18%
(-) Depreciación Acumulada	0	0,00%	568.133	2,89%	1.136.267	4,71%	1.704.400	5,51%	2.119.200	5,25%	2.534.000	4,86%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**2.534.000**	**15,36%**	**1.965.867**	**10,00%**	**1.397.733**	**5,80%**	**829.600**	**2,68%**	**414.800**	**1,03%**	**0**	**0,00%**
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	1.907.600	11,56%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**1.907.600**	**11,56%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**4.441.600**	**26,93%**	**1.965.867**	**10,00%**	**1.397.733**	**5,80%**	**829.600**	**2,68%**	**414.800**	**1,03%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS	**16.495.246**	**100,00%**	**19.651.805**	**100,00%**	**24.110.053**	**100,00%**	**30.911.381**	**100,00%**	**40.341.146**	**100,00%**	**52.141.028**	**100,00%**
PASIVOS												
PASIVOS CORRIENTES												
C x P	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantías x pagar	0	0,00%	1.909.063	9,71%	2.054.152	8,71%	2.193.834	7,34%	2.325.464	5,99%	2.446.388	4,88%
Interés a las cesantías x pagar	0	0,00%	229.088	1,17%	246.498	1,04%	263.260	0,88%	279.056	0,72%	293.567	0,59%
Impuesto de Renta x pagar	0	0,00%	0	0,00%	858.618	3,64%	1.736.042	5,81%	2.694.464	6,94%	3.619.489	7,22%
IVA x pagar	0	0,00%	1.843.200	9,38%	2.134.013	9,04%	2.434.106	8,15%	2.734.962	7,05%	3.026.793	6,04%
CREE x pagar	0	0,00%	0	0,00%	309.103	1,31%	624.975	2,09%	970.007	2,50%	1.303.016	2,60%
ICA x pagar	0	0,00%	342.144	1,74%	396.126	1,68%	451.831	1,51%	507.677	1,31%	561.848	1,12%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**4.323.494**	**22,00%**	**5.998.510**	**25,42%**	**7.704.048**	**25,78%**	**9.511.629**	**24,51%**	**11.251.101**	**22,46%**
PASIVOS NO CORRIENTES												
Obligaciones Financieras	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%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**0**	**0,00%**	**4.323.494**	**22,00%**	**5.998.510**	**25,42%**	**7.704.048**	**25,78%**	**9.511.629**	**24,51%**	**11.251.101**	**22,46%**
PATRIMONIO												
Capital Social	16.495.246	100,00%	16.495.246	83,94%	16.495.246	69,91%	16.495.246	55,20%	16.495.246	42,51%	16.495.246	32,93%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	(1.166.936)	(5,94%)	873.142	(3,70%)	4.997.977	16,73%	11.400.023	29,38%	19.999.928	39,92%
Reserva Legal Acumulada	0	0,00%	0	0,00%	226.675	0,96%	684.990	2,29%	1.396.329	3,60%	2.351.874	4,69%
TOTAL PATRIMONIO	**16.495.246**	**100,00%**	**15.328.310**	**78,00%**	**17.595.063**	**74,58%**	**22.178.213**	**74,22%**	**29.291.597**	**75,49%**	**38.847.047**	**77,54%**
PASIVOS + PATRIMONIO	**16.495.246**	**100,00%**	**19.651.805**	**100,00%**	**23.593.573**	**100,00%**	**29.882.261**	**100,00%**	**38.803.226**	**100,00%**	**50.098.148**	**100,00%**
	0		**0**		**0**		**0**		**0**		**0**	

Fuente: Autores

Tabla 31 Análisis vertical del balance general proyectado con financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS												
	AÑO 0	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
ACTIVOS												
ACTIVOS CORRIENTES												
Caja Bancos	12.053.646	73,07%	15.730.676	88,89%	18.801.795	93,08%	24.322.342	96,70%	34.206.187	98,80%	46.420.869	100,00%
C x C	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Inventario	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**12.053.646**	**73,07%**	**15.730.676**	**88,89%**	**18.801.795**	**93,08%**	**24.322.342**	**96,70%**	**34.206.187**	**98,80%**	**46.420.869**	**100,00%**
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
Muebles y Enseres	460.000	2,79%	460.000	2,60%	460.000	2,28%	460.000	1,83%	460.000	1,33%	460.000	0,99%
Equipos de Cómputo y Comunicación	1.460.000	8,85%	1.460.000	8,25%	1.460.000	7,23%	1.460.000	5,80%	1.460.000	4,22%	1.460.000	3,15%
Mauinaria y equipos	614.000	3,72%	614.000	3,47%	614.000	3,04%	614.000	2,44%	614.000	1,77%	614.000	1,32%
(-) Depreciación Acumulada	0	0,00%	568.133	3,21%	1.136.267	5,63%	1.704.400	6,78%	2.119.200	6,12%	2.534.000	5,46%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**2.534.000**	**15,36%**	**1.965.867**	**11,11%**	**1.397.733**	**6,92%**	**829.600**	**3,30%**	**414.800**	**1,20%**	**0**	**0,00%**
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	1.907.600	11,56%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**1.907.600**	**11,56%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**4.441.600**	**26,93%**	**1.965.867**	**11,11%**	**1.397.733**	**6,92%**	**829.600**	**3,30%**	**414.800**	**1,20%**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS	**16.495.246**	**100,00%**	**17.696.542**	**100,00%**	**20.199.528**	**100,00%**	**25.151.942**	**100,00%**	**34.620.987**	**100,00%**	**46.420.869**	**100,00%**
PASIVOS												
PASIVOS CORRIENTES												
C x P	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Cesantías x pagar	0	0,00%	1.909.063	10,79%	2.054.152	10,44%	2.193.834	9,09%	2.325.464	7,03%	2.446.388	5,51%
Interés a las cesantías x pagar	0	0,00%	229.088	1,29%	246.498	1,25%	263.260	1,09%	279.056	0,84%	293.567	0,66%
Impuesto de Renta x pagar	0	0,00%	0	0,00%	780.421	3,96%	1.707.160	7,08%	2.694.464	8,14%	3.619.489	8,16%
IVA x pagar	0	0,00%	1.843.200	10,42%	2.134.013	10,84%	2.434.106	10,09%	2.734.962	8,27%	3.026.793	6,82%
CREE x pagar	0	0,00%	0	0,00%	280.952	1,43%	614.578	2,55%	970.007	2,93%	1.303.016	2,94%
ICA x pagar	0	0,00%	342.144	1,93%	396.126	2,01%	451.831	1,87%	507.677	1,53%	561.848	1,27%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**0,00%**	**4.323.494**	**24,43%**	**5.892.162**	**29,94%**	**7.664.769**	**31,77%**	**9.511.629**	**28,75%**	**11.251.101**	**25,35%**
PASIVOS NO CORRIENTES												
Obligaciones Financieras	4.948.574	100,00%	3.482.210	19,68%	1.839.735	9,35%	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%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**4.948.574**	**100,00%**	**3.482.210**	**19,68%**	**1.839.735**	**9,35%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**4.948.574**	**100,00%**	**7.805.704**	**44,11%**	**7.731.897**	**39,28%**	**7.664.769**	**31,77%**	**9.511.629**	**28,75%**	**11.251.101**	**25,35%**
PATRIMONIO												
Capital Social	11.546.672	100,00%	11.546.672	65,25%	11.546.672	58,66%	11.546.672	47,87%	11.546.672	34,90%	11.546.672	26,02%
Utilidad Acumulada	0	0,00%	(1.655.834)	(9,36%)	198.448	(1,01%)	4.254.660	17,64%	10.656.706	32,21%	19.256.611	43,39%
Reserva Legal Acumulada	0	0,00%	0	0,00%	206.031	1,05%	656.722	2,72%	1.368.060	4,14%	2.323.605	5,24%
TOTAL PATRIMONIO	**11.546.672**	**100,00%**	**9.890.838**	**55,89%**	**11.951.151**	**60,72%**	**16.458.053**	**68,23%**	**23.571.438**	**71,25%**	**33.126.888**	**74,65%**
PASIVOS + PATRIMONIO	**16.495.246**	**100,00%**	**17.696.542**	**100,00%**	**19.683.048**	**100,00%**	**24.122.822**	**100,00%**	**33.083.067**	**100,00%**	**44.377.989**	**100,00%**
	0		**0**		**0**		**0**		**0**		**0**	

