

NOMBRE DEL TRABAJO

**FINAL\_PLAN DE NEGOCIO\_Daniela y Yenyfer Montaña.docx**

AUTOR

**Daniela Montaña Portocarrero**

RECUENTO DE PALABRAS

**12584 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**71689 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**97 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**4.8MB**

FECHA DE ENTREGA

**Jul 19, 2023 8:35 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Jul 19, 2023 8:36 PM GMT-5****● 12% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 11% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

**● Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



40

**Plan de negocios para la producción y exportación a los Estados Unidos de América de jabones artesanales a base de glicerina natural Narám.**

Daniela Montaña Portocarrero  
10311822666

Jennyfer Montaña Portocarrero  
10701821293

<sup>1</sup> Universidad Antonio Nariño  
Programa Administración de Empresas y Comercio Internacional  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Bogotá D.C, Colombia  
Mayo 2023

**Plan de negocios para la producción y exportación a los Estados Unidos de América de jabones artesanales a base de glicerina natural Narám.**

Daniela Montaña Portocarrero  
10311822666

Jennyfer Montaña Portocarrero  
10701821293

1 Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de: Administración de Empresas y Comercio Internacional

Directores

Josué Vladimir Ramírez Tarazona  
Raul A. Mancera de la Peña

1 Universidad Antonio Nariño  
Programa Administración de Empresas  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Bogotá, Colombia  
Mayo 2023



## NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado Plan de negocios para la producción y exportación a los Estados Unidos de América de jabones artesanales a base de glicerina natural Narám cumple con los requisitos para optar al título de Administrador de Empresas.

\_\_\_\_\_.

Firma del Tutor

\_\_\_\_\_.

Firma Jurado

\_\_\_\_\_.

Firma Jurado

Bogotá, 2023.

## Tabla de contenido

<b>Agradecimientos</b>	<b>16</b>
<b>Resumen</b>	<b>17</b>
<b>Abstract</b>	<b>18</b>
<b>Introducción</b>	<b>19</b>
<b>1. Estudios preliminares</b>	<b>20</b>
1.1 Planteamiento del problema	20
1.2 Objetivos del Proyecto	20
1.3 Alcance	21
1.4 Justificación	21
<b>2. Metodología</b>	<b>23</b>
<b>1</b> 2.1. Fuentes de información secundarias	23
2.2. Definición y justificación del tipo de estudio.	23
<b>3. Estudio de mercado</b>	<b>24</b>
3.1. Análisis de los Antecedentes	24
3.1.1. Producto	24
3.1.2. Características del consumidor	30

3.1.3. <sup>8</sup> Análisis de la Demanda	32
3.1.4. Análisis de la Oferta	34
3.1.5. Análisis de Precios	35
3.1.6. Sistemas de Comercialización	37
3.2. Proyecciones de Mercado	38
<sup>19</sup> 3.2.1. Proyección de la Demanda	38
3.2.2. Proyección de la Oferta	39
3.2.4. Proyección de Precios	41
3.2.5. Sistema de Comercialización para utilizar	41
<b>4. Estudio técnico</b>	<b>43</b>
4.1. Tamaño.	43
<sup>1</sup> 4.2. Localización: macro localización y micro localización tanto del país de origen como del país de destino	44
4.2.1. Macro localización país de origen	44
4.2.2. Micro localización país de origen	45
4.2.3. Macro localización país destino	47
4.2.4. Micro localización país destino.	48
<sup>1</sup> 4.3. Ingeniería del proyecto (Logística): Proceso de Importación o exportación del bien o servicio, Proceso de Producción, Distribución de la planta y/o bodega.	49

