

Productos de Limpieza AMA

**Estudio De Viabilidad Para La Implementación De La Empresa Productos de
Limpieza AMA**

Daniel Mauricio Torres Montoya

Institución Universitaria Latina UNILATINA, Finanzas y Negocios Internacionales

A.F. Samary Andrea Rodríguez

Octubre 2022

Productos de Limpieza AMA

Nota De Aceptación

Jurado 1

Jurado 2

Jurado 3

Productos de Limpieza AMA

Dedicatoria

A Dios. Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor

A mi Familia por siempre acompañarme en los momentos difíciles y brindarme su apoyo para poder superarlos

Productos de Limpieza AMA***Resumen***

La empresa que encontrará a continuación se dedica a la producción y venta de todo tipo de productos de aseo y desinfección tanto de superficies como de temas de higiene, se encuentran productos como alcohol, gel antibacterial, jabones, desinfectantes, aromatizantes, entre otros.

Se desarrolla con base en la satisfacción de un tema que se volvió una necesidad debido a la pandemia principalmente, donde lo primordial es estar en ambientes limpios y seguros, sanitariamente hablando, para poder realizar las actividades diarias sin ninguna preocupación y sobre todo con una experiencia agradable basada en la calidad de los productos.

Palabras clave: Aseo, Necesidades, limpios, jabones, calidad.

Abstract

The company that you will find below is dedicated to the production and sale of all types of cleaning and disinfection products for both surfaces and hygiene issues, there are products such as alcohol, antibacterial gel, soaps, disinfectants, flavorings, among others.

It is developed based on the satisfaction of an issue that became a necessity mainly due to the pandemic, where the main thing is to be in clean and safe environments, healthily speaking, to be able to carry out daily activities without any concern and above all with an experience nice based on the quality of the products.

Productos de Limpieza AMA

Tabla de contenido

1. De la idea del Producto o Servicio

1.1. Motivación y sensibilización hacia la idea de empresa

1.2. El promotor o promotores

1.2.1. Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar.

1.2.2. Factores sociales: la familia, los estudios, la experiencia

1.2.3. Factores económicos

1.2.4. Factores tecnológicos

1.3. Análisis de las ideas preliminares

1.3.1. Ventajas

1.3.2. Desventaja

1.3.3. Conocimiento y experiencias

1.3.4. Justificación de la idea

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

1.4.2. Objetivos Específicos

1.5. Identificación del bien, de los productos o servicios que serán el objeto de la actividad económica a desarrollar

1.6. Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios

2. Estudio General del Bien o Servicio a Desarrollar

2.1. Antecedentes

2.2. Análisis DOFA

Productos de Limpieza AMA

2.3. Reseña de su evolución: Origen, Usos, Competencia, sustitución, complementariedad

2.4. Evaluación Natural del Entorno

2.4.1. Factores Políticos y legales

2.4.2. Factores Económicos

2.4.3. Factores Sociales y demográficos

2.5. Análisis de Riesgos.

3. El Mercado

3.1. Estudio del mercado

3.2. Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán

3.3. Nombres, marcas, logotipos, emblemas, slogan de la empresa

3.4. Definición y descripción

3.4.1. Misión

3.4.2. Visión

3.4.3. Objetivo general

3.4.4. Objetivos Específicos

3.5. Usos y usuarios: definición de la clientela potencial

3.6. Factores de competencia

3.7. Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico

3.8. Proveedores internos y externos

3.9. Estacionalidad del mercado

3.10. *Poder de compra*

3.11. *Rango de precios o tarifas*

3.12. *Comportamiento de la clientela*

Productos de Limpieza AMA

3.13. *Ciclo de vida del producto*

3.14. *Zonas o áreas potenciales del mercado*

4. Plan de Mercadeo

4.1. *Tipología del mercado*

4.2. *Diferenciación del producto o servicio*

4.3. *Políticas de precios o tarifas*

4.4. *Estrategias de ventas*

4.5. *Distribución y mercadeo, promoción y publicidad*

4.5.1. *Producto*

4.5.2. *Precio*

4.5.3. *Plaza*

4.5.4. *Promoción.*

5. Aspectos Técnicos y Financieros

5.1. *Estudio técnico del proyecto*

5.2. *Requerimientos Técnicos, tecnológicos y científicos*

5.3. *Planes generales*

5.4. *Mano de Obra Directa*

5.5. *Localización de la Planta o actividad económica*

5.6. *Precisión de Inversiones y Gastos iniciales.*

6. Aspectos Legales y Organizativos

6.1. *Plan Económico y Financiero*

6.1.1. *Gastos preoperativos*

6.1.2. *Gastos generales*

Productos de Limpieza AMA

6.1.3. Inversiones iniciales

6.1.4. Costos directos

6.1.4.1. Plan financiero

6.1.4.2. Tesorería previsional y flujo de caja

6.1.4.3. PYG previsional

6.1.4.4. Factibilidad financiera

6.1.4.5. Criterios de evaluación TIR VAN

6.1.4.6. Análisis de sensibilidad

6.1.4.7. Consideraciones sobre el impacto ambiental

6.1.4.8. Introducción al mapa de riesgos

6.1.4.9. Solicitud de crédito para creadores de empresa

6.2. Definición de la Forma Jurídica de la Empresa

6.2.1. Factores para determinar el tipo de persona jurídica

6.2.2. Estímulos, subvenciones, apoyos a la creación de empresa y el empleo régimen fiscal y reglamentación de la actividad

6.2.3. Criterios para establecer el marco legal

6.2.4. Promotores socios e inversionistas

6.2.5. Formación del capital

6.2.6. Riesgo patrimonial

6.2.7. Estrategias de crecimiento

6.2.8. Procedimiento para la legalización

6.2.8.1. Requisitos y documentos

6.2.8.2. De las personas

6.2.8.3. De los contenidos

Productos de Limpieza AMA

7. Promoción Financiación y Operación

7.1. Recursos Financieros

7.1.1. Recursos propios Vs inversionistas

7.1.2. Créditos y préstamos: Apalancamiento financiero

7.1.3. Fuentes de subvenciones ayudas y fondos sucursales

7.1.4. Identificación de fuentes de cooperación

7.2. Plan pre operativo – Puesta en marcha de la empresa

7.2.1. Cronograma de actividades

7.2.2. Recursos físicos, humanos, técnicos y financieros iniciales

7.2.3. Lienzo CANVAS

8. Conclusiones

9. Referencias Bibliográficas

Productos de Limpieza AMA

Lista de Tablas

Tabla 1 Evaluación del Entorno	23
Tabla 2 Análisis del Sector	24
Tabla 3 Segmentación del Mercado	27
Tabla 4 Clientela Potencial	29
Tabla 5 Lista de Productos.....	29
Tabla 6 Producción por Trabajador	29
Tabla 7 Factores de Competencia	32
Tabla 8 Propuesta de Valor	34
Tabla 9 Proveedores.....	36
Tabla 10 Rango de Precios.....	37
Tabla 11 Precio	42
Tabla 12 Requerimientos	48
Tabla 13 Planes Generales.....	49
Tabla 14 Mano de Obra.....	50
Tabla 15 Parafiscales	50
Tabla 16 Gastos iniciales.....	52
Tabla 17 Gastos Generales	53
Tabla 18 Desengrasante	54
Tabla 19 Jabón para loza	55
Tabla 20 Jabón para manos	56
Tabla 21 Jabón para ropa	57
Tabla 22 Hipoclorito	58

Productos de Limpieza AMA

Tabla 23 Inversiones Iniciales	59
Tabla 24 Plan Financiero	60
Tabla 25 Flujo de Caja.....	61
Tabla 26 PYG	62
Tabla 27 Criterios de evaluación	63
Tabla 28 Cronograma de Actividades	75

Productos de Limpieza AMA**Lista de Ilustraciones**

Ilustración 1 Logo	27
2 Eslogan	27
3 Ciclo de Vida del Prodcuto.....	38
4 Tarjeta de Presentación.....	44
5 Facebook	44
6 Instagram	44
7 Localización de la Planta.....	51
8 Localización de la Planta 2.....	51
9 Requisitos y Documentos	69
10 Registro Rúes.....	70
11 Homonimia.....	72
12 Lienzo CANVAS	76

Productos de Limpieza AMA**Introducción**

A continuación, encontrará el desarrollo de la empresa de productos de aseo AMA, desde la idea del proyecto hasta la creación de la empresa, especificando los objetivos, la justificación, las necesidades que resuelve, entre otros temas. Todo esto analizado desde varios factores y/o sectores de la vida en general, para poder sacar los beneficios y trabajar sobre las debilidades que se pueden encontrar en cada uno.

Productos de Limpieza AMA**Problema**

Hoy en día la limpieza y la desinfección se ha vuelto una de las primeras necesidades debido a las circunstancias que estamos pasando, es por eso que se necesitan productos que estén a la altura de lo que las personas necesitan. Siempre se ha visto que se invierte en un producto para X o Y actividad y el no cumple con las expectativas deseadas, por lo que las personas están en una búsqueda constante de productos de alta calidad. Acá también juega un papel muy importante el precio, ya que como se comentaba anteriormente es una necesidad mantener aseado los espacios donde convivimos diariamente; esto significa adquirirlos seguidamente, por lo que lo ideal es que sean económicos.

Productos de Limpieza AMA**CAPITULO I****1. De la idea del Producto o Servicio****1.1. Motivación y sensibilización hacia la idea de empresa**

Esta empresa nace de la necesidad de la limpieza, pero sin que sea un trabajo muy desgastante. Se ve normalmente que el aseo de los hogares principalmente, se dificulta porque los productos que se utilizan no cumplen en su totalidad con lo que necesitamos, o los encontramos en un precio muy elevado, es aquí donde se centra la idea de la empresa, ofrecer productos con los requerimientos necesarios y con la mejor relación costo-beneficio.

1.2. El promotor o promotores

1.2.1. Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar.

DOFA PERSONAL

Debilidades	Oportunidades
Conocimientos	Aprendizaje
Organización	Ayudas económicas
Creatividad	Programas gubernamentales

Productos de Limpieza AMA

Fortalezas	Amenazas
Constancia	Competencia
Liderazgo	Aumento de precios
Buen aprendizaje	Falta de capacitación

1.3. Análisis de las ideas preliminares**1.3.1. Ventajas**

hoy en día hay grandes ventajas para poder implementar la idea de empresa o de estructurarla de una mejor manera, una de ellas y la más importante para mí, es el fácil acceso a la información de los diferentes aspectos que se necesiten investigar para llevar a cabo alguna operación. Otra de las ventajas más importantes son las ayudas que el gobierno y otras entidades están ofreciendo para impulsar los emprendimientos, donde los requerimientos para acceder a ellos son relativamente sencillos.

1.3.2. Desventajas

claramente la experiencia juega un papel importante en este proceso, debido a que se van a presentar situaciones donde no vamos a tener una guía para saber qué hacer y muchas veces habrá que tomar una decisión basada en los impulsos y que puede ser negativa. Otra de las desventajas es el desarrollo económico que está

Productos de Limpieza AMA

teniendo el país, ya que es un momento donde muchas personas no pueden contar con la capacidad de adquirir los productos o servicios que se ofrecen, o tal vez no de la manera que esperamos.

1.3.3. Conocimientos y Experiencias

Al ser un emprendimiento nuevo, no se tiene una experiencia real de todas las actividades que este incluya, por lo que todos los conocimientos serán adquiridos acorde se vaya avanzando en el proceso que requiere desarrollar la idea en un ámbito real.

1.4. Justificación de la idea

Hoy en día el aseo no solo de los hogares, sino también de los establecimientos donde ejercemos actividades diarias se ha vuelto una prioridad debido a la situación que estamos afrontando. Es por eso que se busca realizarlo de la mejor manera y en lo posible utilizar la menor cantidad de recursos, económicamente hablando, para ello. Básicamente buscamos excelentes productos para la limpieza a un precio accesible ya que es una actividad que se realiza seguidamente.

Productos de Limpieza AMA**1.5. Objetivos****1.5.1. Objetivo General**

Realizar el estudio de la viabilidad que tendrá la implementación y desarrollo de una empresa de productos de aseo para el hogar en la localidad de Engativá.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Adquirir los conocimientos relacionados con el emprendimiento y establecer estrategias y procesos para implementar en el ejercicio real.
- Identificar porque la necesidad planteada no se está supliendo de la mejor manera y así tener un mayor enfoque para solucionarla de mejor manera.

1.6. Identificación del bien, de los productos o servicios que serán el objeto de la actividad económica a desarrollar

Empresa de productos de aseo donde se garantice la calidad, pureza y aroma de los productos fabricados, tales como jabón para manos, ropa, loza, ropa color, alcohol, gel antibacterial entre otros, además de productos para asaderos, restaurantes, talleres automotrices y lavaderos de carros.

1.7. Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios

Entre los proyectos complementarios están, estructurar bien la empresa para así poder implementar los conocimientos adquiridos y así mismo tener un mejor funcionamiento. Además, realizar un análisis más detallado y profesional de todos los temas y/o aspectos que se requieren para competir en el mundo profesional.

Productos de Limpieza AMA**2. Estudio General del Bien o Servicio a Desarrollar****2.1. Antecedentes**

En los últimos años la comercialización de los productos para el aseo ha venido incrementándose, incluso antes de que empezara la pandemia, algo que notablemente elevó la producción y el consumo de estos productos; ya que se ha convertido en una necesidad tanto para hogares, empresas y colegios.

Es así donde uno de los principales proyectos a tener en cuenta es “ASHOGAR”. Este emprendimiento inicia en 2017 donde Stefany Forero, estudiante de comunicación social y periodismos; decide desarrollar una línea completa de productos de aseo biodegradables los cuales ayudan al cuidado de los recursos hídricos, promoviendo y fortaleciendo los hábitos de aseo de los consumidores.

Además de esto ofrece una asesoría acerca del uso de los productos y cuenta con un punto de biocarga, el cual está ubicado en el barrio ciudadela Colsubsidio en la Cra.112g#86b-25 en Bogotá.