Fuente: Autores

5.16 ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS

Tabla 32 Análisis vertical del estado de resultados sin financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS										
	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
INGRESOS										
Ventas	38.880.000	100,00%	45.014.331	100,00%	51.344.426	100,00%	57.690.597	100,00%	63.846.415	100,00%
Costos	497.100	1,28%	575.531	1,28%	656.464	1,28%	737.603	1,28%	816.309	1,28%
UTILIDAD BRUTA	**38.382.900**	**98,72%**	**44.438.800**	**98,72%**	**50.687.962**	**98,72%**	**56.952.994**	**98,72%**	**63.030.106**	**98,72%**
EGRESOS										
Nómima	31.279.709	80,45%	33.656.967	74,77%	35.945.640	70,01%	38.102.379	66,05%	40.083.702	62,78%
Gastos de administración	5.452.249	14,02%	5.866.620	13,03%	6.265.550	12,20%	6.641.483	11,51%	6.986.840	10,94%
Depreciación	568.133	1,46%	568.133	1,26%	568.133	1,11%	414.800	0,72%	414.800	0,65%
Diferidos	1.907.600	4,91%	516.480	1,15%	512.640	1,00%	508.800	0,88%	504.960	0,79%
ICA	342.144	0,88%	396.126	0,88%	451.831	0,88%	507.677	0,88%	561.848	0,88%
TOTAL EGRESOS	**39.549.835**	**101,72%**	**41.004.326**	**91,09%**	**43.743.795**	**85,20%**	**46.175.139**	**80,04%**	**48.552.151**	**76,05%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**-1.166.936**	**(3,00%)**	**3.434.474**	**7,63%**	**6.944.167**	**13,52%**	**10.777.855**	**18,68%**	**14.477.955**	**22,68%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos financieros Préstamo	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Gastos financieros Leasing	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**-1.166.936**	**(3,00%)**	**3.434.474**	**7,63%**	**6.944.167**	**13,52%**	**10.777.855**	**18,68%**	**14.477.955**	**22,68%**
Impuesto de Renta	0	0,00%	858.618	1,91%	1.736.042	3,38%	2.694.464	4,67%	3.619.489	5,67%
CREE	0	0,00%	309.103	0,69%	624.975	1,22%	970.007	1,68%	1.303.016	2,04%
UTILIDAD NETA	**-1.166.936**	**(3,00%)**	**2.266.753**	**5,04%**	**4.583.150**	**8,93%**	**7.113.384**	**12,33%**	**9.555.450**	**14,97%**
Reserva Legal	0	0,00%	226.675	0,50%	458.315	0,89%	711.338	1,23%	955.545	1,50%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**-1.166.936**	**(3,00%)**	**2.040.078**	**4,53%**	**4.124.835**	**8,03%**	**6.402.046**	**11,10%**	**8.599.905**	**13,47%**

Fuente: Autores

Tabla 33 Análisis vertical del estado de resultados con financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS										
	AÑO 1	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 2	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 3	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 4	ANÁLISIS VERTICAL	AÑO 5	ANÁLISIS VERTICAL
INGRESOS										
Ventas	38.880.000	100,00%	45.014.331	100,00%	51.344.426	100,00%	57.690.597	100,00%	63.846.415	100,00%
Costos	497.100	1,28%	575.531	1,28%	656.464	1,28%	737.603	1,28%	816.309	1,28%
UTILIDAD BRUTA	**38.382.900**	**98,72%**	**44.438.800**	**98,72%**	**50.687.962**	**98,72%**	**56.952.994**	**98,72%**	**63.030.106**	**98,72%**
EGRESOS										
Nómima	31.279.709	80,45%	33.656.967	74,77%	35.945.640	70,01%	38.102.379	66,05%	40.083.702	62,78%
Gastos de administración	5.452.249	14,02%	5.866.620	13,03%	6.265.550	12,20%	6.641.483	11,51%	6.986.840	10,94%
Depreciación	568.133	1,46%	568.133	1,26%	568.133	1,11%	414.800	0,72%	414.800	0,65%
Diferidos	1.907.600	4,91%	516.480	1,15%	512.640	1,00%	508.800	0,88%	504.960	0,79%
ICA	342.144	0,88%	396.126	0,88%	451.831	0,88%	507.677	0,88%	561.848	0,88%
TOTAL EGRESOS	**39.549.835**	**101,72%**	**41.004.326**	**91,09%**	**43.743.795**	**85,20%**	**46.175.139**	**80,04%**	**48.552.151**	**76,05%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**-1.166.936**	**(3,00%)**	**3.434.474**	**7,63%**	**6.944.167**	**13,52%**	**10.777.855**	**18,68%**	**14.477.955**	**22,68%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos financieros Préstamo	488.898	1,26%	312.788	0,69%	115.527	0,23%	0	0,00%	0	0,00%
Gastos financieros Leasing	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**488.898**	**1,26%**	**312.788**	**0,69%**	**115.527**	**0,23%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**(1.655.834)**	**(4,26%)**	**3.121.686**	**6,93%**	**6.828.640**	**13,30%**	**10.777.855**	**18,68%**	**14.477.955**	**22,68%**
Impuesto de Renta	0	0,00%	780.421	1,73%	1.707.160	3,32%	2.694.464	4,67%	3.619.489	5,67%
CREE	0	0,00%	280.952	0,62%	614.578	1,20%	970.007	1,68%	1.303.016	2,04%
UTILIDAD NETA	**(1.655.834)**	**(4,26%)**	**2.060.313**	**4,58%**	**4.506.903**	**8,78%**	**7.113.384**	**12,33%**	**9.555.450**	**14,97%**
Reserva Legal	0	0,00%	206.031	0,46%	450.690	0,88%	711.338	1,23%	955.545	1,50%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**(1.655.834)**	**(4,26%)**	**1.854.281**	**4,12%**	**4.056.212**	**7,90%**	**6.402.046**	**11,10%**	**8.599.905**	**13,47%**