4.3.1. Proceso y pasos de la exportación de jabones Narám	49
4.3.2. Envase y empaque	49
4.3.3. Embalaje	50
4.3.4. Etiqueta	51
4.3.5. Unitarización	52
4.3.6. Contenerización	52
4.3.7. Transporte internacional	53
4.3.8. Transporte interno	54
4.3.9. Proceso de producción y fabricación	55
4.3.10. Distribución de la planta	57
<b>5. Estudios administrativos</b>	<b>59</b>
5.1. Impacto empresarial generado con el proyecto:	59
5.2. Estructura Organizacional	60
<b>6. Estudio legal</b>	<b>62</b>
6.1. Tipo de empresa a crear o reestructurar	62
6.2. Requisitos legales de constitución	62
6.3. Normatividad aplicable en para el producto tanto en el país de origen como en el de destino general.	63
6.3.1. País de origen	63



6.3.2. País destino	64
<b>7. Estudio financiero</b>	<b>65</b>
7.1. Inversiones y fuentes de financiación (balance preoperativo)	65
7.1.2 Fuentes de Financiamiento	66
7.2. Presupuestos de Costos, Gastos e Ingresos	67
7.2.1 Gastos Operativos	67
7.2.2 Costos de Producción <sup>32</sup>	69
7.2.3 Ingresos	71
<b>7.3. Determinación de los costos unitarios de exportación o importación</b>	<b>72</b>
7.4. Estado de resultados del proyecto	73
7.5. Flujo de caja del proyecto	74
7.6. Análisis del punto de equilibrio	74
<b>8. Evaluación financiera</b>	<b>76</b>
8.1. Valor Presente neto – VPN	76
8.2. Tasa Interna de retorno -TIR	76
8.3. Periodo de recuperación de la inversión – PRI	77
8.4. Análisis de sensibilidad	77
<b>9. Impacto social y ambiental</b>	<b>79</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>80</b>

Bibliografía

**Error! Bookmark not defined.**

**Bibliografía**

**82**

### Lista de figuras

<b>Figura 1</b> Ficha Técnica Aduanera DIAN.....	29
<b>Figura 2</b> Ficha técnica documento soporte DIAN .....	30
<b>Figura 3</b> Gastos en productos de belleza en el mundo, ingresos per cápita en productos cosméticos y de cuidado personal 2021.....	32
<b>Figura 4</b> Sistema de comercialización .....	37
<b>Figura 5</b> Rutas marítimas Colombia Cartagena.....	37
<b>Figura 6</b> Sistema de comercialización .....	42
<b>Figura 7</b> Mapa de Colombia .....	44
<b>Figura 8</b> Mapa de Bogotá con sus localidades.....	45
<b>Figura 9</b> Mapa de los Estados Unidos de América.....	47
<b>Figura 10</b> División política Nueva York.....	48
<b>Figura 11</b> Envase, caja de micro corrugado plegadiza. ....	49
<b>Figura 12</b> Empaque, caja para embalaje .....	50
<b>Figura 13</b> Etiqueta y tabla de ingredientes.....	51
<b>Figura 14</b> Paso a paso unitarización .....	52
<b>Figura 15</b> Carga en el contenedor .....	53
<b>Figura 16</b> Recorrido puerto de Cartagena hacia el puerto de Boston. ....	54
<b>Figura 17</b> Transporte de la mercancía en camión.....	54
<b>Figura 18</b> Flujo de producción.....	57
<b>Figura 19</b> Distribución de la planta.....	58
<b>Figura 20</b> Proceso industrial .....	58

<b>Figura 21</b> Estructura organizacional .....	60
<i>Fuente: Figura 22 Estructura organizacional. Elaboración propia 2023 .....</i>	<i>60</i>
<b>Figura 23</b> Documentos soporte exportación .....	64
<b>Figura 24</b> Descripción de la mercancía.....	64