Productos de Limpieza AMA**2.2. Análisis DOFA**

Debilidades Conocimientos Organización Creatividad	Oportunidades Aprendizaje Ayudas económicas Programas gubernamentales
Fortalezas Constancia Liderazgo Buen aprendizaje	Amenazas Competencia Aumento de precios Falta de capacitación

Productos de Limpieza AMA

2.3. Reseña de su evolución: Origen, Usos, Competencia, sustitución, complementariedad

Esta idea de negocio surge de la necesidad de limpieza de los ambientes en los cuales realizamos actividades diariamente, donde su propósito es lograr el mayor aseo de los mismos, con productos a un precio accesible para desarrollarlo la mayor cantidad de veces posibles. Los productos serán destinados para el desarrollo de la actividad del aseo tanto de los hogares como de los locales comerciales, los cuales vendrán con su respectiva etiqueta donde se evidencian sus diferentes usos, precauciones y especificaciones.

2.4. Evaluación Natural del Entorno

SECTOR POLÍTICO	Según la resolución 2827 de 2006 por la cual se por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental establecen los parámetros que deben cumplir ciertos establecimientos, dentro de ellos los productos que implementaran para el desarrollo de sus actividades.
SECTOR ECONÓMICO	Debido a que la limpieza por temas de pandemia se ha vuelto más una necesidad que una simple tarea, muchas,

Productos de Limpieza AMA

	<p>sino todas las personas casi que estan en la situación de limpiar y desinfectar su hogar. También hay que tener en cuenta que la economía se sigue reactivando por lo que muchas personas solo pueden comprar lo necesario, por lo que se realizará un combo de productos accesibles principalmente para el público objetivo</p>
<p>SECTOR SOCIAL</p>	<p>De la mano con el sector económico, la limpieza ahora con la coyuntura que estamos viviendo y que probablemente seguirá, las personas estan más centradas a cuidarse y a cuidar a los suyos, por lo que será un punto a favor esta necesidad</p>
<p>SECTOR TECNOLÓGICO</p>	<p>Inicialmente lo tecnológico se implementará principalmente para los temas de mercadeo y publicidad donde se dará una gran importancia, para que se puedan dar resultados positivos como se espera. Además, en lo tecnológico encontraremos las diferentes máquinas para la elaboración del producto (batidoras y grameras)</p>
<p>SECTOR LEGAL</p>	<p>En temas legales se debe tener la certificación del Invima NSO (notificación sanitaria obligatoria) la cual avala los procesos de los productos, además de que cada uno deberá llevar su respectiva etiqueta con los usos,</p>

Productos de Limpieza AMA

	especificaciones, riegos y su hoja de seguridad elaborada y/o avalada por un Químico profesional
--	--

*Tabla 1 Evaluación del Entorno***2.5. Análisis de Riesgos.**

Entre los principales riesgos se encuentran la escasez de los diferentes insumos con los que se preparan los productos, ya que esto puede traer dos grandes consecuencias. La primera es la demora en la elaboración de los pedidos a falta de los insumos. La segunda es el aumento a los precios de venta, lo cual, como se ha visto en ocasiones, hará que disminuya la cantidad de clientes que los adquieren.

Otro de los riesgos que pueden afectar la empresa se encuentra en el tema sanitario, con esto se hace referencia a que cuando la emergencia que aún se está viviendo hoy en día termine, puede que las personas dejen de priorizar el cuidado y desinfección de sus hogares y espacios donde conviven diariamente.

Productos de Limpieza AMA

CAPITULO II

3. El Mercado

3.1. Estudio del mercado

Tanto los hogares como negocios y colegios, se puede decir que día a día necesitan estar limpios, pero no solo ellos, tambien los que están dentro de ellos, es por eso que además de los ambientadores; tambien es necesario tener jabón para losa, manos, ropa, alcohol, gel antibacterial entre otros. Aunque, así como se mencionó, es algo que se utiliza casi diariamente, por lo que lo ideal es tener diferentes presentaciones acordes a lo que necesitemos realizar.

SECTOR	DESCRIPCIÓN	RELACIÓN
Villa Amalia-Engativá	El punto de acceso a los productos estará ubicado en el barrio Villa Amalia de la localidad de Engativá el cual tiene una ubicación estratégica en cuanto al acceso de las diferentes vías principales tanto para la llegada de los clientes como para las rutas de entrega de los domicilios que serán el punto fuerte de la empresa	Será el punto de fabricación de los productos incluido su punto de venta y oficina para los temas legales y publicitarios de la empresa

Tabla 2 Análisis del Sector

Productos de Limpieza AMA



SEGMENTACION DEL MERCADO	
ASPECTOS GEOGRÁFICOS	
País	Colombia
Ciudad	Bogotá
Localidades	Engativá, Fontibón, Chapinero, Puente Aranda.
Tamaño de la ciudad o área estadística metropolitana	1775 km ²
Población	7.181.569 habitantes
Clima	Cálido
ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	

Productos de Limpieza AMA

Ingresos	Entre 700.000 y 3.000.000
Edad	Entre 25 a 55 años
Genero	Femenino
Ciclo de vida familiar	Nido vacío I, soltería, Nido completo
Tamaño familiar	3 a 6 personas
Clase social	Trabajadora
Escolaridad	Bachilleres y/o Universitarios
Ocupación	Amas de casa
Origen étnico	Hispanohablantes
ASPECTOS PSICOGRÁFICOS	
Personalidad	Personas centradas en la limpieza del hogar y el orden
Estilo de vida	Activos y saludables
Valores	Respetuosos, amables, cuidadosos
ASPECTOS CONDUCTUALES	
Beneficios deseados	Limpieza sin mucho esfuerzo
Tipo de conducta	Personas rígidas, estructuradas y que se adaptan a las situaciones
Frecuencia de uso	Cada 3 días
Etapa de preparación	
Actitud hacia el producto	Actitud motivadora, donde mediante los productos no se genere un malestar o un rechazo hacia las actividades de limpieza y aseo.

Productos de Limpieza AMA*Tabla 3 Segmentación del Mercado***3.2. Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán**

Los principales bienes complementarios son los de la competencia, ya que al ser productos de primera necesidad no es muy común o muy fácil sustituirlos, sin embargo, algunos de ellos como los ambientadores, podemos encontrar las velas aromáticas e inciensos.

3.3. Nombres, marcas, logotipos, emblemas, slogan de la empresa

Nombre: AMA Productos de Limpieza

*Ilustración 1 Logo*

Emblemas: entre los emblemas encontraremos la naturaleza, y los envases donde vendrán los productos.

Eslogan: limpieza bienestar y una gran experiencia, todo esto en productos
AMA

Limpieza, bienestar y una gran experiencia, todo

2 Eslogan

Productos de Limpieza AMA**3.4. Definición y Descripción**

3.4.1. Misión: Satisfacer las necesidades de nuevos productos más amigables con el medio ambiente, con una calidad más alta debido a la pureza de sus insumos y buscando dar una mejor experiencia a los hogares y empresas que los utilicen.

3.4.2. Visión: productos AMA espera posicionarse como una de las marcas competitivas en el mercado de productos de limpieza para así, llegar a todo el territorio nacional y hacer que todas las personas que utilicen estos productos disfruten de la mejor experiencia y calidad que ofrecemos.

3.4.3. Objetivo General

Facilitar la limpieza de los espacios del hogar mediante productos con una gran calidad y a un costo menor del que se encuentra normalmente para realizar en estas actividades.

3.4.4. Objetivos Específicos

- Generar experiencias más agradables en las actividades de aseo domésticas, donde los productos no solo van a satisfacer la necesidad, sino que también, darán un plus adicional.
- Cambiar la perspectiva que se tiene de que la limpieza es una tarea ardua, implementando productos que gracias a sus excelentes ingredientes facilitan esta tarea.

Productos de Limpieza AMA

3.5. Usos y usuarios: definición de la clientela potencial

Población total	100%	7.181.569
Población Potencial	70%	4.668.020
Población Objetivo	30%	933.604

Tabla 4 Clientela Potencial

PRODUCTO	MERCADO POTENCIAL CLIENTES	CONSUMO ANUAL PERCAPITA	VENTA UNIDADES AÑO 1	PARTICIPACION % MERCADO OBJETIVO
Desengrasante	713.528	30	2.200	0,010%
Jabón para loza	713.528	40	2.200	0,008%
Jabón para manos	713.528	40	2.200	0,008%
Jabón para ropa	713.528	35	2.200	0,009%
Aromatizante	713.528	35	2.200	0,009%
Hipoclorito	713.528	40	1.500	0,005%
Total			12.500	

Tabla 5 Lista de Productos.

Producción diaria por operario	Horas trabajadas al día	Horas hombre
200	8	25
200	8	25

Tabla 6 Producción por Trabajador

Productos de Limpieza AMA

Encuesta

¿Qué es lo primero en que se fija cuando va a comprar un jabón para la loza?

- Precio
- Marca
- Tamaño
- Otro: _____

¿Se daría la oportunidad de probar nuevas marcas en productos de productos para la limpieza del hogar?

- Sí
- No
- Tal vez

Describe brevemente el proceso de compra de los productos de limpieza de su hogar

Tu respuesta _____

¿Qué hace cuando un producto adquirido no cumple con sus expectativas?

Tu respuesta _____

Enviar

[Borrar formulario](#)

¿Qué es lo primero en que se fija cuando va a comprar un jabón para las manos?

- Precio
- Tamaño
- Marca
- Olor
- Otro: _____

Productos de Limpieza AMA

¿Qué es lo primero en que se fija cuando va a comprar un jabón para la ropa?

- Precio
- Tamaño
- Marca
- Otro: _____

¿Qué tan importante es para usted el precio al momento de comprar productos de aseo?

- Muy importante
- Importante
- Soy indiferente

3.6. Factores de Competencia

COMPETIDORES DIRECTOS		
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO
PYG		LAVANDERIA Y LIMPIEZA JABONES AMBIENTADORES
ARIEL		Detergentes en polvo Detergentes líquidos

Productos de Limpieza AMA

COMPETIDORES INDIRECTOS		
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO
XINÚ		Velas aromáticas
NIHLO		Humidificadores

Tabla 7 Factores de Competencia

Ventajas: los competidores directos e indirectos ya tienen más experiencia en el tema de las estrategias hacia el consumidor, tiene ciertos patrones de consumo establecidos para

Productos de Limpieza AMA

asi orientar principalmente sus campañas de publicidad hacia ellos. Además de tener una facilidad y/o beneficios en el tema de la consecución de las materias primas y los insumos.

Desventajas: se ha visto que las empresas pierden la relación que se tiene con los clientes, es ahí donde muchos de ellos no ven rentable un producto, porque no se centran hacia las necesidades que ellos tienen, por lo que directamente no se compraran algunos productos.

Productos Sustitutos

- Velas Aromáticas
- Losa desechable
- Lavanderías

Productos de Limpieza AMA

¿Identifica la propuesta de valor que tienen los competidores?

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?	Experiencia agradable y fácil al realizar la limpieza.
¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar?	Desaprovechamiento de los productos al tener que utilizar demasiado para que funcione.
¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?	Adquirir productos para el aseo que sean eficaces y que su precio sea accesible para poder realizarlo seguido
¿Qué espera el cliente, para superarle las expectativas?	Facilidad para las labores de limpieza, los mejores productos para el cuidado de su familia y de su entorno.

Tabla 8 Propuesta de Valor

3.7. Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico – Proveedores internos y externos

Productos de Limpieza AMA

RAZON SOCIAL	AMA Productos de Limpieza SAS
NOMBRE PRODUCTO	
COSTO PRODUCTO PROMEDIO	\$15.000
LUGAR ORIGEN	Bogotá
LUGAR COMERCIALIZACION	Bogotá
RECOMENDACIONES	

3.8. Proveedores internos y externos

PROVEEDOR	CARACTERISTICAS	IMAGEN
QUIMICERAS S.A.S	Materias primas industriales Mejoramiento, optimización y formulación de productos de mantenimiento de pisos	
CIACOMEQ S.A.S	Lideres en la comercialización de materias primas en diferentes sectores como Aseo, Mantenimiento, Textiles, Cosméticos, Construcción, etc.	
COLFOPLAS S.A.	Empresa con 19 años de experiencia en el mercado. Dedicada a la fabricación de	 COLFOPLAS S.A

Productos de Limpieza AMA

	<p>envases y tapas plásticas, siendo factor importante en la solución de las necesidades de nuestros clientes que vela por el mejoramiento continuo de calidad, atención, servicio y por la preservación del medio ambiente.</p>	
--	--	--

Tabla 9 Proveedores

3.9. Estacionalidad del mercado

El canal principal de comercialización serán las redes y la página web de la empresa, ya que por ellas se contactará al cliente y se le brindará la información de una forma más personalizada acorde a la necesidad que este tenga.

3.10. Poder de compra

Los clientes potenciales tienen un poder de compra bastante alto con respecto a los productos, ya que no se ofrecen a un precio alto y esto influye en la estrategia realizada para la segmentación, estableciendo que todos pueden adquirir mínimo un producto de los que van a ofrecerse.