Fuente: Autores

5.17 ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS

Tabla 34 Análisis horizontal del balance general proyectado sin financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 2	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
ACTIVOS																
ACTIVOS CORRIENTES																
Caja Bancos	12.053.646	17.685.938	5.632.292	46,73%	22.712.319	5.026.382	28,42%	30.081.781	7.369.462	32,45%	39.926.346	9.844.565	32,73%	52.141.028	12.214.682	30,59%
C x C	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Inventario	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**12.053.646**	**17.685.938**	**5.632.292**	**46,73%**	**22.712.319**	**5.026.382**	**28,42%**	**30.081.781**	**7.369.462**	**32,45%**	**39.926.346**	**9.844.565**	**32,73%**	**52.141.028**	**12.214.682**	**30,59%**
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
Muebles y Enseres	460.000	460.000	0	0,00%	460.000	0	0,00%	460.000	0	0,00%	460.000	0	0,00%	460.000	0	0,00%
Equipos de Cómputo y Comunicación	1.460.000	1.460.000	0	0,00%	1.460.000	0	0,00%	1.460.000	0	0,00%	1.460.000	0	0,00%	1.460.000	0	0,00%
Maquinaria y equipo	614.000	614.000	0	0,00%	614.000	0	0,00%	614.000	0	0,00%	614.000	0	0,00%	614.000	0	0,00%
(-) Depreciación Acumulada	0	568.133	568.133	0,00%	1.136.267	568.133	100,00%	1.704.400	568.133	50,00%	2.119.200	414.800	24,34%	2.534.000	414.800	19,57%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**2.534.000**	**1.965.867**	**(568.133)**	**(22,42%)**	**1.397.733**	**(568.133)**	**(28,90%)**	**829.600**	**(568.133)**	**(40,65%)**	**414.800**	**(414.800)**	**(50,00%)**	**0**	**(414.800)**	**(100,00%)**
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	1.907.600	0	(1.907.600)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**1.907.600**	**0**	**(1.907.600)**	**(100,00%)**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**4.441.600**	**1.965.867**	**(2.475.733)**	**(55,74%)**	**1.397.733**	**(568.133)**	**(28,90%)**	**829.600**	**(568.133)**	**(40,65%)**	**414.800**	**(414.800)**	**(50,00%)**	**0**	**(414.800)**	**(100,00%)**
TOTAL ACTIVOS	**16.495.246**	**19.651.805**	**3.156.559**	**19,14%**	**24.110.053**	**4.458.248**	**22,69%**	**30.911.381**	**6.801.328**	**28,21%**	**40.341.146**	**9.429.765**	**30,51%**	**52.141.028**	**11.799.882**	**29,25%**
PASIVOS																
PASIVOS CORRIENTES																
C x P	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Cesantías x pagar	0	1.909.063	1.909.063	0,00%	2.054.152	145.089	7,60%	2.193.834	139.682	6,80%	2.325.464	131.630	6,00%	2.446.388	120.924	5,20%
Interés a las cesantías x pagar	0	229.088	229.088	0,00%	246.498	17.411	7,60%	263.260	16.762	6,80%	279.056	15.796	6,00%	293.567	14.511	5,20%
Impuesto de Renta x pagar	0	0	0	0,00%	858.618	858.618	#¡DIV/0!	1.736.042	877.423	102,19%	2.694.464	958.422	55,21%	3.619.489	925.025	34,33%
IVA x pagar	0	1.843.200	1.843.200	0,00%	2.134.013	290.813	15,78%	2.434.106	300.093	14,06%	2.734.962	300.856	12,36%	3.026.793	291.831	10,67%
CREE x pagar	0	0	0	0,00%	309.103	309.103	#¡DIV/0!	624.975	315.872	102,19%	970.007	345.032	55,21%	1.303.016	333.009	34,33%
ICA x pagar	0	342.144	342.144	0,00%	396.126	53.982	15,78%	451.831	55.705	14,06%	507.677	55.846	12,36%	561.848	54.171	10,67%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**4.323.494**	**4.323.494**	**0,00%**	**5.998.510**	**1.675.015**	**38,74%**	**7.704.048**	**1.705.538**	**28,43%**	**9.511.629**	**1.807.581**	**23,46%**	**11.251.101**	**1.739.472**	**18,29%**
PASIVOS NO CORRIENTES																
Obligaciones Financieras	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%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**0**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**0**	**4.323.494**	**4.323.494**	**0,00%**	**5.998.510**	**1.675.015**	**38,74%**	**7.704.048**	**1.705.538**	**28,43%**	**9.511.629**	**1.807.581**	**23,46%**	**11.251.101**	**1.739.472**	**18,29%**
PATRIMONIO																
Capital Social	16.495.246	16.495.246	0	0,00%	16.495.246	0	0,00%	16.495.246	0	0,00%	16.495.246	0	0,00%	16.495.246	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	(1.166.936)	(1.166.936)	0,00%	873.142	2.040.078	(174,82%)	4.997.977	4.124.835	472,41%	11.400.023	6.402.046	128,09%	19.999.928	8.599.905	75,44%
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	0,00%	226.675	226.675	#¡DIV/0!	684.990	458.315	202,19%	1.396.329	711.338	103,85%	2.351.874	955.545	68,43%
TOTAL PATRIMONIO	**16.495.246**	**15.328.310**	**(1.166.936)**	**-7,07%**	**17.595.063**	**2.266.753**	**14,79%**	**22.178.213**	**4.583.150**	**26,05%**	**29.291.597**	**7.113.384**	**32,07%**	**38.847.047**	**9.555.450**	**32,62%**
PASIVOS + PATRIMONIO	**16.495.246**	**19.651.805**	**3.156.559**	**19,14%**	**23.593.573**	**3.941.768**	**20,06%**	**29.882.261**	**6.288.688**	**26,65%**	**38.803.226**	**8.920.965**	**29,85%**	**50.098.148**	**11.294.922**	**29,11%**
	0	**0**			**0**			**0**			**0**			**0**		

Fuente: Autores

Tabla 35 Análisis horizontal del balance general proyectado con financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S.
ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS

	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 2	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
ACTIVOS																
ACTIVOS CORRIENTES																
Caja Bancos	12.053.646	15.730.676	3.677.030	30,51%	18.801.795	3.071.119	19,52%	24.322.342	5.520.547	29,36%	34.206.187	9.883.844	40,64%	46.420.869	12.214.682	35,71%
C x C	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Inventario	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**12.053.646**	**15.730.676**	**3.677.030**	**30,51%**	**18.801.795**	**3.071.119**	**19,52%**	**24.322.342**	**5.520.547**	**29,36%**	**34.206.187**	**9.883.844**	**40,64%**	**46.420.869**	**12.214.682**	**35,71%**
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
Muebles y Enseres	460.000	460.000	0	0,00%	460.000	0	0,00%	460.000	0	0,00%	460.000	0	0,00%	460.000	0	0,00%
Equipos de Cómputo y Comunicación	1.460.000	1.460.000	0	0,00%	1.460.000	0	0,00%	1.460.000	0	0,00%	1.460.000	0	0,00%	1.460.000	0	0,00%
Maquinaria y equipo	614.000	614.000	0	0,00%	614.000	0	0,00%	614.000	0	0,00%	614.000	0	0,00%	614.000	0	0,00%
(-) Depreciación Acumulada	0	568.133	568.133	0,00%	1.136.267	568.133	100,00%	1.704.400	568.133	50,00%	2.119.200	414.800	24,34%	2.534.000	414.800	19,57%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**2.534.000**	**1.965.867**	**(568.133)**	**(22,42%)**	**1.397.733**	**(568.133)**	**(28,90%)**	**829.600**	**(568.133)**	**(40,65%)**	**414.800**	**(414.800)**	**(50,00%)**	**0**	**(414.800)**	**(100,00%)**
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	1.907.600	0	(1.907.600)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**1.907.600**	**0**	**(1.907.600)**	**(100,00%)**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**4.441.600**	**1.965.867**	**(2.475.733)**	**(55,74%)**	**1.397.733**	**(568.133)**	**(28,90%)**	**829.600**	**(568.133)**	**(40,65%)**	**414.800**	**(414.800)**	**(50,00%)**	**0**	**(414.800)**	**(100,00%)**
TOTAL ACTIVOS	**16.495.246**	**17.696.542**	**1.201.297**	**7,28%**	**20.199.528**	**2.502.986**	**14,14%**	**25.151.942**	**4.952.414**	**24,52%**	**34.620.987**	**9.469.044**	**37,65%**	**46.420.869**	**11.799.882**	**34,08%**
PASIVOS																
PASIVOS CORRIENTES																
C x P	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Cesantías x pagar	0	1.909.063	1.909.063	0,00%	2.054.152	145.089	7,60%	2.193.834	139.682	6,80%	2.325.464	131.630	6,00%	2.446.388	120.924	5,20%
Interés a las cesantías x pagar	0	229.088	229.088	0,00%	246.498	17.411	7,60%	263.260	16.762	6,80%	279.056	15.796	6,00%	293.567	14.511	5,20%
Impuesto de Renta x pagar	0	0	0	0,00%	780.421	780.421	#¡DIV/0!	1.707.160	926.739	0,00%	2.694.464	987.304	0,00%	3.619.489	925.025	0,00%
IVA x pagar	0	1.843.200	1.843.200	0,00%	2.134.013	290.813	(15,78%)	2.434.106	300.093	14,06%	2.734.962	300.856	12,36%	3.026.793	291.831	10,67%
CREE x pagar	0	0	0	0,00%	280.952	280.952	#¡DIV/0!	614.578	333.626	0,00%	970.007	355.429	0,00%	1.303.016	333.009	0,00%
ICA x pagar	0	342.144	342.144	0,00%	396.126	53.982	15,78%	451.831	55.705	14,06%	507.677	55.846	12,36%	561.848	54.171	10,67%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**4.323.494**	**4.323.494**	**0,00%**	**5.892.162**	**1.568.668**	**36,28%**	**7.664.769**	**1.772.607**	**30,08%**	**9.511.629**	**1.846.860**	**24,10%**	**11.251.101**	**1.739.472**	**18,29%**
PASIVOS NO CORRIENTES																
Obligaciones Financieras	4.948.574	3.482.210	(1.466.364)	(29,63%)	1.839.735	(1.642.474)	(47,17%)	0	(1.839.735)	(100,00%)	0	0	#¡DIV/0!	0	0	#¡DIV/0!
Leasing Financiero	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**4.948.574**	**3.482.210**	**(1.466.364)**	**(29,63%)**	**1.839.735**	**(1.642.474)**	**(47,17%)**	**0**	**(1.839.735)**	**(100,00%)**	**0**	**0**	**#¡DIV/0!**	**0**	**0**	**#¡DIV/0!**
TOTAL PASIVOS	**4.948.574**	**7.805.704**	**2.857.130**	**57,74%**	**7.731.897**	**(73.807)**	**(0,95%)**	**7.664.769**	**(67.129)**	**(0,87%)**	**9.511.629**	**1.846.860**	**(24,10%)**	**11.251.101**	**1.739.472**	**(18,29%)**
PATRIMONIO																
Capital Social	11.546.672	11.546.672	0	0,00%	11.546.672	0	0,00%	11.546.672	0	0,00%	11.546.672	0	0,00%	11.546.672	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	(1.655.834)	(1.655.834)	0,00%	198.448	1.854.281	(111,98%)	4.254.660	4.056.212	(2043,97%)	10.656.706	6.402.046	150,47%	19.256.611	8.599.905	80,70%
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	0,00%	206.031	206.031	#¡DIV/0!	656.722	450.690	218,75%	1.368.060	711.338	108,32%	2.323.605	955.545	69,85%
TOTAL PATRIMONIO	**11.546.672**	**9.890.838**	**(1.655.834)**	**(14,34%)**	**11.951.151**	**2.060.313**	**20,83%**	**16.458.053**	**4.506.903**	**37,71%**	**23.571.438**	**7.113.384**	**43,22%**	**33.126.888**	**9.555.450**	**40,54%**
PASIVOS + PATRIMONIO	**16.495.246**	**17.696.542**	**1.201.297**	**7,28%**	**19.683.048**	**1.986.506**	**11,23%**	**24.122.822**	**4.439.774**	**22,56%**	**33.083.067**	**8.960.244**	**37,14%**	**44.377.989**	**11.294.922**	**34,14%**
	0	**0**			**0**			**0**			**0**			**0**		

Fuente: Autores

5.18 ANÁLISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE RESULTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN EN PESOS

Tabla 36 Análisis horizontal del estado de resultados sin financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS													
	AÑO 1	AÑO 2	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
INGRESOS													
Ventas	38.880.000	45.014.331	6.134.331	15,78%	51.344.426	6.330.095	14,06%	57.690.597	6.346.171	12,36%	63.846.415	6.155.817	10,67%
Costos	497.100	575.531	78.431	15,78%	656.464	80.933	14,06%	737.603	81.139	12,36%	816.309	78.705	10,67%
UTILIDAD BRUTA	**38.382.900**	**44.438.800**	**6.055.900**	**15,78%**	**50.687.962**	**6.249.162**	**14,06%**	**56.952.994**	**6.265.032**	**12,36%**	**63.030.106**	**6.077.112**	**10,67%**
EGRESOS													
Nómima	31.279.709	33.656.967	2.377.258	7,60%	35.945.640	2.288.674	6,80%	38.102.379	2.156.738	6,00%	40.083.702	1.981.324	5,20%
Gastos de administración	5.452.249	5.866.620	414.371	7,60%	6.265.550	398.930	6,80%	6.641.483	375.933	6,00%	6.986.840	345.357	5,20%
Depreciación	568.133	568.133	0	0,00%	568.133	0	0,00%	414.800	(153.333)	(26,99%)	414.800	0	0,00%
Diferidos	1.907.600	516.480	-1.391.120	(72,93%)	512.640	-3.840	0,00%	508.800	-3.840	0,00%	504.960	-3.840	0,00%
ICA	342.144	396.126	53.982	15,78%	451.831	55.705	14,06%	507.677	55.846	12,36%	561.848	54.171	10,67%
TOTAL EGRESOS	**39.549.835**	**41.004.326**	**1.454.491**	**(3,68%)**	**43.743.795**	**2.739.469**	**6,68%**	**46.175.139**	**2.431.344**	**(5,56%)**	**48.552.151**	**2.377.012**	**5,15%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**(1.166.936)**	**3.434.474**	**4.601.409**	**(394,32%)**	**6.944.167**	**3.509.693**	**102,19%**	**10.777.855**	**3.833.688**	**55,21%**	**14.477.955**	**3.700.100**	**34,33%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
Gastos financieros Préstamo	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%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**(1.166.936)**	**3.434.474**	**4.601.409**	**(394,32%)**	**6.944.167**	**3.509.693**	**102,19%**	**10.777.855**	**3.833.688**	**55,21%**	**14.477.955**	**3.700.100**	**34,33%**
Impuesto de Renta	0	858.618	858.618	#¡DIV/0!	1.736.042	877.423	102,19%	2.694.464	958.422	0,00%	3.619.489	925.025	0,00%
CREE	0	309.103	309.103	#¡DIV/0!	624.975	315.872	102,19%	970.007	345.032	0,00%	1.303.016	333.009	0,00%
UTILIDAD NETA	**(1.166.936)**	**2.266.753**	**3.433.688**	**(294,25%)**	**4.583.150**	**2.316.397**	**102,19%**	**7.113.384**	**2.530.234**	**55,21%**	**9.555.450**	**2.442.066**	**34,33%**
Reserva Legal	0	226.675	226.675	#¡DIV/0!	458.315	231.640	102,19%	711.338	253.023	0,00%	955.545	244.207	0,00%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**(1.166.936)**	**2.040.078**	**3.207.013**	**(274,82%)**	**4.124.835**	**2.084.758**	**102,19%**	**6.402.046**	**2.277.210**	**55,21%**	**8.599.905**	**2.197.860**	**34,33%**