### Lista de tablas

<b>Tabla 1</b> Jabón artesanal natural de Avena a base de glicerina natural .....	25
<b>Tabla 2</b> <i>Jabón artesanal natural de Manzanilla a base de glicerina natural</i> .....	25
<b>Tabla 3</b> Jabón artesanal natural de Azufre a base de glicerina natural .....	26
<b>Tabla 4</b> Jabón artesanal natural de Limón a base de glicerina natural.....	26
<b>Tabla 5</b> Jabón artesanal natural de Café a base de glicerina natural.....	27
<b>Tabla 6</b> Jabón artesanal natural de Leche a base de glicerina natural.....	27
<b>Tabla 7</b> Jabón artesanal natural de Miel a base de glicerina natural.....	28
<b>Tabla 8</b> Jabón artesanal natural de Glicerina Pura.....	28
<b>Tabla 9</b> Comercio bilateral entre Colombia y <sup>11</sup> United States of America Product: 34 Soap, organic surface-active agents, washing preparations, lubricating preparations, artificial ... ..	33
<b>Tabla 10</b> Participación y crecimiento <sup>12</sup> de las exportaciones de Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, ... 2018-2022.....	34
<b>Tabla 11</b> Precio de venta por unidad Jabones Narám en dólar estadounidense y peso colombiano .....	36
<b>Tabla 12</b> Proyecciones de la demanda de jabones Narám a los estados unidos. ....	38
<b>Tabla 13</b> Proyecciones de la oferta de jabones Narám hacia los estados unidos. ....	39
<b>Tabla 14</b> Demanda potencial o insatisfecha de jabones naturales .....	40
<b>Tabla 15</b> Proyección precio unitario .....	41
<b>Tabla 16</b> Información de exportación .....	49
<b>Tabla 17</b> Diagrama de flujo de producción.....	55
<b>Tabla 18</b> Cargos y salarios .....	60

<b>Tabla 19</b> Gastos de puesta en marcha a continuación.....	66
<b>Tabla 20</b> Fuentes de Financiación.....	67
<b>Tabla 21</b> Gatos Administrativos a continuación.....	68
<b>Tabla 22</b> Gatos de Ventas .....	68
<b>Tabla 23</b> Gatos Operativos.....	69
<b>Tabla 24</b> Costos Materias Primas Jabón de Café.....	69
<b>Tabla 25</b> Costos Materias Primas Jabón de limon .....	70
<b>Tabla 26</b> Costos de materias primas unitarios promedios.....	70
<b>Tabla 27</b> Punto de equilibrio para la producción por unidades.....	71
<b>Tabla 28</b> Ingresos anuales .....	71
<b>Tabla 29</b> Matriz de mercado .....	72
<b>Tabla 30</b> Costos de exportación .....	72
<b>Tabla 31</b> Estado de Resultados .....	73
<b>Tabla 32</b> Flujo de Caja.....	74
<b>Tabla 33</b> Margen de Contribución Ponderado .....	74
<b>Tabla 34</b> Punto de Equilibrio .....	75
<b>Tabla 35</b> Costos de producción inventariables .....	75
<b>Tabla 36</b> VPN .....	76
<b>Tabla 37</b> TIR .....	76
<b>Tabla 38</b> Periodo de Recuperación de la Inversión.....	77
<b>Tabla 39</b> Análisis de Sensibilidad.....	77

## Índice de Anexos

<b>39</b>	<b>Anexo 1 Comercio bilateral entre Colombia y los Estados Unidos de América</b> .....	88
	<b>Anexo 2 Participación y crecimiento</b> <sup>12</sup> <b>de las exportaciones de Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, ... 2018-2022</b> .....	88
	<b>Anexo 3 Precio de venta por unidad Jabones Narám en dólar estadounidense y peso colombiano</b> .....	88
	<b>Anexo 4 Proyección Oferta, Demanda y precio</b> .....	89
	<b>Anexo 5 Cargos y salarios</b> .....	90
	<b>Anexo 6 Gastos de puesta en marcha a continuación</b> .....	90
	<b>Anexo 7 Gastos administrativos, ventas y operativos</b> .....	91
	<b>Anexo 8 Costos de producción (costos materias primas)</b> .....	92
	<b>Anexo 9 Punto de equilibrio</b> .....	95
	<b>Anexo 10 Proyecciones</b> .....	96
	<b>Anexo 11 Salidas y Criterios de Decisión</b> .....	97

## Abreviaturas

**13 Glicerina:** Sustancia incolora, viscosa y de sabor dulce, que se obtiene de grasas y aceites animales y vegetales; se emplea en la industria farmacéutica y cosmética, y para obtener nitroglicerina.