Productos de Limpieza AMA

3.11. Rango de precios o tarifas

ELECCION DE PRECIO	Se obtuvo por los resultados y estrategias frente a las encuestas y competencias esto nos llevó a conocer el costo del producto el cual nos sirvió como conducto para la fijación de precio.
AMBIENTE DE COMPETENCIA	Analizamos la competencia, en donde encontramos como principales competidores a las entidades mencionadas anteriormente, como resultado se obtuvo que el precio promedio de los principales productos de aseo es de \$ 30.000
DEMANDA	Por medio de la encuesta y de las ventas directas, investigamos y analizamos que los clientes están dispuestos a pagar entre \$8.000 y \$30.000 por cada unidad.
COSTOS	Se hizo la proyección de los costos a través de la materia prima, la mano de obra, el domicilio y el empaque para concluir el precio de \$20.000

Tabla 10 Rango de Precios

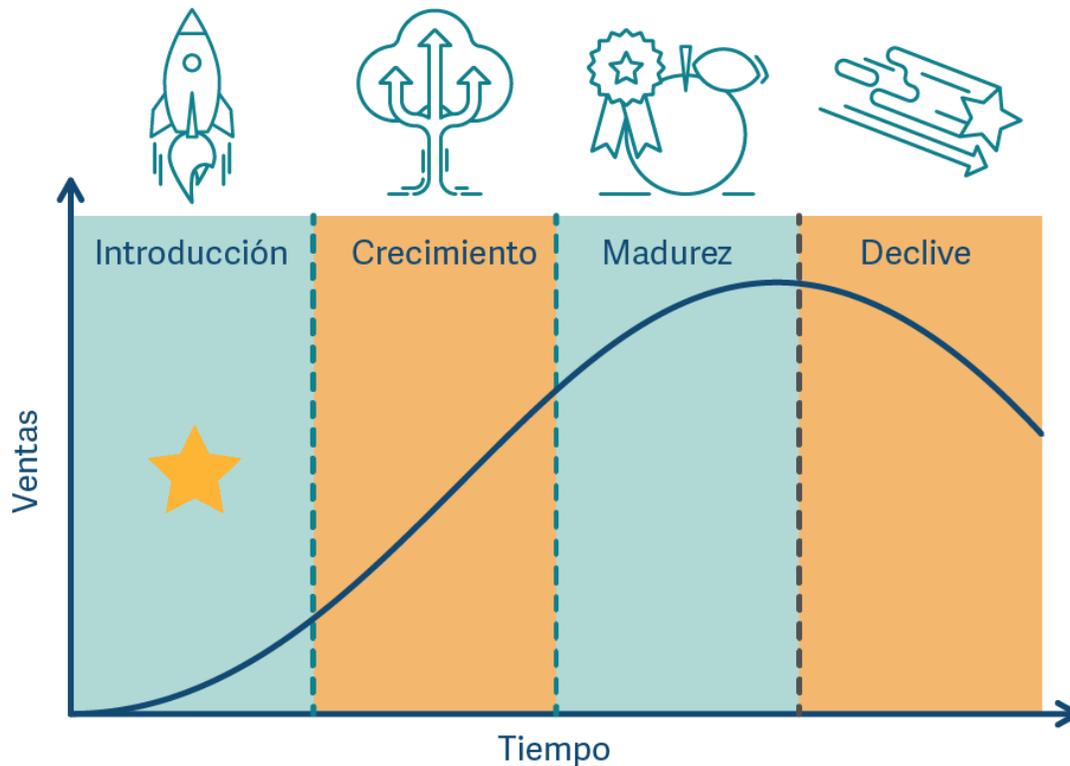
3.12. Comportamiento de la clientela

Los clientes inicialmente se presentan con un poco de desconfianza debido a que no conocen los productos y no tienen mucha relación con ellos, pero luego de que los utilizan se dan cuenta de que son muy buenos y van acorde a la propuesta de valor de la empresa, con esto se logra una fidelización del cliente que luego, por sus características y sus precios los siguen adquiriendo.

Productos de Limpieza AMA

3.13. Ciclo de vida del producto

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



3 Ciclo de Vida del Prodcuto

3.14. Zonas o áreas potenciales del mercado

La principal zona potencial de mercado se encuentra en la localidad de Engativá, principalmente en los barrios de Villa Amalia, Villas de Granada, Villa Gladys, Villas del Dorado, Cortijo, Engativá Pueblo, La Riviera, El muelle, La Faena y Plazuelas del Virrey. Esto debido a la cercanía que se puede presentar con los clientes y a la rapidez que se presenta en todos los temas relacionados antes mediante y después de la compra.

Productos de Limpieza AMA**4. Plan de Mercadeo****4.1. Tipología del mercado**

Según las variables analizadas ya la tipología de mercados investigadas, la empresa se encuentra dentro del mercado de los consumidores. Esto es, debido a que se encuentra inmersa dentro de un ambiente donde las personas y/o consumidores buscan adquirir los bienes que se venden en el mercado para suplir una necesidad.

4.2. Diferenciación del producto o servicio

La principal diferencia se encuentra dentro de las facilidades que se le dan al cliente para que siempre tenga la opción de escoger. Esto es, presentar los productos en diferentes tamaños acorde a lo que necesite, además de que se asegura la eficiencia debido a la alta calidad de los insumos que se utilizan para su producción, algo que hoy en día es difícil de conseguir.

4.3. Políticas de precios o tarifas

Se maneja una política de precios fijos, ya que estos se clasifican en dos grupos. Se manejan precios para clientes y precios para empresas, la diferencia esta en la cantidad que lleven. Los precios para empresa son mas bajos debido a que se manejan productos en mayor cantidad.

Productos de Limpieza AMA

4.4. Estrategias de Ventas

Tarjeta presentación

Página web

Instagram

4.5. Distribución y Mercadeo, promoción y Publicidad

4.5.1. Producto

	<p>PRODUCTOS QUÍMICOS PANAMERICANOS S.A FICHA TÉCNICA GEL ANTIBACTERIAL PQP PROFESIONAL</p>	<p>FT-CC-572 Versión 1 Fecha: enero 2020 Página 1 de 1</p>														
<p>1. ASPECTOS GENERALES</p> <p>PROPIEDADES:</p> <p>Gel antibacterial con activos antimicrobiales diseñado para la desinfección de las manos y antebrazos.</p> <p>La desinfección de las manos es muy importante para la realización de actividades seguras e inocuas, esto es posible gracias al componente antibacterial, además sus agentes humectantes brindan suavidad y dejan la piel con una agradable sensación de limpieza.</p> <p>CONTENIDO NETO: 4 y 20 Litros.</p> <p>USOS:</p> <p>El gel antibacterial está diseñado para ser usado como agente erradicar de microorganismos en la superficie dérmica de la piel y antebrazos, su uso está avalado en:</p> <p>Consultorios médicos y odontológicos, industrias, colegios, restaurantes, sector hospitalario, industria de alimentos y demás instituciones.</p> <p>Instrucciones de uso:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplique sobre la piel seca de 3 mL a 5 mL de Gel antibacterial. 2. Frotar las manos hasta evaporar el producto. 3. Deje secar. 4. No necesita enjuague. <p>Nota. El gel antibacterial no sustituye el jabón desinfectante. Las manos deben ser lavadas con jabón antibacterial antes iniciar las actividades de limpieza, esto garantiza una limpieza completa y segura.</p>	<p>Antiséptico. Elimina el 99,9% de bacterias. Desinfecta y humecta.</p> <p>2. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS (Propiedades físico-químicas y/o microbiológicas)</p> <table border="1" data-bbox="626 873 867 1003"> <thead> <tr> <th>PROPIEDADES</th> <th>VALOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Apariencia</td> <td>Gel con partículas en suspensión</td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td>Traslucido</td> </tr> <tr> <td>Olor</td> <td>Característico</td> </tr> <tr> <td>pH (Directo)</td> <td>6.0 a 8.0</td> </tr> <tr> <td>Densidad (25°C)</td> <td>0.95 – 1.05 g/mL</td> </tr> <tr> <td>Viscosidad @ 25°C (Cps)</td> <td>2000 – 4000 cps</td> </tr> </tbody> </table>	PROPIEDADES	VALOR	Apariencia	Gel con partículas en suspensión	Color	Traslucido	Olor	Característico	pH (Directo)	6.0 a 8.0	Densidad (25°C)	0.95 – 1.05 g/mL	Viscosidad @ 25°C (Cps)	2000 – 4000 cps	<p>3. RECOMENDACIONES Y/O PRECAUCIONES PARA EL USO:</p> <p>Puede ser nocivo en caso de inhalación. Puede provocar irritación cutánea y reacción alérgica en la piel e irritar las vías respiratorias. Puede provocar o agravar un incendio.</p> <p>Mantener fuera del alcance de los niños y mascotas. Leer la etiqueta antes del uso.</p>
PROPIEDADES	VALOR															
Apariencia	Gel con partículas en suspensión															
Color	Traslucido															
Olor	Característico															
pH (Directo)	6.0 a 8.0															
Densidad (25°C)	0.95 – 1.05 g/mL															
Viscosidad @ 25°C (Cps)	2000 – 4000 cps															
<p>BONDADES Y/O VENTAJAS DEL PRODUCTO:</p> <p>Elimina el 99,9% de microorganismos tales como: Escherichia coli, Staphylococcus aureus, Pseudomonas aeruginosa, Salmonella, Candida albicans y aspergillus brasiliensis.</p> <p>BENEFICIOS:</p> <p>Manos sanitizadas. Especial para sanitización de las manos. Manos libres de bacterias. Desinfección para su piel en un solo paso. Manos limpias. Limpieza segura para sus manos. Producto suave con sus manos. Higiene para sus manos. Antibacterial. Producto antibacterial. Con agentes antibacteriales. Desinfección en un instante. Suavidad. Humectación y protección. Contiene agentes humectantes.</p>	<p>4. EMPAQUE Y TRANSPORTE</p> <p>UN: No clasificado como sustancia peligrosa. No es un producto peligroso en condiciones normales de transporte.</p>	<p>5. ALMACENAMIENTO</p> <p>Almacenar en un lugar seco, fresco y ventilado en su envase original y debidamente cerrado, sin exposición directa a la luz solar o temperaturas extremas que alteren la apariencia o desempeño del producto. Los productos deben permanecer alejados del fuego o fuentes de ignición.</p>														
	<p>6. DATOS DEL FABRICANTE:</p> <p>Este producto es fabricado y comercializado por productos Químicos Panamericanos S.A, Planta:</p> <p>Km 22 Autopista Norte - Girardota -Colombia.</p> <p>7. NOTIFICACIÓN OBLIGATORIA:</p> <p>SANITARIA</p> <p>NSO: NSOC98102-20CO</p>															

Productos de Limpieza AMA

FICHA DE SEGURIDAD ALCOHOL ANTISEPTICO

SECCION 1. Información del producto	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	ALCOHOL ANTISEPTICO 70'
PRESENTACIÓN:	375ml, 500ml, 750ml, 1.000ml, 2.000ml, 5.000ml, 20.000ml
NOMBRE DE LA EMPRESA:	INDUSTRIA DE LICORES GLOBAL-LICORSA SA
DIRECCIÓN:	CRA 7 23-05 SUR ZONA INDUSTRIAL. NEIVA
TELEFONO DE LA EMPRESA:	3133932222
CORREO ELECTRONICO :	Gerencia.llicorsa@gmail.com
TELEFONO EN CASO DE EMERGENCIA:	3133932222
Horario de atención: 8:00 A 12:00- 2:00 a 6:00	
USOS DEL PRODUCTO:	ANTISEPTICO DE USO EXTERNO, UTIL PARA DESINFECCION EN CLINICAS, HOSPITALES, INDUSTRIAS ALIMENTICIAS, AGROINDUSTRIALES. UTIL PARA COMPLEMENTO AL LAVADO DE MANOS CON AGUA Y JABON.
RESTRICCIONES DE USO :	USOS DISTINTOS A LO ACONSEJADOS
SECCION 2. IDENTIFICACION DE PELIGRO	
INDICACIONES DE PELIGRO:	
	
RIESGO:	
H225 Líquido y vapor altamente inflamable	
H319 Causa sería irritación a los ojos	
H336 Puede causar somnolencia o mareo	
H401 Tóxico para la vida acuática h412 nocivo para la vida acuática con efectos terminales	
CONSEJOS DE PRUDENCIA DE CARÁCTER GENERAL	
p101 Si se necesita consejo médico tener a mano el envase o la etiqueta	
P102 Mantener fuera del alcance de los niños	
P103 Leer la etiqueta antes del uso	
CONSEJOS DE PRODENCIA DE PREVENCIÓN	
P202 No manipular la sustancia antes de haber leído y comprendido todas las instrucciones de seguridad	
P210 Mantener alejado de fuentes de calor , chispa, llama abierta o superficies calientes-no fumar	
P233 Mantener el recipiente herméticamente cerrado	
P261 Evitar respirar el polvo/el humo/el gas/la niebla/los vapores	

HOJA DE SEGURIDAD BLANQUEADOR LIQUIDO BLANCOX	
IDENTIFICACION NFPA	
No. NTC - 1692 : 8 Corrosivo	
No. ONU : UN 1791	
1. IDENTIFICACION DEL PRODUCTO Y DE LA EMPRESA.	
PRODUCTO	
Nombre Químico	: HIPOCLORITO DE SODIO.
Uso del Producto	: El Blanqueador es un producto con propiedad Desinfectante y antibacterial. Es utilizado para la Desinfección y blanqueamiento de superficies Como pisos, baños, paredes, cocinas, etc. Es utilizado también en lavanderías, tratamiento de Aguas y de algunos desechos.
EMPRESA	
Fabricante/distribuidor	: Brinsa S.A.
Dirección	: KM 6 Via Cajica – Zipaquirá, Cundinamarca – Colombia.
Código postal y Ciudad	: Cundinamarca.
País	: Colombia

FICHA TÉCNICA 02103202			
Jabón Líquido Antibacterial para manos	FECHA COMPRA Febrero de 2018	FECHA DE VERSIÓN Marzo de 2020	VERSIÓN 04

FICHA TÉCNICA JABÓN LIQUIDO ANTIBACTERIAL PARA MANOS.

SIMBOLO NFPA (NIVEL DE RIESGO)



Escala de Calificación de Riesgos

- 0 = Mínimo
- 1 = Ligero
- 2 = Moderado
- 3 = Serio
- 4 = Severo

SECCIÓN 1: Identificación del producto

Identificación del Producto: Jabón Líquido Antibacterial Para manos.