Fuente: Autores

Tabla 37 Análisis horizontal del estado de resultados con financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS																								
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
INGRESOS																									
Ventas	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	3.240.000	38.880.000	45.014.331	6.134.331	15,78%	51.344.426	6.330.095	14,06%	57.690.597	6.346.171	12,36%	63.846.415	6.155.817	10,67%
Costos	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	41.425	497.100	575.531	78.431	15,78%	656.464	80.933	14,06%	737.603	81.139	12,36%	816.309	78.705	10,67%
UTILIDAD BRUTA	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**3.198.575**	**38.382.900**	**44.438.800**	**6.055.900**	**15,78%**	**50.687.962**	**6.249.162**	**14,06%**	**56.952.994**	**6.265.032**	**12,36%**	**63.030.106**	**6.077.112**	**10,67%**
EGRESOS																									
Nómima	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	2.606.642	31.279.709	33.656.967	2.377.258	7,60%	35.945.640	2.288.674	6,80%	38.102.379	2.156.738	6,00%	40.083.702	1.981.324	5,20%
Gastos de administración	525.581	435.143	447.302	435.143	450.906	436.219	493.570	458.815	451.982	435.143	447.302	435.143	5.452.249	5.866.620	414.371	7,60%	6.265.550	398.930	6,80%	6.641.483	375.933	6,00%	6.986.840	345.357	5,20%
Depreciación	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	47.344	568.133	568.133	0	0,00%	568.133	0	0,00%	414.800	(153.333)	(26,99%)	414.800	0	0,00%
Diferidos	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	158.967	1.907.600	516.480	(1.391.120)	(72,93%)	512.640	-3.840	0,00%	508.800	-3.840	0,00%	504.960	-3.840	0,00%
ICA	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	28.512	342.144	396.126	53.982	15,78%	451.831	55.705	14,06%	507.677	55.846	12,36%	561.848	54.171	10,67%
TOTAL EGRESOS	**3.367.046**	**3.276.609**	**3.288.767**	**3.276.609**	**3.292.372**	**3.277.685**	**3.335.035**	**3.300.281**	**3.293.448**	**3.276.609**	**3.288.767**	**3.276.609**	**39.549.835**	**41.004.326**	**1.454.491**	**(3,68%)**	**43.743.795**	**2.739.469**	**6,68%**	**46.175.139**	**2.431.344**	**5,56%**	**48.552.151**	**2.377.012**	**5,15%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**-168.471**	**-78.034**	**-90.192**	**-78.034**	**-93.797**	**-79.110**	**-136.460**	**-101.706**	**-94.873**	**-78.034**	**-90.192**	**-78.034**	**(1.166.936)**	**3.434.474**	**4.601.409**	**(394,32%)**	**6.944.167**	**3.509.693**	**102,19%**	**10.777.855**	**3.833.688**	**55,21%**	**14.477.955**	**3.700.100**	**34,33%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																									
Gastos financieros Préstamo	46.993	45.892	44.781	43.659	42.526	41.382	40.228	39.063	37.886	36.699	35.500	34.290	488.898	312.788	(176.110)	(36,02%)	115.527	(197.261)	(63,07%)	0	(115.527)	(100,00%)	0	0	0,00%
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**46.993**	**45.892**	**44.781**	**43.659**	**42.526**	**41.382**	**40.228**	**39.063**	**37.886**	**36.699**	**35.500**	**34.290**	**488.898**	**312.788**	**-176.110**	**(36,02%)**	**115.527**	**(197.261)**	**(63,07%)**	**0**	**(115.527)**	**(100,00%)**	**0**	**0**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**-215.465**	**-123.926**	**-134.973**	**-121.692**	**-136.323**	**-120.492**	**-176.688**	**-140.768**	**-132.759**	**-114.732**	**-125.692**	**-112.323**	**(1.655.834)**	**3.121.686**	**4.777.520**	**(288,53%)**	**6.828.640**	**3.706.954**	**118,75%**	**10.777.855**	**3.949.214**	**57,83%**	**14.477.955**	**3.700.100**	**34,33%**
Impuesto de Renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	780.421	780.421	#¡DIV/0!	1.707.160	926.739	0,00%	2.694.464	987.304	0,00%	3.619.489	925.025	0,00%
CREE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	280.952	280.952	#¡DIV/0!	614.578	333.626	0,00%	970.007	355.429	0,00%	1.303.016	333.009	0,00%
UTILIDAD NETA	**-215.465**	**-123.926**	**-134.973**	**-121.692**	**-136.323**	**-120.492**	**-176.688**	**-140.768**	**-132.759**	**-114.732**	**-125.692**	**-112.323**	**(1.655.834)**	**2.060.313**	**3.716.147**	**(224,43%)**	**4.506.903**	**2.446.590**	**118,75%**	**7.113.384**	**2.606.482**	**57,83%**	**9.555.450**	**2.442.066**	**34,33%**
Reserva Legal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	206.031	206.031	#¡DIV/0!	450.690	244.659	0,00%	711.338	260.648	0,00%	955.545	244.207	0,00%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**-215.465**	**-123.926**	**-134.973**	**-121.692**	**-136.323**	**-120.492**	**-176.688**	**-140.768**	**-132.759**	**-114.732**	**-125.692**	**-112.323**	**(1.655.834)**	**1.854.281**	**3.510.115**	**(211,98%)**	**4.056.212**	**2.201.931**	**118,75%**	**6.402.046**	**2.345.833**	**57,83%**	**8.599.905**	**2.197.860**	**34,33%**

Fuente: Autores

Los análisis horizontales y verticales de los balances generales y estados de resultados de la empresa de expendedores de cosméticos. sirve para:

Análisis vertical: Compara una parte específica del balance o estado de resultados frente a su total que incluye el estado financiero, tal como el inventario como porcentaje del activo corriente, o gastos de operación en relación con las ventas netas. Representándolo en porcentaje, esto con la finalidad de mirar el valor porcentual de cada uno de los movimientos de los estados financieros.