**B2B:** Tipo de comercialización directamente desde el fabricante a distribuidores comerciales.

**B2C:** Tipo de comercialización directamente desde el fabricante al cliente final.



## **Agradecimientos**

Inicialmente dedicamos este trabajo de grado a Dios por haber hecho posible el llegar a este punto de nuestra vida, por acompañarnos y protegernos en toda ocasión.

A nuestra madre, quien nos ha apoyado, guiado y motivado desde nuestro nacimiento hasta este momento, además, de ser quien ha tenido un protagonismo especial en que haya sido posible alcanzar esta etapa en nuestra formación.

Finalmente, a la industria y artistas kpop, los cuales han influenciado en nuestra persona cualidades positivas y significativas desde nuestra adolescencia que han sido vitales para alcanzar esta meta personal.

## Resumen

Narám es un emprendimiento, el cual<sup>42</sup> consiste en la elaboración de jabones artesanales naturales a base de glicerina pura, sin aditivos químicos artificiales o compuestos salinos. La marca produce diferentes tipos de jabones naturales divididos en líneas comerciales como: *Jabones Cereales y herbales, J frutales, Leche, miel y Glicerina Pura*, las cuales son creadas al entender, y<sup>26</sup> con el objetivo de satisfacer, las necesidades específicas de los diferentes tipos de piel de los consumidores.

A continuación, se introducirán las características de aspecto técnico de los productos ofrecidos; administrativo: como el tipo de empresa, estructura organizacional, análisis de competencia y segmentación de mercado; financiero: con costos, proyecciones y análisis que presente la viabilidad del emprendimiento y en el aspecto comercial de la marca: con análisis para la distribución B2B y B2C de los productos Narám a nivel nacional e internacional.

Para el desarrollo de estos puntos se han realizado búsquedas de información en artículos académicos, blogs de portales web, portales de e-commerce, consulta en redes sociales.

**Palabras clave:** jabones artesanales, emprendimiento, glicerina, proyección, exportación

### **Abstract**

Narám is a brand of natural handmade soaps made from pure glycerin, without artificial chemical additives or salt compounds. The brand produces diverse types of natural soaps divided into commercial lines, which are created by understanding, and with the aim of satisfying, the specific needs of consumers' different skin types.

Following, the technical characteristics of the offered products will be introduced; administrative: such as the type of company, organizational structure, competition analysis and market segmentation; financial: with costs, projections and analysis that presents the viability of the entrepreneurship and in the brand's commercial aspect: with analysis for the B2B and B2C distribution of Narám products.

For the development of these points, information searches have been conducted in academic articles, web portal blogs, e-commerce portals, consultation on social networks and primary research resources.

**Keywords:** handmade soaps, entrepreneurship, glycerin, projection, export

## Introducción



Narám es un emprendimiento familiar productor y comercializador de jabones naturales a base de glicerina pura de fabricación artesanal con diseños elegantes e innovadores. Estos jabones de glicerina de Narám se identifican como pertenecientes a los productos de belleza biológicos; ya que se realizan en un 80% de glicerina pura y el porcentaje restante con elementos naturales, los cuales, no han pasado por ningún procesamiento previo a su uso para la fabricación.

La fabricación de estos jabones nace de la identificación de la necesidad creciente de productos más naturales y con menos químicos dañinos que perjudiquen la salud de la piel y, así mismo, se busca disminuir el impacto ambiental por la fabricación de productos de primera necesidad. Como factor agregado se ha realizado un análisis del mercado ya existente productos similares y Narám se diferencia entre estos, al presentar diseños atractivos, elegantes e innovadores que permiten añadir un aspecto decorativo en particular al ambiente en el que se ubiquen, generalmente, la ducha.