SECCIÓN 2: Propiedades Físicas y Químicas

Apariencia: Líquido viscoso, blanco Perlado (puede contener colorantes)
Biodegradable: 99,2% En 6 días
Punto de Ebullición: 100° C / 212° F
Solubilidad en el agua: 100%
Acidez: 0.1 % (m/v)
Alcalinidad Libre y Total: máx. 0.03%
Densidad: 1.082 gr/ml.
Estudio Microbiológico: Recuento de Mesófilos, Mohos y Levaduras < 10 UFC/g
pH: 7.1 – 7.6
Aroma: Característico Desinfectante (Puede contener aromatizante)

FICHA TÉCNICA JABÓN LAVA LOZA		FTBP-022 Rev. 1
		

SECCIÓN 1. IDENTIFICACIÓN	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	JABÓN LAVA LOZA
MARCA:	BON PRIX
NOMBRE DEL FABRICANTE:	LABORATORIOS BRILLER S.A.S.
DIRECCIÓN:	Carrera 69H No 73A – 45 Bogotá D.C., Colombia
PBX:	(571) 2316541/42/43

SECCIÓN 2. DESCRIPCIÓN Y APLICACIONES	
Líquido concentrado que limpia y desengrasa utensilios y superficies de cocinas. Muy eficiente para el lavado de vajillas, cristalería, utensilios en general, mesones, paredes, estufas, entre otros. Su presentación de alta viscosidad permite racionalizar la cantidad utilizada, optimizando el consumo y reduciendo costos. No mancha ni deja olores residuales.	

SECCIÓN 3. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	
APARIENCIA:	Líquido viscoso translúcido
COLOR:	Según aroma
OLOR:	Orango, Lima Limón
GRAVEDAD ESPECÍFICA:	1.000 – 1.020
pH:	7.00 – 8.00
SOLUBILIDAD EN AGUA:	100%
FORMACIÓN DE ESPUMA:	Meda

SECCIÓN 4. INSTRUCCIONES DE USO	
Verter una cantidad suficiente de JABÓN LAVA LOZA BON PRIX puro en una esponja limpia y húmeda, aplicar el producto a la superficie a tratar, restregar y enjuagar. Para mejorar el rendimiento del producto, se recomienda no enjuagar la esponja hasta tanto se haya agotado la espuma formada. Se obtienen mejores resultados al trabajar con agua tibia. No mezclar con ningún otro producto de limpieza o desinfección.	

SECCIÓN 5. MANEJO Y ALMACENAMIENTO	
PRESENTACIÓN DEL ENVASE O EMPAQUE:	Tambor x 55 Galones Garrafa x 20 Litros Garrafa x 3,8 Litros, (Caja x 4 Unidades) Garrafa x 3 Litros, (Caja x 6 Unidades) Garrafa x 2 Litros, (Caja x 8 Unidades) Frasco x 500 mL, (Caja x 24 Unidades)
MATERIAL DE ENVASE PROPUESTO:	Poliétileno, Polipropileno, PVC, PET, PEAD

Productos de Limpieza AMA

Blend	DETERGENTE LIQUIDO REGULAR	INFORME TÉCNICO Versión: 02
--------------	----------------------------	--------------------------------

1. DATOS GENERALES

1.1 Datos del Fabricante del Producto:

NOMBRE DE LA EMPRESA	BLEND S.A.C.
R.U.C.	20304819414
DIRECCIÓN DE LA PLANTA	Jr. Comunidad Industrial N° 230, Urb. La Villa (Mt. A Lt. 12) – Chorrillos, Lima 15066 - Peru
TELÉFONO	(51 1) 281-3760
E-mail	akuomang@blend.com.pe

1.2 Datos Del Producto:

Nombre del Producto: Detergente Líquido
 Variedad: Ropa Color
 Tiempo de vida útil: 2 años, posterior a su fecha de fabricación
 Usar en: Todo tipo de prenda de tela lavable

1.3 Datos del Comercializador del Producto:

NOMBRE DE LA EMPRESA	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A.
R.U.T.	78 827.210-6
DIRECCIÓN DE LA PLANTA	XIII REGIÓN METROPOLITANA, SANTIAGO, CALLE NATALIEL COX 620 CHILE
TELÉFONO	+56 22827 0200 / +56 22827 0204

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El Detergente Líquido Ropa Color: Es un producto de apariencia viscosa, no tóxico, de color azul y aroma floral característico a su variedad. Está desarrollado especialmente para lavar ropa de color, gracias a su formulación que mantiene y resalta los colores lavada tras lavada ya sea de forma manual o en lavadora; removiendo la suciedad de las fibras de la ropa. Además sus agentes ópticos realzan los colores y blanquea de las prendas, dejando el olor del perfume a floral en la ropa para que se sienta agradable.

Página 1 de 4

ANTICORROSIVUL COSTA RICA METALURGICA S.A. Céd Jurídica 3 -101-595908 Dulce Nombre, Coronado, 800 mts oeste, 250 mts norte de la plaza plaza de deportes, N 1-C Fax : (506) 2292-9093 Tel: (506) 2292-5214 (506) 8395-1197	DESENGRASANTE USO INDUSTRIAL MARCA PERBOIS38. MARCA DE FABRICA REGISTRO 200856.
--	---

SECCION I

IDENTIFICACION DEL PRODUCTO	DESENGRASANTE PERBOIS38
NOMBRE COMERCIAL	DESENGRASANTE INDUSTRIAL
USO COMUN	

SECCION II

COMPOSICION E INFORMACION SOBRE LOS INGREDIENTES PELIGROSOS

NOMBRE COMUN O GENERICO DEL COMPONENTE PELIGROSO	%	Nº CAS
Etilen-glycol-monoetil Ether	< 5%	1310-58-3
Detergentes Amínicos	0,2% - 0,5%	124-68-5
Detergentes Cationicos	0,1% - 0,3%	9002-93
Soda Caustica	< 1%	1310-72-2

SECCION III

PROPIEDADES FISICAS Y QUIMICAS

APARIENCIA	Líquido claro brillante
OLOR	Suave
PH	10,00
PUNTO DE INFLAMABILIDAD	B.P. 212 °F
TEMPERATURA DE AUTOIGNICION	N/A
LÍMITES DE INFLAMABILIDAD EN EL AIRE	N/A
AGENTES EXTINTORES	Agua, niebla de agua, polvo químico,

4.5.2. Precio

PRODUCTO	COSTOS DE PRODUCCIÓN	PRECIO DE VENTA BIDÓN	UTILIDAD
HIPOCLORITO	15000	\$ 22,000	\$ 7,000
LAVALOZA	35000	\$ 55,000	\$ 20,000
JABÓN DE MANOS	25000	\$ 35,000	\$ 10,000
JABÓN DE ROPA LIQUIDO	35000	\$ 80,000	\$ 45,000

Tabla 11 Precio

PRODUCTO	COSTOS DE PRODUCCIÓN	PRECIO DE VENTA GALON	UTILIDAD
HIPOCLORITO	3000	\$ 5,000	\$ 2,000
LAVALOZA	7000	\$ 12,000	\$ 5,000
JABÓN DE MANOS	5000	\$ 10,000	\$ 5,000
JABÓN DE ROPA LIQUIDO	7000	\$ 15,000	\$ 8,000

Productos de Limpieza AMA

PRODUCTO	COSTOS DE PRODUCCIÓN	PRECIO DE VENTA LITRO	UTILIDAD
HIPOCLORITO	1000	\$ 2,000	\$ 1,000
LAVALOZA	4000	\$ 4,000	\$ 0
JABÓN DE MANOS	3000	\$ 3,000	\$ 0
JABÓN DE ROPA LIQUIDO	3000	\$ 5,000	\$ 2,000

4.5.3. Plaza

Para su distribución se manejarán principalmente las ventas en punto físico ubicado en la Calle 72c NO. 110B-45 en el barrio Villa Amalia en la ciudad de Bogotá, donde se podrán adquirir todos los productos publicados y ofrecidos en las redes sociales y en la página web (opcional).

Otro canal de distribución serán las entregas a domicilio en las localidades de Engativá, Fontibón, Chapinero y Puente Aranda, el cual no tendrá costo con compras superiores a \$45.000 COP. Al ser menor se cobrará un domicilio de \$5.000 COP

Productos de Limpieza AMA

4.5.4. Promoción



4 Tarjeta de Presentación

Facebook



5 Facebook

Instagram



6 Instagram

Productos de Limpieza AMA

CAPITULO III

5. Aspectos Técnicos y Financieros

5.1. Estudio técnico del proyecto

En este caso específico de la empresa AMA Productos de Limpieza, pretende crear productos para la limpieza del hogar y la higiene personal, y las condiciones técnicas de la infraestructura que requiere son 2 máquinas específicas para la preparación y el sellado de los productos y una Grameras para el llenado. En cuanto al sitio de operación de negocio están acordes con lo que se requiere según la normatividad, debido a que cumple con una bodega con las condiciones climáticas y los requerimientos exigidos por la DIAN para todo el proceso de producción.

5.2. Requerimientos Técnicos, tecnológicos y científicos

FICHA TECNICA AMA PRODUCTOS DE ASEO			
ACTIVO	CARACTERISTICAS	PRECIO	IMAGEN
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Grameras	Las Básculas Electrónicas (también conocidas como Básculas Digitales) son un instrumento equipado con componentes electrónicos que permiten obtener una indicación o lectura Digital con cifras exactas. Una Báscula Electrónica se compone principalmente de los siguientes elementos:	\$269.900 COP	

Productos de Limpieza AMA

	<ul style="list-style-type: none"> • Receptor de Carga o plataforma • Celdas de carga o sensores • Tarjeta de unión de celdas (si utiliza más de 2 celdas de carga) • Indicador Digital de peso Dispositivos periféricos (impresor, pantalla repetidora de peso, etc.) 		
<p>Mezcladora</p>	<p>El mezclador tiene un eje mezclador en el centro. En este eje hay una o más palas agitadoras. El accionamiento del eje agitador se realiza a través de un motorreductor montado en la parte superior.</p> <p>Además, el sello del eje mezclador está provisto de una almohadilla en caso de condiciones de presión atmosférica. El mezclador se puede equipar con el equipo del deflector. Una boca de inspección situada por encima de las tapas permite controlar y limpiar el interior. La parte superior tiene bridas de conexión para relleno gravimétrico o neumático. El producto mezclado es descargado de la brida de descarga.</p>	<p>\$2.247.050 COP</p>	

Productos de Limpieza AMA

MUEBLES Y ENSERES			
Computador	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador Core i3 o Core i5 (preferible séptima generación) • Memoria RAM de 4 GB a 8 GB • Disco duro de 500 GB o superior • Pantalla de entre 13" a 15" (Mientras más grande la pantalla, mayor será el peso del equipo en el caso de una laptop) • Batería con duración de 10 horas (en el caso de una laptop) • Entradas USB 3.0, multilector de tarjetas, USB-C o Thunderbolt 	\$1.800.000 COP	
Celular	<ul style="list-style-type: none"> • Procesador: Procesador MediaTek Helio G85 Octa-core. • Sistema Operativo: Android 10. • Memoria RAM: 4GB. • Almacenamiento: 128GB. • Pantalla: 6,53 pulgadas. • Resolución: 2340 x 1080 FullHD+ • Brillo: 466 nits. • Cámara principal: Cuádruple, 48MP+8MP+2MP+2MP. 	\$700.000 COP	

Productos de Limpieza AMA

<p>Teléfono</p>	<p>Puede ser cableado o inalámbrico en lugares fijos, como los hogares. Los dispositivos inalámbricos fijos por lo general derivan su energía eléctrica de la utilidad de la red eléctrica los sistemas inalámbricos que funcionan con baterías se pueden utilizar como respaldo de emergencia para los sistemas fijos en caso de un apagón o desastre natural.</p>	<p>\$100.000 COP</p>	
------------------------	---	--------------------------	---

Tabla 12 Requerimientos

5.3. Planes Generales

Empresa: AMA		Proceso: Producción y elaboración de pedidos							
Dependencia: Gerencia		Elaboró: Jeimy Murillo Revisó: Daniel Mauricio Torres Montoya							
		Fecha: 18 de octubre 2021							
o.	DESCRIPCIÓN	IST. (metr os)	IEMPO (min)	ELEMENTOS DEL PROCESO					OBSERVACIONES
				○	→	▬	▷	▽	
	cotización de los insumos		0						varía según el producto
	Adquisición de los insumos		20						varía según el producto
	Conteo de insumos		0						
	Almacenamiento	5	0						
	Revisión de pedidos		0						
	Realización del cronograma		0						
	Enumeración por orden de producción		0						Prioridad pedidos más antiguos

Productos de Limpieza AMA

	Alistamiento de insumos y materias primas	5	0						
	Revisión y mantenimiento de las maquinas	0	0						Limpieza
0	Proceso de mezcla de insumos		0						
1	Verificación acorde al peso		5						
2	Llenado de los envases		0						
3	Traslado al área de etiquetado								
4	Pegado de la etiqueta		0						
5	Limpieza de los envases		0						
6	Alistamiento de los pedidos		0						Ordenarlos
7	Embalaje	0	0						
8	Traslado al área de cargue y descargue	2	0						
9	Despacho	5	0						Carga en el medio de transporte elegido
0	Verificación de la entrega		0						Comunicación con el cliente

Tabla 13 Planes Generales

Productos de Limpieza AMA

5.4. Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA			ADMINISTRACION			VENTAS		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1	CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1	CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
Operario	1.000.000	12.000.000	Administrador	1.000.000	12.000.000	Vendedor	1.000.000	12.000.000
Operario	1.000.000	12.000.000	Contador	1.200.000	14.400.000	Domiciliario	750.000	9.000.000
Subtotal	2.000.000	24.000.000	Subtotal	2.200.000	26.400.000	Subtotal	1.750.000	21.000.000
Parafiscales	180.000	2.160.000	Parafiscales	198.000	2.376.000	Parafiscales	157.500	1.890.000
Cesantías	166.600	1.999.200	Cesantías	183.260	2.199.120	Cesantías	145.775	1.749.300
Intereses sobre Cesantías	1.666	19.992	Intereses sobre Cesantías	1.833	21.991	Intereses sobre Cesantías	1.458	17.493
Prima de Servicios	166.600	1.999.200	Prima de Servicios	183.260	2.199.120	Prima de Servicios	145.775	1.749.300
Vacaciones	83.400	1.000.800	Vacaciones	91.740	1.100.880	Vacaciones	72.975	875.700
Total salarios	2.598.266	31.179.192		2.858.093	34.297.111		2.273.483	27.281.793