Análisis horizontal: El análisis de igual forma compara el crecimiento y declive de una cuenta de los estados de resultados en pesos por parte variación absoluta y es medida por la variación porcentualmente de la variación relativa. Este análisis tiene como objetivo describir los incrementos de cada uno de los componentes de los análisis verticales y horizontales.

5.19 INDICADORES FINANCIEROS SIN Y CON FINANCIACIÓN

Tabla 38 Indicadores financieros sin financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. RAZONES FINANCIERAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital de Trabajo Neto	13.362.443	16.713.810	22.377.733	30.414.717	40.889.927
Razón Corriente	4,09	3,79	3,90	4,20	4,63
Prueba Ácida	4,09	3,79	3,90	4,20	4,63
Endeudamiento	22,00%	24,88%	24,92%	23,58%	21,58%
Rendimiento sobre Activos	(5,94%)	8,46%	13,34%	15,87%	16,49%
Rendimiento sobre Patrimonio	(7,61%)	11,59%	18,60%	21,86%	22,14%
Margen Bruto	98,72%	98,72%	98,72%	98,72%	98,72%
Margen Operacional	(3,00%)	7,63%	13,52%	18,68%	22,68%
Margen Neto	(3,00%)	5,04%	8,93%	12,33%	14,97%

Fuente: Autores

Tabla 39 Indicadores financieros con financiación

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. RAZONES FINANCIERAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN EN PESOS					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Capital de Trabajo Neto	11.407.181	12.909.633	16.657.573	24.694.558	35.169.768
Razón Corriente	3,64	3,19	3,17	3,60	4,13
Prueba Ácida	3,64	3,19	3,17	3,60	4,13
Endeudamiento	44,11%	38,28%	30,47%	27,47%	24,24%
Rendimiento sobre Activos	(9,36%)	9,18%	16,13%	18,49%	18,53%
Rendimiento sobre Patrimonio	(16,74%)	15,52%	24,65%	27,16%	25,96%
Margen Bruto	98,72%	98,72%	98,72%	98,72%	98,72%
Margen Operacional	(3,00%)	7,63%	13,52%	18,68%	22,68%
Margen Neto	(4,26%)	4,58%	8,78%	12,33%	14,97%

Fuente: Autores

Las razones financieras sin y con financiación se representan de la siguiente forma:

Capital de trabajo neto sin y con financiación: La empresa sin financiación posee para el año 1 13.362.443 y al año 5 40.889.927 y con financiación para el año 11.407.181 y para el año 5 35.169.768 respectivamente. Queriendo decir, que la empresa cuenta con capital para cubrir las necesidades existentes en el mercado.

Razón corriente sin y con financiación: La empresa sin financiación para el año 1 posee 4,09 y al año 5 posee 4,63. De igual manera en con financiación para el año 1 posee 3,64 y para el año 5 posee 4,13 para cubrir la necesidades del mercado a corto plazo. Es decir, la capacidad de cumplir con sus obligaciones financieras de inmediato.

Prueba acida sin y con financiación: Para los estados sin y con financiación la empresa posee dinero líquido para cubrir sus necesidades en el mercado sin contar con lo producido. Es decir, la empresa en caso de liquidación cuánto dinero dispone para cubrir sus obligaciones financieras. La empresa sin financiación para el año 1 posee 4,09 y al año 5 posee 4,63. De igual manera en con financiación para el año 1 posee 3,64 y para el año 5 posee 4,13

Endeudamiento sin y con financiación: Es la capacidad que posee la empresa para endeudarse en cualquier periodo determinado del año, esto mide la capacidad de endeudamiento en el mercado. La empresa sin financiación para el año 1 posee 22,00% y al año 5 posee 21,58% De igual manera en con financiación para el año 1 posee 44,11%. y para el año 5 posee 24,24%. Sus incrementos son variantes frente a las proyecciones macroeconómicas de los indicadores de Colombia.

Rendimiento sobre los activos sin y con financiación: Las actividades de reducción de la empresa expendedores de cosméticos. están determinadas por medio de la capacidad instalada de la maquinaria y equipos, pero estos son depreciados de manera lineal al pasar el tiempo. Por lo anterior, la empresa mide la capacidad de respaldo de su maquinaria en cada año, dando perdidas el primer año en ambos indicadores de sin y con financiación porque no posee una reinversión que incremente el valor comercial de dichos activos. La empresa sin financiación para el año 1 posee (5,94%) y al año 5 posee 16,49%. De igual manera, en con financiación para el año 1 posee (9,36%) y para el año 5 posee 18,53%.

Rendimiento sobre el patrimonio sin y con financiación: Es la participación de los socios en cada periodo del año, para los primeros años los socios no reciben utilidades porque la empresa solo genera gastos de inversión. La empresa sin financiación para el año 1 posee (7,61%) y al año 5 posee 22,14%. De igual manera, en con financiación para el año 1 posee (16,74%) y para el año 5 posee 25,96%.

Marguen bruto sin y con financiación: Es la participación porcentual de precio frente al costo en diferentes años. Es decir, que el marguen bruto va ser igual a menos que se venda con un marguen de utilidad más alto y se adquiera materia prima e insumos a un costo más bajo. En sin financiación y con financiación es del 98,72%

Marguen operacional sin y con financiación: Después de tener el marguen bruto, se deducen todos los costos y gastos, excluyendo los intereses, impuestos y dividendos de acciones preferentes para así obtener el margen operacional. La

empresa sin financiación para el año 1 posee (3,00%) y al año 5 posee 22,68%. De igual manera, en con financiación para el año 1 posee (3,00%) y para el año 5 posee 22,68%. Para el primer año en sin y con financiación es negativo por los costos y gastos son mayores que los ingresos de la empresa.

Marguen neto sin y con financiación: De igual forma, al haber obtenido el marguen operacional la empresa deduce impuestos y tiene en cuenta las utilidades de la empresa para mostrar la rentabilidad en un periodo de terminado La empresa sin financiación para el año 1 posee (3,00%) y al año 5 posee 14,97%. De igual manera, en con financiación para el año 1 posee (3,65%) y para el año 5 posee 10,11%.

5.20 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el nivel de una empresa donde los ingresos igualan a los egresos y que por lo tanto no arroja ni ganancia ni pérdida, en el estado de resultados sin financiación el punto de equilibrio son 3202 unidades de cosméticos y 3249 para el estado de resultados con financiación.

Tabla 40 Punto de equilibrio

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. PUNTO DE EQUILIBRIO																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de equilibrio ERSF	3.202	3.110	3.122	3.110	3.126	3.111	3.169	3.134	3.127	3.110	3.122	3.110	37.554	38.680	39.687	40.677	41.543
Punto de equilibrio ERCF	3.249	3.157	3.168	3.154	3.169	3.153	3.210	3.174	3.165	3.147	3.158	3.145	38.049	38.874	39.754	40.677	41.543

Fuente: Autores

5.21 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es una herramienta muy utilizada a la hora de la toma de decisiones en inversión conociendo el riesgo de inversión y la ganancia a obtener.