Adicionalmente este proyecto busca mostrar la viabilidad de exportar jabones artesanales de glicerina correspondientes a el emprendimiento Narám a Estados Unidos, dando a conocer los aspectos característicos del producto como se mencionó anteriormente, en este caso los jabones de glicerina, junto con todos los parámetros involucrados en la exportación al país seleccionado, factores que abarcan desde los valores económicos hasta la misma aceptación del producto en este mercado, atrayendo la demanda de una población en específico, donde se brinda una propuesta de valor alternativa a las marcas comunes de jabones químicos.

## 1. Estudios preliminares

### 1.1 Planteamiento del problema

La cosmética natural y ecológica es cada vez más relevante. A su vez, los mercados ven este hecho reflejado en un aumento sustancial de la demanda. (Bioecoactual, 2021).

La tendencia hacia la sostenibilidad y una gama de cosméticos naturales en rápido crecimiento, con y sin certificación ecológica, está impregnando todo el mercado de la cosmética. Como resultado, las condiciones generales están cambiando (Bioecoactual, 2021)

Teniendo en cuenta lo anterior mencionado, se puede deducir a su vez que el consumo de jabones artesanales y naturales se ha convertido en un interés generalizado a nivel internacional, demostrando un gran aumento en la demanda de este tipo de productos, y por tanto, se han abierto nuevos mercados de productos con una gran posibilidad de crecimiento global; y, por tanto, en este trabajo se comprobará si ¿Es el emprendimiento familiar Narám viable a nivel internacional en el mercado estadounidense?

### 1.2 Objetivos del Proyecto

**Objetivo General:** Elaborar y presentar el plan de negocios correspondiente al emprendimiento de jabones artesanales NARAM teniendo en cuenta las características técnicas necesarias para su producción y comercialización internacional que se deben tener en cuenta para la exportación a Estados Unidos.

#### Objetivos específicos:

Presentar la estructura administrativa necesaria para la puesta en marcha del emprendimiento Narám.

Exponer las características de producción para la fabricación de los productos de la marca Narám.

Determinar la viabilidad financiera y administrativa del emprendimiento Narám para exportación

### **1.3 Alcance**

Establecer la estructura administrativa, organizacional y financiera para realizar la producción de los diferentes jabones Narám en la ciudad de Bogotá, Colombia, implementando procesos claros de fabricación.

Definir los procesos para la exportación de jabones hacia los Estados Unidos de América, considerando la cadena logística y los diferentes parámetros existentes para el movimiento de la mercancía entre las dos naciones, teniendo en cuenta las razones por las que Estados Unidos de América es el mercado objetivo para la venta de los jabones Narám. Sus tendencias de consumo con respecto a productos como jabones naturales, la amplitud del mercado y aunque ellos también producen productos similares, estos no abarcan el mercado local y permiten, de manera amplia, la llegada de competencia directa que pueda satisfacer la demanda creciente.

### **1.4 Justificación**

Narám es un producto que hace parte del sector secundario de la economía y más específicamente en Cosméticos y artículos de aseo, productos que como se vio anteriormente, representan un gran mercado, por ellos se desea crear esta propuesta como emprendimiento atrayente no sólo por su función principal de limpiar y perfumar a las personas, sino que se espera con esta idea de negocio ofrecer un experiencia saludable para el cliente final y que a su vez sea un producto amigable con el medio ambiente. Se proyecta que la producción de jabón sea en Colombia, en la ciudad de Bogotá mediante técnicas artesanales a partir de ingredientes naturales como la glicerina como insumo principal acompañado de algunas esencias de

igual manera naturales. Ahora bien, se desea realizar la exportación de este producto para la venta en el mercado estadounidense específicamente para la ciudad de Nueva York.