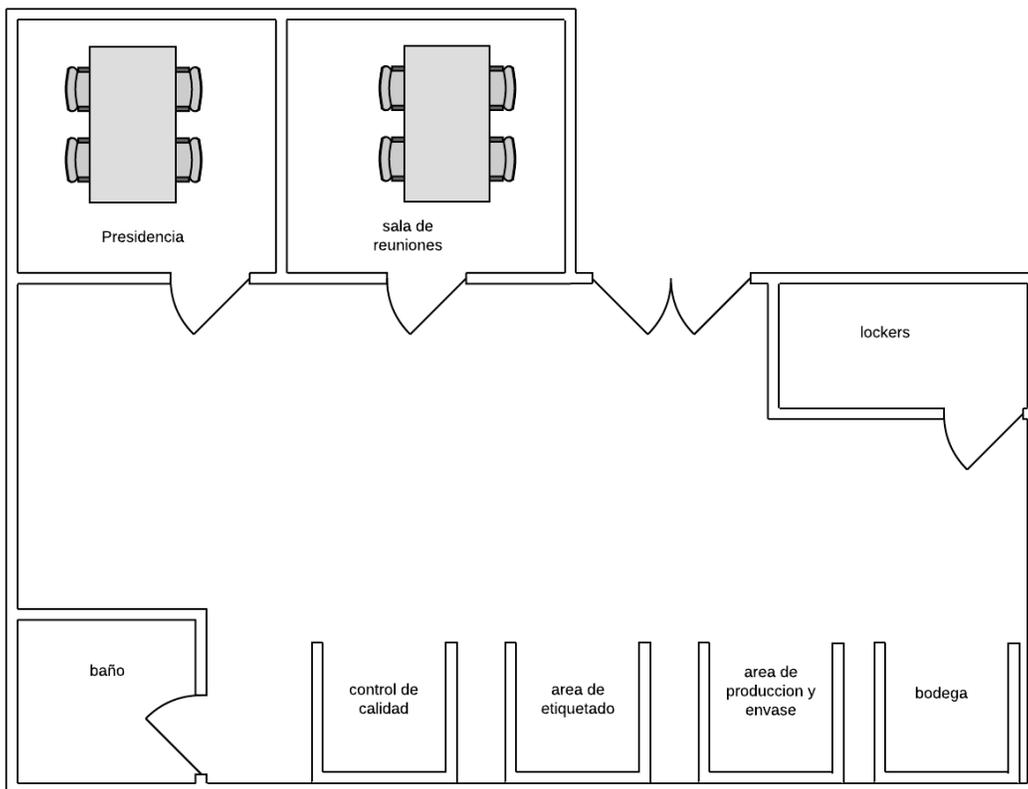
Tabla 14 Mano de Obra

PARAFISCALES Y PRESTACIONES SOCIALES	TASA	TASA
Parafiscales	9,00%	9,00%
Cesantías	8,33%	8,33%
Intereses sobre Cesantías	1,00%	1,00%
Prima de Servicios	8,33%	8,33%
Vacaciones	4,17%	4,17%
Total	30,83%	30,83%

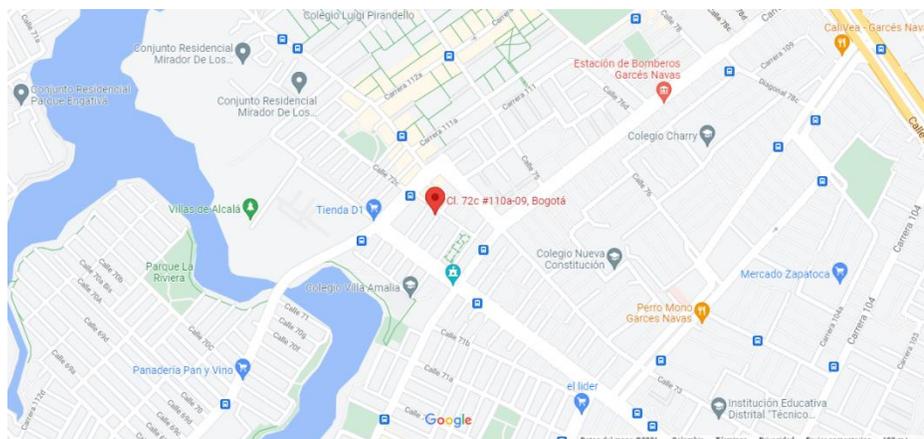
Tabla 15 Parafiscales

Productos de Limpieza AMA

5.5. Localización de la Planta o Actividad Económica



7 Localización de la Planta.



8 Localización de la Planta 2

Productos de Limpieza AMA

5.6. Precisión de Inversiones y Gastos iniciales.

A continuación, se muestran los costos que AMA Productos de Limpieza debe sustentar para cumplir con la normatividad que regula dentro de la empresa que en total serian \$7.442.466 COP

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA:	\$		AÑO 1 \$	AÑOS AMORTIZACION
Cámara de comercio	\$ 36.000		36000	
INNVIAMA	\$ 4.406.466		4406466	
Fichas técnicas	\$ 3.000.000		3000000	
Total gastos puesta en marcha	\$ 7.442.466	Total gastos puesta	7442466	5

Tabla 16 Gastos iniciales

Productos de Limpieza AMA

Capitulo IV

6. Aspectos Legales y Organizativos

6.1. Plan Económico y Financiero

6.1.1. Gastos preoperativos

DETALLE DE LA INVERSION	COSTOS
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD	NA
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	NA
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$ 2.000.000
LICENCIAS	\$ 4.406.466
FICHAS TECNICAS	\$ 6.000.000
MONTAJE Y PRUEBA PARA PUESTA EN MARCHA	NA
ENTRENAMIENTO DE PERSONAL	NA
IMPREVISTOS Y COSTOS	\$ 2.000.000

6.1.2. Gastos Generales

CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES 42.6%	COSTO ANUAL
operario	1.000.000 €	\$12.000.000	\$5.112.000	\$17.112.000
Operario	1.000.000 €	\$12.000.000	\$5.112.000	\$17.112.000
Domiciliario	750.000 €	\$9.000.000	\$3.834.000	\$12.834.000
Vendedor	1.000.000 €	\$12.000.000	\$5.112.000	\$17.112.000
Administrador	1.200.000 €	\$14.400.000	\$6.134.400	\$20.534.400

Tabla 17 Gastos Generales

Productos de Limpieza AMA

PARAFISCALES Y PRESTACIONES SOCIALES	TASA	TASA
Parafiscales	9,00%	9,00%
Cesantías	8,33%	8,33%
Intereses sobre Cesantías	1,00%	1,00%
Prima de Servicios	8,33%	8,33%
Vacaciones	4,17%	4,17%
Total	30,83%	30,83%

Producto No.1		Desengrasante		
UNIDAD DE PRODUCCION	UNIDAD			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
AGUA	LTS	600	0,02	11
SODA	GR	1.000	2,00	2.000
EDTA	GR	1.000	0,01	10
SUIFUNICO	GR	1.000	0,35	350
METASILICATO	GR	1.000	0,16	160
BUTIL	GR	1.000	0,16	160
SUBTOTAL		5.600	2,70	2.691
OTROS INSUMOS:				
ENVASE	UNIDAD	300	5,00	1.500
ETIQUETA	UNIDAD	120	5,00	600
SUBTOTAL		420	10,00	2.100
TOTAL		6.020	12,70	4.791

Tabla 18 Desengrasante

Productos de Limpieza AMA

Producto No.2		Jabón para loza		
UNIDAD DE PRODUCCION		UNIDAD		
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
AGUA	LTS	600	0,02	10
TYLOSA	GR	1.000	0,150	150
EDTA	GR	1.000	0,500	500
SULFONICO	GR	1.000	0,16	160
MONOETILENGLICOL	GR	1.000	0,01	10
MONOETELONAMINA	GR	1.000	0,060	60
NONIL	GR	5.360	0,66	3.538
SUBTOTAL		10.960	1,56	4.427
OTROS INSUMOS:				
ENVASE	UNIDAD	300	5,00	1.500
ETIQUETA	UNIDAD	120	5,00	600
SUBTOTAL		420	10,00	2.100
TOTAL		11.380	11,56	6.527

Tabla 19 Jabón para loza

Productos de Limpieza AMA

Producto No.3		Jabón para manos		
UNIDAD DE PRODUCCION				
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
AGUA	LTS	1	0,01	0
TYLOSA	GR	1.000	0,10	100
EDTA	GR	1.000	0,30	300
GLICERINA	LTS	1.000	0,72	720
TEXAPON	LTS	1.000	0,25	250
NONIL	LTS	1.000	0,90	900
		5.001	2,28	2.270
ENVASE	UNIDAD	300	5,00	1.500
ETIQUETA	UNIDAD	120	5,00	600
SUBTOTAL		420	10,00	2.100
TOTAL		5.421	12,28	4.370

Tabla 20 Jabón para manos



Productos de Limpieza AMA

Producto No.4		Jabón para ropa		
UNIDAD DE PRODUCCION				
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
AGUA	LTS	600	0,20	120
TYLOSA	GR	1.000	0,10	100
TRITANOLAMINA	GR	1.000	0,500	500
SULFONICO	GR	1.000	0,15	150
CITRATO DE SODIO	LTS	1.000	0,20	200
PORBETAINA	LTS	1.000	0,600	600
NONIL	GR	1.000	0,08	80
FRAGANCIA	GR	2.102	0,24	504
MONOTILENGLICOL	GR	100	0,01	1
		8.801,60	2,08	2.255
ENVASE	UNIDAD	300	5,00	1.500
ETIQUETA	UNIDAD	120	5,00	600
SUBTOTAL		420	10,00	2.100
TOTAL		9.222	12,08	4.355

Tabla 21 Jabón para ropa

Productos de Limpieza AMA

Producto No.5		Hipoclorito		
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
HIPOCLORITO	GF	3.000	0,75	2.250
AGUA	MILILITROS	600	2,50	1.500
		3.600,00	3,25	3.750
OTROS INSUMOS				
ENVASE	UNIDAD	300	5,00	1.500
ETIQUETA	UNIDAD	120	5,00	600
SUBTOTAL		420	10,00	2.100
TOTAL		4.020	13,25	5.850

Tabla 22 Hipoclorito

NOMBRE PRODUCTO	UNIDADES A VENDER	PRECIO DE VTA UNIT.	VENTAS TOTALES \$ AÑO 1
Desengrasante	2.800	22.000	61.600.000
Jabón para loza	2.600	24.000	62.400.000
Jabón para manos	2.600	24.000	62.400.000
Jabón para ropa	2.600	24.000	62.400.000
Hipoclorito	2.200	16.000	35.200.000
SUBTOTAL	12.800	110.000	284.000.000

GASTOS DE ADMINISTRACION		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
Servicios (agua)		
Limpieza	35.000	420.000
Subtotal	35.000	420.000

Productos de Limpieza AMA

OTROS COSTOS DE PRODUCCION		
CONCEPTO	MENSUAL \$	AÑO 1
Servicios (agua)	150.000	1.800.000
Combustible	200.000	2.400.000
Subtotal	350.000	4.200.000

6.1.3. Inversiones Iniciales

Detalle de la inversión	Cantidad	Costo unitario	Costo Total	Vida útil (años)
MUEBLES Y ENSERES				
EQUIPO DE COMPUTACION	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	5 AÑOS
EQUIPO DE COMUNICACIÓN	1	\$ 300.000	\$ 300.000	5 AÑOS
ESTANTES	3	\$ 300.000	\$ 900.000	10 AÑOS
MESAS	2	\$ 200.000	\$ 400.000	10 AÑOS
SILLAS	4	\$ 2.000.000	\$ 8.000.000	5 AÑOS
MAQUINARIA Y EQUIPOS				
GRAMERA	2	\$ 340.000	\$ 680.000	10 AÑOS
MEZCLADORA	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000	10 AÑOS
FLOTA Y EQUIPO DE TRASNSPORTE	1	\$ 25.000.000	\$ 25.000.000	10 AÑOS
MAQUINA ENVASADORA DE LIQUIDOS	2	\$ 1.758.900	\$ 3.517.800	10 AÑOS
ACTIVOS INTANGIBLES				
LICENCIAS	1		\$ -	
FICHAS TÉCNICAS	8	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000	
ENVASES EMPAQUES Y HERRAMIENTAS				
ENVASES	5	\$ 1.000.000	\$ 5.000.000	10 AÑOS

Tabla 23 Inversiones Iniciales

Productos de Limpieza AMA

6.1.4. Costos Directos

6.1.4.1. Plan Financiero

CAPITAL DE TRABAJO	POLITICA EN DIAS	BASE	AÑOS/PESOS \$				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja y Bancos (Nomina)	30	Sueldos	5.200.000				
Caja y Bancos (Gastos operativos)	60	Gastos operativos	1.630.000				
Inventario Materia Prima	30	Compras anuales	120.253.731	126.266.418	132.579.739	139.208.726	146.169.162
Inventario Productos en Proceso	15	Costo de Producción	61.755.999	64.830.807	68.058.837	71.447.727	75.005.500
Inventario Productos Terminados	10	Costo de Ventas	41.170.666	43.220.538	45.372.558	47.631.818	50.003.667
Cartera	30	Ventas anuales	331.200.000	276.920.000	290.766.000	305.304.300	320.569.515
		Total Capital de Trab.	561.210.396	511.237.763	536.777.133	563.592.571	591.747.843

Tabla 24 Plan Financiero

6.1.4.2. Tesorería Previsional y Flujo de Caja

MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
VENTAS	22.337.079	22.337.079	19.146.067	22.337.079	22.337.079	22.337.079	28.719.101	22.337.079	22.337.079	22.337.079	28.719.101	28.719.101	284.000.000
COMPRAS M.P. E INSUMOS	5.309.193	5.309.193	4.550.737	5.309.193	5.309.193	5.309.193	6.826.106	5.309.193	5.309.193	5.309.193	6.826.106	6.826.106	67.502.600