Tabla 41 Análisis de sensibilidad

EXPENDEDORES DE MAQUILLAJE S.A.S. ANALISIS DE SENSIBILIDAD				
	FLUJO DE CAJA SIN FIN.		FLUJO CAJA CON FIN.	
	VALOR ORIGINAL	VALOR MODIFICADO	VALOR ORIGINAL	VALOR MODIFICADO
VPN ($)	9.702.669	(1.194.307)	10.182.331	(389.231)
TIR (%)	32,42%	12,14%	37,99%	13,06%
B/C (Veces)	1,59	0,96	1,88	0,98
Disminución del marguen de 400% a 315%				

Fuente: Autores

VPN = Valor presente neto

TIR = Tasa interna de retorno

B/C (Veces) = Variación beneficio costo

- El análisis de sensibilidad nos muestra en un flujo de caja sin financiación que si la empresa de expendedores de cosméticos tendrá una ganancia del **32,42%** en la TIR. Es decir, este es el porcentaje de ganancia que tendrá la empresa, mientras que la variación beneficio costo nos proporciona la ganancia en pesos, **1,59** pesos, nos muestra que por cada peso invertido la empresa tendrá una ganancia de **0,59** pesos. Mientras que el VPN nos muestra el valor a reinvertir para poder tener esta ganancia.

- En el caso del flujo de caja con financiación el valor que se necesita invertir son **$10´182.331** para poder tener una ganancia porcentual de la TIR de **37,99%** que equivale a **1,88** pesos de la variación beneficio costo, es decir que por cada peso invertido la empresa ganara **0,88** pesos.

- Los valores modificados proporcionan una perdida ara la empresa, si expendedores de cosméticos. pasa de 400% a 315% de margen de ganancia la empresa no será viable y genera pérdidas para sus inversionistas.

6 CONCLUSIONES

- Desde el punto de vista del entorno contextual y social que ataña el proyecto, se considera factible a realizar por que está ubicado en una actividad legal que genera empleo, aporta al desarrollo social y no constituye amenaza alguna a las costumbres, culturas y tradiciones del entorno geográfico que se pretende impactar.
- Como conclusión del ejercicio de estudio de mercado el grupo investigador considera que este proyecto es factible, porque no se entra a competir por clientes si no que hay un segmento poblacional con una mega tendencia de consumo caracterizada de los cosméticos, abiertos al mundo en el sentido de comprar por vivir nuevas experiencias de aportar al desarrollo social mediante su consumo y a este segmento es al cual se enfocara el proyecto con formas nuevas de adquirirlo.
- Con el estudio técnico se logra demostrar que el proyecto es factible porque los procesos de distribución de los cosméticos son amigables con el medio ambiente, las herramientas que se utilizan y las tecnologías que se aplican no representan obstáculo para la puesta en marcha y durante el funcionamiento.
- El estudio organizacional hizo posible la creación de la filosofía administrativa de la empresa tal como; su misión, visión, principios y valores. Además de la conformación de una estructura funcional acorde con las necesidades de la misma con unas políticas claras como la descripción del marco legal que la rige.
- Desde el punto de vista del análisis financiero se comienza visualizar que el proyecto es factible porque el VPN se superior a 1 y cercana a los 9 millones se puede considerar como viable financieramente, abonándole la TIR es cercana al 32,42% superando la taza de oportunidad del mercado que es 13,67% lo que indica que es mejor invertir en la empresa de expendedores de cosméticos que invertir en otra empresa.

7 RECOMENDACIONES

Haciendo una evaluación general de los estudios previamente realizados se considera que el proyecto es aceptable, dado que la empresa de expendedores de cosméticos. dirigido a los diferentes centro nocturnos de la ciudad de Santiago de Cali, con un mercado en crecimiento en donde existe una demanda considerable de consumidoras, es recomendable ponerlo en marcha, dado que la facilidad de realizarlo en el aspecto técnico y económico entregando un valor agregado de acuerdo con las exigencias de los clientes es la oportunidad de encontrar en un mercado en crecimiento el posicionamiento de la marca propia y posicionamiento en el mercado.

8 BIBLIOGRAFÍAS

Alcaldía Santiago de Cali. (2004). *Santiago de Cali tiene 477 años de historia*. Recuperado 16 de julio de 2016, a partir de http://www.cali.gov.co/publicaciones/nuestra_historia_santiago_de_cali_tiene_477_aos_pub

Alfonso, A. (2014). *Máquinas expendedoras de cosméticos mujer*. Recuperado 22 de octubre de 2016, a partir de http://www.vix.com/es/imj/10349/maquinas-expendedoras-de-cosmeticos

Alkosto. (2016). *Escritorio_9.jpg (Imagen JPEG, 2000 × 1575 píxeles) - Escalado (26 %).* Recuperado 22 de octubre de 2016, a partir de http://www.alkosto.com/escritorio-blanco-industrial

Alkosto. (2016). *8ddf51a793298369dff88f80dfa772093ee33a84.jpg (Imagen JPEG, 1200 × 681 píxeles) - Escalado (60 %).* Recuperado 22 de octubre de 2016, a partir de http://www.alkosto.com/impresora-multifuncional-samsung-sl-c480w-ax

Atlascopco. (2016). *COMBI22_ac0037408_456.jpg (Imagen JPEG, 456 × 317 píxeles).* Recuperado 22 de octubre de 2016, a partir de http://www.atlascopco.es/Images/COMBI22_ac0037408_456.jpg

Bielsa, I. (2013). *Indicaciones y contraindicaciones de los cosméticos en las distintas etapas de la vida.* Recuperado a partir de http://www.medigraphic.com/pdfs/cutanea/mc-2005/mc053i.pdf

Biggerbids. (2016). *2785556_1011px-black-3.jpg (Imagen JPEG, 1106 × 829 píxeles) - Escalado (49 %).* Recuperado 22 de octubre de 2016, a partir de http://www.biggerbids.com/members/images/13879/public/2785556_1011px-black-3.jpg

Cámara de Comercio de Cali. (2015a). *Balance económico de Cali y el Valle del Cauca en 2015.* Recuperado a partir de

http://www.ccc.org.co/inc/uploads/2016/04/Reporte-SIC-Balance-Econo%CC%81mico-Cali-y-Valle-del-Cauca-2015-VF.pdf

Cámara de Comercio de Cali. (2015). *El A B C del Registro Nacional de Turismo.* Recuperado a partir de http://www.ccc.org.co/articulos-revista-accion/al-tablero/11505/el-a-b-c-del-registro-nacional-de-turismo.html

Cámara de Comercio de Cali. (2016). Un sector de clase mundial. Recuperado 13 de julio de 2016, a partir de http://www.ccc.org.co/articulos-revista-accion/12737/un-sector-de-clase-mundial.html

Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo ANDI. (2015). *Informe general*. Recuperado a partir de http://www.andi.com.co/cica/Documents/Documento%20General%20de%20la%20C%C3%A1mara%20Ene%202015.pdf

Cortes, J. (2015). *Inssa a la vanguardia del emprendimiento en Colombia*. Recuperado 17 de octubre de 2016, a partir de http://www.hostelvending.com/noticias/noticias.php?n=6777

Easycatalogo. (2016). *Caja-herramientas-Stanley-150-piezas.jpg (Imagen JPEG, 580 × 280 píxeles).* Recuperado 22 de octubre de 2016, a partir de http://easycatalogo.com/wp-content/uploads/2015/10/Caja-herramientas-Stanley-150-piezas.jpg