CONCEPTO/MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO
I. Ingresos Operativos													
1. Ventas de Contado													
2. Ventas a Crédito	22.337.079	22.337.079	19.146.067	22.337.079	22.337.079	22.337.079	28.719.101	22.337.079	22.337.079	22.337.079	28.719.101	28.719.101	284.000.000
3. Recuperación Cartera		11.168.539	22.337.079	20.741.573	20.741.573	22.337.079	22.337.079	25.528.090	25.528.090	22.337.079	22.337.079	25.528.090	240.921.348
Total Ingresos Operativos		11.168.539	22.337.079	20.741.573	20.741.573	22.337.079	22.337.079	25.528.090	25.528.090	22.337.079	22.337.079	25.528.090	524.921.348
II. Gastos Operativos Fijos													
A. Fijos:													
1. Pagos Laborales:	4.200.000	4.645.500	4.645.500	4.645.500	4.645.500	7.119.510	4.645.500	4.645.500	4.645.500	4.645.500	4.645.500	9.596.490	62.725.500
2. Arrendamientos	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	1.800.000
3. Servicios	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	235.000	2.820.000
4. Mantenimiento													
5. Publicidad													
6. Transporte													

Productos de Limpieza AMA

7. Otros														
8. Preoperativos	6.836.00													6.836.00
Subtotal	11.421.000	5.030.500	5.030.500	5.030.500	5.030.500	7.504.510	5.030.500	5.030.500	5.030.500	5.030.500	5.030.500	9.981.490	67.345.500	
A. Variables														
1. Compra de Contado Materia Prima e Insumos														
2. Compra a Crédito Materia Prima e Insumos	5.309.193	5.309.193	4.550.737	5.309.193	5.309.193	5.309.193	6.826.106	5.309.193	5.309.193	5.309.193	6.826.106	6.826.106	67.502.600	
2. Pago compras a crédito		5.309.193	5.309.193	4.550.737	5.309.193	5.309.193	5.309.193	6.826.106	5.309.193	5.309.193	5.309.193	6.826.106	60.676.494	
3. Compra Insumos para Inventarios														
4. Pago Proveedores Histórico														
5. Pago M.O. Y Gastos de Fabricación														
Subtotal	5.309.193	10.618.387	9.859.930	9.859.930	10.618.387	10.618.387	12.135.299	12.135.299	10.618.387	10.618.387	12.135.299	13.652.211	128.179.094	
Total Gastos Operativos	16.730.193	15.648.887	14.890.430	14.890.430	15.648.887	18.122.897	17.165.799	17.165.799	15.648.887	15.648.887	17.165.799	23.633.701	202.360.594	
Superavit /(deficit) Operativo	16.730.193	4.480.347	7.446.648	5.851.143	5.092.687	4.214.182	5.171.280	8.362.291	9.879.203	6.688.192	5.171.280	1.894.389	38.560.754	
III. Inversiones Fijas														
1. Terrenos														
2. Edificacions														
3. Maquinaria y Equipo														
4. Muebles y Enseres														
5. Vehículos														
Subtotal														
IV. Recursos Obtenidos														
1. Préstamo Línea Emprendimiento	44.093.659													
2. Recursos Propios														
Subtotal	44.093.659													
V. Amortización Pasivos Financieros														
1. Cuotas de Capital Crédito Propuesto	1.596.282	1.615.437	1.634.822	1.654.440	1.674.293	1.694.385	1.714.717	1.735.294	1.756.118	1.777.191	1.798.517	1.820.099	20.471.595	
2. Intereses Crédito Propuesto	529.124	509.969	490.583	470.965	451.112	431.021	410.688	390.111	369.288	348.214	326.888	305.306	5.033.270	
3. Ley Mipyme														
4. Comisión Fondo Nacional de Garantías														
Subtotal	2.125.405	25.504.865												
Superavit /(deficit) Financiero	25.238.060	6.605.753	5.321.243	3.725.737	2.967.281	2.088.777	3.045.874	6.236.886	7.753.798	4.562.787	3.045.874	231.017	57.149.548	
VI. Pago de Impuestos														
IVA Cobrado														
IVA Pagado														
Imporrenta														
Subtotal														
SUPERAVIT / DEFICIT DE CAJA	25.238.060	6.605.753	5.321.243	3.725.737	2.967.281	2.088.777	3.045.874	6.236.886	7.753.798	4.562.787	3.045.874	231.017	57.149.548	
		25.238.060	18.632.308	23.953.550	27.679.288	30.646.569	32.735.346	35.781.220	42.018.106	49.771.903	54.334.690	57.380.565	398.171.604	
CAJA FINAL	25.238.060	18.632.308	23.953.550	27.679.288	30.646.569	32.735.346	35.781.220	42.018.106	49.771.903	54.334.690	57.380.565	57.149.548	455.321.152	

Tabla 25 Flujo de Caja

Productos de Limpieza AMA

6.1.4.3. PYG Previsional

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	284.000.000	298.200.000	313.110.000	328.765.500	345.203.775
Costo Materia Prima	67.502.600	70.877.730	74.421.617	78.142.697	82.049.832
Depreciaciones					
Costos Indirectos de Fabricación	4.200.000	4.410.000	4.630.500	4.862.025	5.105.126
Mano de Obra	31.179.192	32.426.360	33.723.414	35.072.351	36.475.245
TOTAL COSTO DE VENTAS	102.881.792	107.714.090	112.775.531	118.077.073	123.630.203
UTILIDAD BRUTA	181.118.208	190.485.910	200.334.469	210.688.427	221.573.572
Salarios de Administración	18.707.515	19.455.816	20.234.048	21.043.410	21.885.147
Gastos de Administración	420.000	441.000	463.050	486.203	510.513
Salarios de Ventas	18.281.793	16.213.180	16.861.707	17.536.175	18.237.622
Gastos de Ventas					
Amortización del Diferido	1.367.200	1.367.200	1.367.200	1.367.200	1.367.200
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	38.776.508	37.477.196	38.926.005	40.432.988	42.000.482
UTILIDAD OPERACIONAL	142.341.700	153.008.715	161.408.464	170.255.439	179.573.090
Intereses Crédito	5.033.270	1.882.801			
Otros Intereses					
Ley Mipyme					
Comisión FNG					
TOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	5.033.270	1.882.801			
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	137.308.430	151.125.913	161.408.464	170.255.439	179.573.090
Impuesto de Renta					
UTILIDAD NETA	137.308.430	151.125.913	161.408.464	170.255.439	179.573.090

Tabla 26 PYG

6.1.4.4. Factibilidad financiera

Mediante las proyecciones y el análisis realizado, se encuentra que debido a las ventas proyectadas a los costos de producción y a la utilidad recibida, el proyecto es viable de realizar, aunque no presente una gran cantidad de ganancias por lo menos en los primeros años, se encuentra una rentabilidad positiva para el desarrollo y crecimiento del mismo.

Productos de Limpieza AMA

6.1.4.5. Criterios de Evaluación TIR VAN

Indicadores	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Liquidez	5,0	27,9	28,9	29,3	29,6
Periodo Promedio de Cobro (días)	45	45	45	45	45
Rotación de Inventarios - M.P. (días)	30	30	30	30	30
Rotación de Inventarios - P.P. (días)	15	15	15	15	15
Rotación de Inventarios - P.T. (días)	10	10	10	10	10
Rotación de Proveedores (días)	30	30	30	30	30
Capacidad de pago (veces)	28	81			
Endeudamiento (%)	20,17%	3,58%	3,46%	3,41%	3,38%
Rentabilidad Bruta (%)	63,77%	63,88%	63,98%	64,08%	64,19%
Rentabilidad Operacional (%)	50,12%	51,31%	51,55%	51,79%	52,02%
Rentabilidad Neta (%)	48,35%	50,68%	51,55%	51,79%	52,02%
Margen de Contribución (%)	76,23%	76,23%	76,23%	76,23%	76,23%
Otra información financiera					
VAN	40.357.373				
TIR	2,9%				
Punto de Equilibrio en ventas (\$)	194.576.967				

Tabla 27 Criterios de evaluación

6.1.4.6. Análisis de Sensibilidad

Mediante esta empresa se busca generar concientización sobre el cuidado al medio ambiente mediante la implementación de recarga de productos incentivando el reciclaje, además de la ayuda para facilitar labores de limpieza en casa para personas que no puedan hacerlo de una manera tan sencilla debido a diferentes dificultades.

6.1.4.7. Consideraciones sobre el Impacto Ambiental

La producción genera un impacto positivo en el medio ambiente debido a que los químicos y/o insumos utilizados tienen propiedades amigables con el medio ambiente y los envases utilizados son reciclables.

Productos de Limpieza AMA

6.1.4.8. Introducción al Mapa de Riesgos

Muy probable			4 3
Probable		1 5	6
Poco probable		2 7	
	Bajo	Medio	Alto

1 robo

2 incendio

3 alza de los precios (inflación)

4 recesión

5 escasez

6 bajas ventas

7 baja capacidad productiva

Productos de Limpieza AMA

6.1.4.9. Solicitud de crédito para creadores de empresa



RADICACIÓN No. _____

Oficina

Fecha Radicación Dirección General

Ciudad y Fecha

USO EXCLUSIVO DE FINANCIAR

USO EXCLUSIVO DE FINANCIAR

USO EXCLUSIVO DE FINANCIAR

DATOS DEL SOLICITANTE

Apellidos y Nombre o Razón Social		C.C.	NOI		
Fecha de Nacimiento	Estrato	Profesión o Cargo	Industria Económica		
Reside en: Vivienda	Profesión o Actividad	Empresa donde Trabaja	Teléfono Empresa		
Propio <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/> Arrendado <input type="checkbox"/>			Celular Personal		
Fecha de Ingreso	Dirección Empresa	Berrio Empresa	Código Postal		
Apellidos y Nombres del Conyugal		C.C.	Fecha de Nacimiento		
Empresa donde Trabaja el Conyugal	Dirección Empresa donde Trabaja el Conyugal	Teléfono	Celular		
INGRESOS MENSUALES PERMANENTES CERTIFICADOS		GASTOS MENSUALES			
Sueldo	\$ _____	Arriendo o Cuota de Vivienda	\$ _____		
Honorarios / Comisiones	\$ _____	Gastos de Subsistencia	\$ _____		
Ingresos por Ventas	\$ _____	Gastos Financieros	\$ _____		
Otros Ingresos (*)	\$ _____	Otros Gastos	\$ _____		
TOTAL INGRESOS	\$ _____	TOTAL GASTOS	\$ _____		
*Describe los otros ingresos y adjunte soportes					
TIPO	DIRECCIÓN Y CIUDAD	ESCRITURA, NOTARÍA, FECHA	No. MAT. INMOBILIARIA	VR. HIPOTICA	VR. COMERCIAL
TIPO	MARCA Y MODELO	PLACA	FINANCIADO A	VR. DEUDA	VR. COMERCIAL
Apellidos y Nombre	Dirección Residencia	Teléfono Residencia	Teléfono Oficina	Celular	Ciudad
Apellidos y Nombre	Dirección Residencia	Teléfono Residencia	Teléfono Oficina	Celular	Ciudad
Entidad y/o Razón Social	Dirección	Teléfono Oficina	Ciudad		
Entidad y/o Razón Social	Dirección	Teléfono Oficina	Ciudad		
ESTADO DE CUENTA DEL ASOCIADO			Aportes		
Créditos Vigentes	Capital Inicial	Saldo \$	Aporte	\$ _____	
_____	_____	_____	Ahorro Idem	\$ _____	
_____	_____	_____	Ahorro Permanente	\$ _____	
_____	_____	_____	CDAT	\$ _____	
_____	_____	_____	Total	\$ _____	