Elton, G. (2006). *Teoría de las Organizaciones*. Ediciones Umbral. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=2xu0n04hOSQC&pg=PA5&dq=teoria+de+las+organizaciones&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjCrsi-1NLPAhXHNx4KHcmdC68Q6AEIGjAA#v=onepage&q=teoria%20de%20las%20organizaciones&f=false

Garreta, J. (2003). *Ingeniería de proyectos informáticos, actividades y procedimientos*. Publicacions de la Universitat Jaume I. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=MXTI43ThoS4C&printsec=frontcover&dq=ingenieria+del+proyecto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiH8d31hpLOAhUQcCYKHcZdBwEQ6AEIJTAC#v=onepage&q=ingenieria%20del%20proyecto&f=false

Grimaldi, R. (2008). *Máquinas expendedoras el futuro*. Pearson Educación. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=lHqqjoR0b1YC&pg=PA328&dq=definicion+de+maquinas+expendedoras&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjV2_2xiMjKAhUGlR4KHdvIDp0Q6AEIIzAA#v=onepage&q=definicion%20de%20maquinas%20expendedoras&f=false

Hattam, C. (2010). *Máquinas expendedoras de cosméticos*. Recuperado 26 de enero de 2016, a partir de http://www.imujer.com/10349/maquinas-expendedoras-de-cosmeticos

Kotler, P. (2014). *Los efectos secundarios del maquillaje*. Recuperado 26 de enero de 2016, a partir de http://www.ehowenespanol.com/efectos-secundarios-del-maquillaje-lista_476204/

Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Dirección de marketing*. Pearson Educación. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=CoHT8SmJVDQC&pg=PA542&dq=definicion+de+productos+novedosos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjyzIuIi8jKAhXFrB4KHV0fCmsQ6AEIGjAA#v=onepage&q=definicion%20de%20productos%20novedosos&f=false

Le Breton, D. (2002). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Nueva visión. Recuperado a partir de https://programaddssrr.files.wordpress.com/2013/05/le-breton-david-antropologia-del-cuerpo-y-modernidad.pdf

Martini, M.., Chivot, M., & Peyrefitte, G. (2007). *Cosmetología*. Elsevier España. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=HM0Tl6T0lKkC&pg=PA1&dq=definicion+de+cosmeticos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjz38nkiMjKAhUI9h4KHTphCvsQ6AEIGjAA#v=onepage&q=definicion%20de%20cosmeticos&f=false

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). *Sociedad por acciones simplificada S.A.S*. Recuperado a partir de http://www.bancoldex.com/documentos/2180_Guia_SAS-web.pdf

Ospina, D. (2013). *Chocorramo, Coca-Cola y Nescafé dominan en expendedoras.* Recuperado 17 de octubre de 2016, a partir de http://www.larepublica.co/consumo/chocorramo-coca-cola-y-nescaf%C3%A9-dominan-en-expendedoras_48371

Ossa, J. (2016). *«Vending», modelo que se moderniza en Colombia*. Recuperado 17 de octubre de 2016, a partir de http://www.elcolombiano.com/negocios/maquinas-dispensadoras-se-modernizan-en-colombia-XL3805617

Ouchi, W. (2015). *La teoría Z.* Recuperado a partir de http://itsjr-electronica-ag.blogspot.com/2013/03/normal-0-21-false-false-false-es-mx-x_8.html

Palacios, M. (2013). A*ctitudes y percepciones sobre las fragancias de lujo, investigación en la comunidad.* Recuperado a partir de http://eprints.ucm.es/20875/1/T34403.pdf

Periódico El Tiempo. (2014). *Colombianas gastan $ 1.250 millones diarios en maquillaje - indicadores*. Recuperado 17 de octubre de 2016, a partir de http://www.eltiempo.com/economia/indicadores/lo-que-gastan-las-colombianas-en-maquillaje-/14613775

Procolombia. (2015). *Colombia el corazón de las oportunidades*. Recuperado a partir de http://www.procolombia.co/sites/default/files/Directorio%20expobelleza.pdf

Proexport Colombia. (2011). *Colombia el corazón de las oportunidades*. Recuperado a partir de http://www.procolombia.co/sites/default/files/Directorio%20expobelleza.pdf

Revista Dinero. (2015). *Industria de la belleza vislumbra un buen futuro en Colombia.* Recuperado 17 de octubre de 2016, a partir de http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/perspectiva-industria-belleza-colombia-2015/211931

Revista Dinero. (2016). *El lucrativo negocio de las máquinas dispensadoras tiene oportunidades en Colombia.* Recuperado 17 de octubre de 2016, a partir de http://www.dinero.com/empresas/articulo/mercado-de-las-maquinas-dispensadoras-tiene-oportunidades-en-colombia/223371

Revista El País. (2015). *Industria cosmética del Valle lidera exportaciones*. Recuperado 13 de julio de 2016, a partir de http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/industria-cosmetica-valle-lidera-exportaciones

Revista Mundo Vending. (2014). *La venta de máquinas vending se incrementa un 24% el último trimestre de 2014.* Recuperado 7 de octubre de 2016, a partir de http://www.revistamundovending.com/gestornoticias/tabid/99/articleType/ArticleView/articleId/2441/La-venta-de-maquinas-vending-se-incrementa-un-24-el-ultimo-trimestre-de-2014.aspx#.V_fiR8lcB81

Revista Portafolio. (2013). *Negocio de máquinas auto dispensadoras se encuentra en pleno crecimiento.* Recuperado 13 de julio de 2016, a partir de http://www.portafolio.co/economia/finanzas/negocio-maquinas-autodispensadoras-encuentra-pleno-crecimiento-431340

Robbins, S. (2005). *Administración de emprendedores*. Pearson Educación. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=oVHlFmFi_ToC&pg=PA453&dq=definicion+de+cualidades+iemprendedores&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj9yMz9icjKAhUF6x4

KHQSpApYQ6AEIGjAA#v=onepage&q=definicion%20de%20cualidades%20iemprendedores&f=false

Officeclass. (2016). *Sillas-secretariales-Monterrey.jpg (Imagen JPEG, 999 × 654 píxeles) - Escalado (62 %).* Recuperado 22 de octubre de 2016, a partir de http://www.officeclass.com/images/colecciones/sillas-operativas/sillas-secretariales-Monterrey.jpg

Triviño, J., & Paredes, C. (2009). *Plan estratégico de marketing para la introducción al mercado guayaquileño de máquinas expendedoras de café*. Recuperado a partir de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7934/1/D-38663.pdf

Trujillo, O. (2012). *Las once sustancias químicas a eliminar de la industria* textil. Recuperado 11 de octubre de 2016, a partir de http://www.greenpeace.org/mexico/es/Campanas/Toxicos/Contaminacion-de-nuestros-rios/Detox/Las-once-sustancias-quimicas-a-eliminar/

Zaragoza, W. R. (2007). *Estética y diseño*. Universidad de Salamanca. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=UNjF95Y8Yr4C&pg=PA83&dq=definicion+de+estetica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi08ujFisjKAhUK0h4KHXO9AfAQ6AEIGjAA#v=onepage&q=definicion%20de%20estetica&f=false