Productos de Limpieza AMA

DATOS DEL PRIMER CODEUDOR						
Apellidos y Nombres o Razón Social						C.C. No. <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/>
Fecha de Nacimiento	Estado Civil	Personas a Cargo	Dirección Residencia	Ciudad	Teléfono	Celular
Reside en Vivienda		Profesión o Actividad	Empresa donde trabaja	Teléfono Empresa	Celular Personal	
Empuje <input type="checkbox"/> Desahuce <input type="checkbox"/> Arriendo <input type="checkbox"/>	Dirección Empresa		Estado Empresa	Código Electrónico		
Apellidos y Nombres del Conyugue			C.C.	Fecha de Nacimiento		
Empresa donde trabaja el Conyugue		Dirección Empresa donde trabaja el Conyugue		Teléfono	Celular	Celular \$
INGRESOS MENSUALES PERMANENTES CERTIFICADOS			GASTOS MENSUALES			
Salario	\$ _____	Arriendo o Cuota de Vivienda	\$ _____			
Ingresos por Ventas	\$ _____	Gastos de Sostentamiento	\$ _____			
Inversiones	\$ _____	Gastos Financieros	\$ _____			
TOTAL INGRESOS	\$ _____	Otros Gastos	\$ _____			
*Describe los otros ingresos y adjunte soportes		TOTAL GASTOS \$ _____				
ACTIVOS BIENES RAICES						
TIPO	DIRECCIÓN Y CIUDAD	ESCRITURA, NOTARÍA, FECHA	No. MAT. INMOBILIARIA	VR. HIPOTECA	VR. COMERCIAL	
VEHICULOS Y MAQUINARIA						
TIPO	MARCA Y MODELO	PLACA	FINANCIADO A	VR. DEUDA	VR. COMERCIAL	
REFERENCIAS FAMILIARES						
Apellidos y Nombres		Dirección Residencia	Teléfono Residencia	Teléfono Oficina	Celular	Ciudad
Apellidos y Nombres		Dirección Residencia	Teléfono Residencia	Teléfono Oficina	Celular	Ciudad
REFERENCIAS FINANCIERAS						
Entidad y/o Razón Social		Dirección		Teléfono Oficina	Ciudad	
Entidad y/o Razón Social		Dirección		Teléfono Oficina	Ciudad	
DATOS DEL SEGUNDO CODEUDOR						
Apellidos y Nombres o Razón Social						C.C. No. <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/>
Fecha de Nacimiento	Estado Civil	Personas a Cargo	Dirección Residencia	Ciudad	Teléfono	Celular
Reside en Vivienda		Profesión o Actividad	Empresa donde trabaja	Teléfono Empresa	Celular Personal	
Empuje <input type="checkbox"/> Desahuce <input type="checkbox"/> Arriendo <input type="checkbox"/>	Dirección Empresa		Estado Empresa	Código Electrónico		
Apellidos y Nombres del Conyugue			C.C.	Fecha de Nacimiento		
Empresa donde trabaja el Conyugue		Dirección Empresa donde trabaja el Conyugue		Teléfono	Celular	Celular \$
INGRESOS MENSUALES PERMANENTES CERTIFICADOS			GASTOS MENSUALES			
Salario	\$ _____	Arriendo o Cuota de Vivienda	\$ _____			
Ingresos por Ventas	\$ _____	Gastos de Sostentamiento	\$ _____			
Otros Ingresos (*)	\$ _____	Gastos Financieros	\$ _____			
TOTAL INGRESOS	\$ _____	Otros Gastos	\$ _____			
*Describe los otros ingresos y adjunte soportes		TOTAL GASTOS \$ _____				
ACTIVOS BIENES RAICES						
TIPO	DIRECCIÓN Y CIUDAD	ESCRITURA, NOTARÍA, FECHA	No. MAT. INMOBILIARIA	VR. HIPOTECA	VR. COMERCIAL	
VEHICULOS Y MAQUINARIA						
TIPO	MARCA Y MODELO	PLACA	FINANCIADO A	VR. DEUDA	VR. COMERCIAL	
REFERENCIAS FAMILIARES						
Apellidos y Nombres		Dirección Residencia	Teléfono Residencia	Teléfono Oficina	Celular	Ciudad
Apellidos y Nombres		Dirección Residencia	Teléfono Residencia	Teléfono Oficina	Celular	Ciudad
REFERENCIAS FINANCIERAS						
Entidad y/o Razón Social		Dirección		Teléfono Oficina	Ciudad	
Entidad y/o Razón Social		Dirección		Teléfono Oficina	Ciudad	
AUTORIZACION AMPLIA Y SUFICIENTE						
Yo/(nosotros), identificado(s) como aparece al pie de mi/(nuestra) firma(s), expreso e irrevocablemente autorizo/autorizamos a FINANCIAR para que obtenga de cualquier fuente y reporte a las Centrales de Riesgo las informaciones y referencias relativas a mi/(nuestra) persona(s), mi/(nuestros) nombre(s), apellido(s) y documento(s) de identificación, mi/(nuestro) comportamiento y crédito comercial, hábitos de pago, manejo de cuenta(s) corriente(s) bancario(s) y en general al cumplimiento de mi/(nuestros) obligaciones pecuniaras. Desde ya autorizo a FINANCIAR debitar de mi cuenta de ahorro No. _____ los valores a mi cargo relacionados con la presente obligación, en caso de ser aprobada.						
Firma _____	<input type="text"/>	Firma _____	<input type="text"/>	Firma _____	<input type="text"/>	<input type="text"/>
C.C.No. _____		C.C.No. _____		C.C.No. _____		
	Huella		Huella		Huella	

Productos de Limpieza AMA**6.2. Definición forma jurídica de la empresa****6.2.1. Factores para determinar el tipo de persona jurídica**

La empresa se establecerá como persona natural, por lo que inicialmente se diligenciarán los documentos necesarios como en RUT y el RUES para registrar la empresa, luego de eso realizar las adecuaciones necesarias para cumplir con los requerimientos que solicita el INVIMA para la radicación de las licencias. Por último, cumplir con lo necesario para acceder a los programas y leyes que implementa el gobierno de ayuda a las pequeñas y medianas empresas.

6.2.2. Estímulos, subvenciones, apoyos a la creación de empresa y el empleo régimen fiscal y reglamentación de la actividad

Se busca apoyarse mediante la ley 2069 de 2020 conocida también como Ley de emprendimiento, mediante la cual se disminuyen las tarifas de registro de microempresas, se aumenta la participación en procesos de contratación, selección y la promoción de la competitividad respecto a grandes empresas.

6.2.3. Criterios para establecer el marco legal

Para establecer la empresa es necesario contar inicialmente con un RUT, seleccionar el lugar de domicilio, en este caso Bogotá, y luego diligenciar los campos del formulario de matrícula RUES mediante la página de la cámara de comercio de Bogotá junto con el documento de identidad de la persona que la va a registrar. Por último, se cancela la tarifa de acuerdo a los activos de la empresa.

Productos de Limpieza AMA**6.2.4. Promotores, socios e inversionistas.**

AMA productos de Aseo no contará con socios para el proceso de su legalización y puesta en marcha, inicialmente su capital de inversión lo proporcionará únicamente el dueño.

6.2.5. Formación del capital

La empresa contará con unos activos totales de \$, los cuales se obtendrá a través de un CDT por medio de Bancolombia a una tasa de intereses del % y un préstamo solicitado a CODENSA de \$ a una tasa de interés de % de y unos pasivos totales de \$, los cuales se encuentran divididos entre mercancía, equipos y maquinaria y cuentas por pagar

6.2.6. Riesgo patrimonial

Riesgos de las propiedades: entre los diferentes riesgos que puede sufrir el patrimonio se encuentran, robo, incendios y explosiones (debido a que son productos químicos), pérdida de las características primarias de los productos, depreciación de los precios, inflación.

6.2.7. Estrategias de crecimiento

Entre las estrategias de crecimiento que se plantean se encuentra un plan de mercadeo diseñado principalmente para desarrollarse mediante Facebook business mediante la cual después de un tiempo adecuado se empezarán a desarrollar campañas publicitarias con un presupuesto fijo para incrementar los clientes; esto con la ventaja de que también se aplicarán las campañas mediante la aplicación Instagram

Productos de Limpieza AMA

6.2.8. Procedimiento para la legalización

6.2.8.1. Requisitos y documentos

DIAN		Formulario del Registro Único Tributario		001	
2. Concepto 02 Actualización		4. Número de formulario 14820282711			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 1 0 0 1 3 3 0 7 7 2		6. DV 8		12. Dirección seccional Impuestos de Bogotá	
14. Buzón electrónico 3 2					
IDENTIFICACIÓN					
24. Tipo de contribuyente Persona natural o sucesión ilíquida 2		25. Tipo de documento Cédula de Ciudadanía 1 3		26. Número de Identificación 1 0 0 1 3 3 0 7 7 2	
27. Fecha expedición 2 0 2 1 0 2 0 9		28. País COLOMBIA 1 6 9		29. Departamento Bogotá D.C.	
30. Ciudad/Municipio Bogotá, D.C.		31. Primer apellido TORRES		32. Segundo apellido MONTOYA	
33. Primer nombre DANIEL		34. Otros nombres MAURICIO		35. Razón social	
36. Nombre comercial		37. Signo			
UBICACIÓN					
38. País COLOMBIA 1 6 9		39. Departamento Bogotá D.C.		40. Ciudad/Municipio Bogotá, D.C. 0 0 1	
41. Dirección principal CL 72 C # 110 B 45					
42. Correo electrónico danimaumont@hotmail.com					
43. Código postal 1 1 1 0 3 1		44. Teléfono 1 3 2 1 9 7 7 6 9 4 9			
45. Teléfono 2					
CLASIFICACIÓN					
46. Código 0 0 1 0		47. Fecha inicio actividad 2 0 2 1 0 8 0 1		48. Código 8 2 9 9	
49. Fecha inicio actividad 2 0 2 2 0 4 0 1		50. Código 1 2		51. Código	
52. Número establecimientos		53. Código 2 0			
Responsabilidades, Calidades y Atributos					
20. Obtención NIT					
Obligaciones aduaneras					Exportadores
54. Código					55. Forma
56. Tipo					57. Modo
58. CPC					59. Servicio
					60. Fecha
<p>IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación para uso exclusivo de la DIAN</p>					
61. Anexos SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		62. No. de Folios: 0		63. Fecha: 2022-03-27 12:39:43	
<p>La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1025 de 2010</p>					
<p>64. Nombre: TORRES MONTOYA DANIEL MAURICIO 65. Cargo: CONTRIBUYENTE</p>					

9 Requisitos y Documentos

Productos de Limpieza AMA



**FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO
EMPRESARIAL Y SOCIAL RUES**
HOJA 2

Diligencia a máquina o letra impresa los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras. En los términos del artículo 166 del Decreto 019 de 2012 y 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su publicidad.

Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio
Código Cámara y Fecha Radicación

INFORMACIÓN FINANCIERA

En los términos de la Ley, debe tomarse del balance de apertura o de los Estados Financieros con corte a 31 de diciembre del año anterior. Expresar las cifras en pesos colombianos. Datos sin decimales.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA				ESTADO DE RESULTADOS				
Activo Corriente	\$	_____	Pasivo Corriente	\$	_____	Ingresos Actividad Ordinaria	\$	_____
Activo No corriente	\$	_____	Pasivo No Corriente	\$	_____	Otros Ingresos	\$	_____
Activo Total	\$	_____	Pasivo Total	\$	_____	Costos de Ventas	\$	_____
			Patrimonio Neto	\$	_____	Gastos operacionales	\$	_____
			Pasivo + Patrimonio	\$	_____	Otros Gastos	\$	_____
			Balance Social (*)	\$	_____	Gastos por Impuestos	\$	_____
			<small>(*) Solamente si es Entidad sin Ánimo de Lucro</small>			Utilidad / Pérdida Operacional	\$	_____
						Resultado del Período	\$	_____

(Revisar las instrucciones del formulario RUES) GRUPO NIF

COMPOSICIÓN DEL CAPITAL EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS		1. NACIONAL	1.1. PÚBLICO _____ %	1.2. PRIVADO _____ %
		2. EXTRANJERO	2.1. PÚBLICO _____ %	2.2. PRIVADO _____ %
INDIQUE EL PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL CAPITAL SOCIAL _____ %				

SI ES UNA EMPRESA ASOCIATIVA DE TRABAJO

APORTES LABORALES	APORTES ACTIVOS	APORTES LABORALES ADICIONALES	APORTES EN DINERO	TOTAL APORTES
\$ _____ % _____	\$ _____ % _____	\$ _____ % _____	\$ _____ % _____	\$ _____ % _____

REFERENCIAS - ENTIDADES DE CRÉDITO		REFERENCIAS COMERCIALES	
1. NOMBRE _____	TELÉFONO _____	1. NOMBRE _____	TELÉFONO _____
2. NOMBRE _____	TELÉFONO _____	2. NOMBRE _____	TELÉFONO _____

ESTADO ACTUAL DE LA PERSONA JURÍDICA

CÓDIGO DEL ESTADO DE LA PERSONA JURÍDICA <small>(Revisar las instrucciones del formulario RUES)</small>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> OTRO ¿CUAL? _____	NÚMERO DE EMPLEADOS <small>(Obligatorio personas naturales y jurídicas)</small>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
NÚMERO TOTAL DE MUJERES QUE OCUPAN CARGOS DIRECTIVOS <small>(Obligatorio únicamente para personas jurídicas)</small>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	NÚMERO DE EMPLEADAS MUJERES <small>(Obligatorio personas naturales y jurídicas)</small>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
TIENE ESTABLECIMIENTOS, AGENCIAS O SUCURSALES:	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> CUÁNTOS _____	TIENE LA ENTIDAD IMPLEMENTADO UN PROCESO DE INNOVACIÓN	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
EMPRESA FAMILIAR <small>(Informar solo para fines estadísticos)</small>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	PORCENTAJE DE EMPLEADOS TEMPORALES (%)	_____

DETALLE DE LOS BIENES RAÍCES QUE POSEA
(En cumplimiento del artículo 32 del Código de Comercio)

MATRÍCULA INMOBILIARIA	MATRÍCULA INMOBILIARIA
DIRECCIÓN	DIRECCIÓN
BARRIO	BARRIO
MUNICIPIO	MUNICIPIO
DEPARTAMENTO	DEPARTAMENTO
PAÍS	PAÍS

LEY 1780 DE 2016

<small>DECLARO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE CUMPLO CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN LA LEY 1780 DE 2016 PARA ACCEDER A LOS BENEFICIOS DEL ARTÍCULO 3.</small> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	<small>SOLO EN CASO DE 1RA RENOVACIÓN Y HABIÉNDOSE ACOGIDO A LOS BENEFICIOS DE LA LEY 1780 DE 2016 AL MOMENTO DE LA MATRÍCULA.</small> <small>MANIFIESTO BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO QUE MANTENGO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL ARTÍCULO 2.2.2.41.5.2 DEL DECRETO 1074 DE 2015, REGLAMENTARIO DE LA LEY 1780 DE 2016.</small> CUMPLO <input type="checkbox"/> NO CUMPLO <input type="checkbox"/>
---	---

PROTECCIÓN SOCIAL

11 ¿ES APORTANTE AL SISTEMA DE SEGURIDAD Y PROTECCIÓN SOCIAL? SI NO

TIPO DE APORTANTE: <small>(Marque con una X la casilla que corresponda)</small>	APORTANTE CON 200 O MÁS COTIZANTES <input type="checkbox"/>	CUENTA CON MENOS 200 DE COTIZANTES <input type="checkbox"/>	APORTANTE BENEFICIARIO DEL ARTÍCULO 5 DE LA LEY 1429 DE 2010 <input type="checkbox"/>	APORTANTE INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/>
--	---	---	---	--

El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexo al mismo, es confiable, veraz, completa, exacta.

Nombre de la Persona Natural o Representante Legal de la Persona Jurídica _____ FIRMA _____ Documento de Identificación No. _____ CC <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> TI <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> PAÍS _____	Espacio para uso exclusivo de la Cámara de Comercio Firma y Sello de la Cámara de Comercio
--	--

Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (artículo 38 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)

Productos de Limpieza AMA

Por palabra clave

Búsqueda por palabra clave

Digite la palabra clave:

Sección >>				
Seleccionar	Código CIIU	SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	1701		Fabricación de pulpas (pastas) celulósicas; papel y cartón	Ver Nota
Seleccionar	2011		Fabricación de sustancias y productos químicos básicos	Ver Nota
Seleccionar	2022		Fabricación de pinturas, barnices y revestimientos similares, tintas para impresión y masillas	Ver Nota
Seleccionar	2023		Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir; perfumes y preparados de tocador	Ver Nota
Seleccionar	2029		Fabricación de otros productos químicos n.c.p.	Ver Nota
Seleccionar	3250		Fabricación de instrumentos, aparatos y materiales médicos y odontológicos (incluido mobiliario)	Ver Nota
Seleccionar	3290		Otras industrias manufactureras n.c.p.	Ver Nota

11 Homonimia

Clase:

No. -

Por nombre o razón social*

Escriba los primeros caracteres del nombre

Búsqueda por palabra clave

Por palabra clave

Registro mercantil

Digite el número de matrícula

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
					1

Productos de Limpieza AMA**6.2.8.2. De las personas**

Como debe ser la formalización laboral de su empresa en cuanto a afiliaciones a

EPS, fondos de Pensiones y ARL

Que normas debe tener en cuenta

6.2.8.3. De los contenidos

Inicialmente se debe contar con la licencia de funcionamiento que otorga el ente regulador, en este caso el INVIMA, junto con las fichas técnicas y hojas de seguridad de cada uno de los productos.

Productos de Limpieza AMA**CAPITULO V****7. Promoción Financiación y Operación****7.1. Recursos Financieros****7.1.1. Recursos propios Vs inversionistas, socios y asociados**

Inicialmente la empresa se constituirá únicamente con recursos propios adquiridos a través de un préstamo inicialmente, y de ahorros para constituir un capital amplio para el desarrollo y sostenimiento.

7.1.2. Créditos y prestamos

Debido a la facilidad, beneficios y políticas se escogerá la entidad financiera Bancolombia para solicitar un crédito de libre inversión inicialmente de \$6.000.000 para la adquisición de las licencias y permisos que serán necesarios y así iniciar el proceso de producción de los productos.

7.1.3. Fuentes de subvenciones ayudas y fondos concursales

Se ofrecen diferentes tipos de ayudas por parte de entidades del gobierno, pero principalmente se buscará de tipo económico mediante leyes como la ley de emprendimiento, facilitando el acceso a instrumentos financieros, como apoyos económicos importantes.

Además de eso, cursos gratuitos por parte de la cámara de comercio de Bogotá, sobre orientación tanto para la creación de empresas, como de asesorías en temas de estrategia comercial, mercadeo y ventas, trámites de internacionalización, entre otros.

Productos de Limpieza AMA

7.1.4. Identificación de fuentes de cooperación

7.2. Plan Pre operativo – puesta en marcha de la empresa

7.2.1. Cronograma de actividades

Actividad	Fecha inicial	duración	Fecha final
Planteamiento de la idea de negocio	9/02/2022	1 semana	17/2/2022
Diseño de la marca y del folleto	18/2/2022	1 día	18/2/2022
Perfil de cliente	9/2/2022	2 meses	9/4/2022
Estudio de mercados	9/2/2022	2 meses	9/4/2022
Muestra y encuesta de mercado	25/5/2022	1 mes	26/6/2022
Estudio de la competencia	25/5/2022	1 mes	26/6/2022
Estrategia de comercialización	1/6/2022	2 meses	1/8/2022
Normas técnicas tributarias y legales	1/6/2022	1 mes	1/7/2022
Presupuesto compra, venta, nomina	1/6/2022	2 semanas	16/6/2022
Presupuesto Gastos e inversión y financiación	1/6/2022	2 semanas	16/6/2022
Lienzo CANVAS	8/5/2022	1 día	8/5/2022
Entrega final y sustentación	9/5/2022	1 día	8/5/2022

Tabla 28 Cronograma de Actividades

7.2.2. Recursos físicos, humanos, técnicos y financieros iniciales

Derechos de Inscripción	\$ 43.000
Radicación RUES	\$ 5.800
Salarios	\$ 8.273.000
Asesorias	\$ -
Redes sociales	\$ 200.000
Transportes	\$ 200.000
Capacitación	\$ -
Fichas Técnicas	\$ 3.000.000
Licencias	\$ 4.406.466

Productos de Limpieza AMA

7.2.3. Lienzo CANVAS

<p>ALIANZAS CLAYES</p>  <p>PROVEEDORES: 1 - CIACOMEQ S.A.S. 2 - QUIMICERAS S.A.S. 3 - COLFOPLAS S.A.S. 4 - 5 - 6 - 7 -</p> <p>Aliados estrategicos que cumplen con la promesa de valor de la empresa la cual es la calidad y los productos amigables con el medio ambiente</p> <p>INSTITUCIONES: 1 - Camara de Comercio de Bogotá 2 -</p> <p>Institución que brinda asesorias al momento de estructuración y puesta en marcha del proyecto</p> <p>ENTIDADES FINANCIERAS (BANCOS) O DE FINANCIAMIENTO (OTRAS INSTITUCIONES): 1 - Fondo Emrender 2 -</p> <p>Institución que brinda apoyo economico importante para la puesta en marcha de proyectos nuevos e innovadores</p>	<p>ACTIVIDADES CLAYES</p>  <p>Nuestro producto o servicio consiste L... Cotización y compra de insumos y materia prima. realización acorde a entregas programadas, despacho de mercancías</p> <p>Conocimiento, organización, innovación</p> <p>Mediante diferentes metodos de ventas, mas orientados hacia la cercanía con el cliente buscando satisfacer sus necesidades de una forma mas sencilla</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p>  <p>Empresa productora y comercializadora de productos para la limpieza tanto del hogar como de locales de ventas, satisfaciendo la necesidad del aseo y el higiene de los espacios donde se encuentren las personas</p> <p>VALOR AGREGADO Costos, calidad, atención y/o cercanía con el cliente</p> <p>MOTIVACIONES DE COMPRA - Facilidad para acceder a el, cumplimiento de expectativas, variedad</p> <p>VALORES CORPORATIVOS - Honestidad - Calidad - Puntualida - Competitiv - Responssa</p>	<p>RELACIÓN CON CLIENTES</p>  <p>PUBLICIDAD Facebook, Instagram</p> <p>PROMOCIONES Despues de cierta cantidad de productos adquiridos, manejo de precios menores (al por mayor), recarga o reenvase del producto a menor precio.</p> <p>FORMA DE PAGO Pagos al recibir los productos para garantizar y aumentar la confianza ademas de la facilidad de realizar por medios digitales como Nequi o Daviplata</p> <p>CANALES Se manejarán canales de distribución por medio de 0</p> <p>Nuestra empresa se ubicará en el barrio Villa Amalia, de la localidad de Engativá, Calle 72c # 110b-45</p> <p>Nuestros principales clientes se encuentran ubicados en las localidades de Engativá, Puente Aranda y Fontibon.</p>	<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p>  <p>GEOGRÁFICOS País Colombia Ciudad Bogotá Localidad Engativá</p> <p>Barrios Villa Gladys, Villa Amalia, Villas del C</p> <p>Tamaño 2,000,000</p> <p>Población Urbana Clima Frio</p> <p>DEMOGRÁFICOS Ingresos Entre 1 y 3 SMMLV Edad Entre 23 y 50 años Género Masculino - Femenino Clase Social Media Escolaridad Bachiller Ocupación Empleados, amas de casa</p> <p>PSICOGRÁFICOS Gustos y Preferencias Productos que faciliten sus labores, generando recuerdos y experiencias satisfactorias, pero del Cliente</p> <p>CONDUCTUALES Beneficios Deseados Los clientes buscan ahorro, calidad, conveniencia, puntualidad Frecuencia de Uso Se utilizan minimo 4 veces por mes, es decir, 1vez por semana Etapa de Preparación Informado Actitud hacia el producto Bajo conocimiento, pero satisfactoria</p>																					
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>- TOTAL INVERSION CAPITAL DE TRABAJO \$ 6.666.000</p> <p>- TOTAL GASTOS FIJOS: \$ 570.000</p> <p>- TOTAL COSTOS VARIABLES: \$ 0</p> <p>- PRECIO DE VENTA: \$ 22.000</p> <p>- MARGEN DE CONTRIBUCIÓN: \$ 22.000</p> <p>- PUNTO DE EQUILIBRIO: 26 UNIDADES</p>	<p>INGRESOS SON RECIBIDOS PRINCIPALMENTE F O</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>CONCEPTO</th> <th>MES 1</th> <th>MES 2</th> <th>MES 3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. UNIDADES A VENDER</td> <td>\$ 500</td> <td>\$ 700</td> <td>\$ 900</td> </tr> <tr> <td>2. INGRESOS VENTAS</td> <td>\$ 11.000.000</td> <td>\$ 15.400.000</td> <td>\$ 19.800.000</td> </tr> <tr> <td>3. (-) GASTOS FIJOS</td> <td>\$ 570.000</td> <td>\$ 570.000</td> <td>\$ 570.000</td> </tr> <tr> <td>4. (-) COSTOS VARIABLES</td> <td>\$ 0</td> <td>\$ 0</td> <td>\$ 0</td> </tr> <tr> <td>5. (+) UTILIDAD</td> <td>\$ 10.430.000</td> <td>\$ 14.830.000</td> <td>\$ 19.230.000</td> </tr> </tbody> </table>	CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	1. UNIDADES A VENDER	\$ 500	\$ 700	\$ 900	2. INGRESOS VENTAS	\$ 11.000.000	\$ 15.400.000	\$ 19.800.000	3. (-) GASTOS FIJOS	\$ 570.000	\$ 570.000	\$ 570.000	4. (-) COSTOS VARIABLES	\$ 0	\$ 0	\$ 0	5. (+) UTILIDAD	\$ 10.430.000	\$ 14.830.000	\$ 19.230.000
CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3																						
1. UNIDADES A VENDER	\$ 500	\$ 700	\$ 900																						
2. INGRESOS VENTAS	\$ 11.000.000	\$ 15.400.000	\$ 19.800.000																						
3. (-) GASTOS FIJOS	\$ 570.000	\$ 570.000	\$ 570.000																						
4. (-) COSTOS VARIABLES	\$ 0	\$ 0	\$ 0																						
5. (+) UTILIDAD	\$ 10.430.000	\$ 14.830.000	\$ 19.230.000																						

- INTEGRANTES**
- Daniel Mauricio Torres Montoya
 - 0
 - 0
 - 0

Negocios internacionales
FICHA-RUTA: 0
SEDE:
JORNADA:
FECHA: 10 de mayo de 2022

12 Lienzo CANVAS

Productos de Limpieza AMA**8. Conclusiones**

En la elaboración de este trabajo de grado aprendí como desarrollar una idea de negocio, ya que por medio de cada una de las planificaciones de empresa que estudié en la universidad me sirvió para empezar a analizar los diferentes factores, fortalezas y debilidades de cada una de las actividades que esto requiere haciendo énfasis en que el proyectar hasta el más mínimo detalle se convierte en una ventaja más adelante

La parte de mercadeo es bastante amplia y requiere de mucho esfuerzo, ya que actualmente hay ejemplos donde las empresas realizan grandes inversiones en este tema, se debe tener muy en cuenta ya que de este depende que el proyecto funcione y que las ganancias que se deseen obtenerse den.

En cuanto a la parte legal, se adquiere un gran conocimiento de los documentos legales que se necesitan para la formalización de una empresa.

Conclusiones sobre la parte financiera

La remuneración obtenida por cualquier tipo de propiedad y después de un estudio financiero nos muestra una sostenibilidad y una remuneración satisfactoria, haciendo la salvedad de que se espera un crecimiento regularizado acorde al nivel de ventas y la disminución de los costos de producción.

Este análisis no solo hace estudio de los costos y los beneficios que obtenemos, sino que también hacen parte los aspectos sociales, territoriales y ambientales. Esto lo

Productos de Limpieza AMA

aplicamos para escoger entre las distintas opciones que tenemos para buscar la virtud principal, la diversidad de criterio que se emplean para tomar las mejores decisiones. La empresa en su inicio requiere de una atención muy cautelosa para tener una buena ganancia debemos invertir mucho, con esto podemos tanto perder muchas cosas para poder ganar otras. Teniendo en cuenta la investigación y el resultado del análisis realizado en este trabajo, que además de tener números que nos refleja la rentabilidad de Productos de Limpieza AMA, es de esfuerzo y dedicación.

Productos de Limpieza AMA

9. Referencias.

Trabajos citados

ALEJANDRO, B. S. (2017). *Universidad Católica* . Obtenido de

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15629/1/CREACION%20DE%20UNA%20COMERCIALIZADORA%20DE%20PRODUCTOS%20DE%20ASEO.pdf>

Bernal Santos, D. A., & Veloza Barahona, J. A. (2017). *CREACIÓN DE COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE ASEO*. Bogotá.

CIACOMEQ. (08 de 05 de 2022). *CIACOMEQ*. Obtenido de <https://www.ciacomeq.com/>

COLFOPLAS. (08 de 05 de 2022). *COLFOPLAS*. Obtenido de <http://colfoplas.com.co/>

DANE. (12 de 08 de 2021). *DANE*. Obtenido de DANE: <https://www.dane.gov.co/>

QUIMICERAS. (08 de 05 de 2022). *QUIMICERAS*. Obtenido de <http://quimiceras.com/>

SALUD CAPITAL. (16 de 08 de 2006). *SALUD CAPITAL*. Obtenido de

http://autorregulacion.saludcapital.gov.co/leyes/Resolucion_2827_de_2006.pdf

Productos de Limpieza AMA