## **2. Metodología**

### **2.1. Fuentes de información secundarias**

Las fuentes que se consultaron para la elaboración de este documento fueron fuentes de información secundaria de naturaleza mixta, ya que se consultaron documentos estadísticos de consumo de páginas como, Procolombia, Trade Map, Legis Comex, Census, cámara de comercio de Bogotá y Cali, trabajos de grado de la misma línea de investigación, Blogs informáticos de referencia, fuentes oficiales y páginas web como mapamundi, DIAN, Banco de la República, FDA, Invima, Junior aduanas, Procomer, Searates, econtainers y Datos macro, que proporcionan información relacionada con oferta, demanda y producto de la misma línea de Narám en Colombia y a nivel internacional además del mercado alrededor del producto y las oportunidades de este a nivel internacional.

### **2.2. Definición y justificación del tipo de estudio.**

Para realizar este trabajo se consultaron diferentes fuentes de información secundaria con el fin de evaluar la viabilidad de exportar los jabones a base de glicerina de la marca Narám a los Estados Unidos de América.

Se realiza el estudio de acuerdo con los últimos datos económicos recopilados por paginas como Trade map, datos macro, procolombia, Legis Comex y demás, además de realizar la comprensión y el análisis de los datos acorde con el análisis de datos e información.

Con esta información se espera comprobar y dar una vista más amplia de los factores económicos y financieros tras el proceso de fabricación y exportación de los jabones Narám, con datos de los últimos años, recolectados por las páginas y entidades mencionadas anteriormente.



## 3. Estudio de mercado

### 3.1. Análisis de los Antecedentes

#### 3.1.1. Producto

Jabones Narám ofrece un excelente producto a base de glicerina 100% natural y sin procesos químicos o industriales previos a su fabricación individual. Son jabones con una gama de variedad amplia, cada uno fabricado a partir de una necesidad individual teniendo en cuenta los tipos y necesidades de las diversas pieles.

Jabones Narám se encuentran en cinco líneas comerciales:

- **Jabones cereales y herbales** compuestos por: *Jabón de avena, Jabón de manzanilla y Jabón de rosas*
- **Jabones frutales** compuestos por: *Jabón de limón y Jabón de café*
- **Jabón de leche**
- **Jabón de miel**
- **Jabón de glicerina**

De los que se derivan ocho tipos diferentes de jabones con características específicas, tales como:

- Jabón de avena


**Tabla 1 Jabón artesanal natural de Avena a base de glicerina natural**

í t e m	Descripción
Producto específico:	Jabón artesanal natural de Avena a base de glicerina natural 
í t e m	Descripción
Nombre comercial:	Jabón artesanal natural de Avena a base de glicerina natural
Unidad de medida:	Se comercializará por medio de empaques individuales, cada uno con un peso promedio de 100 Gramos.
Descripción general:	Composición sólida y compacta. Jabón individual fabricado a base de glicerina, hojuelas de avena y colágeno. Su forma física de corazón, rosa o aro festivo. Especial para seca con propiedades hidratantes
Condiciones especiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar el jabón natural sobre la piel húmeda masajeando con suaves movimientos circulares, retirar con abundante agua.</li> <li>• Usar diariamente.</li> <li>• De uso externo.</li> <li>• Evitar contacto directo con los ojos</li> </ul> Si observa alguna reacción desfavorable suspenda su uso.

Fuente: Elaboración propia 2022

- Jabón de manzanilla


**Tabla 2 Jabón artesanal natural de Manzanilla a base de glicerina natural**

í t e m	Descripción
Producto específico:	Jabón artesanal natural de Manzanilla a base de glicerina natural 
í t e m	Descripción
Nombre comercial:	Jabón artesanal natural de Manzanilla a base de glicerina natural
Unidad de medida:	Se comercializará por medio de empaques individuales, cada uno con un peso promedio de 100 Gramos.
Descripción general:	Composición sólida y compacta. Jabón individual fabricado a base de glicerina, flor de manzanilla. Su forma física de corazón, rosa o aro festivo. Especial para piel delicada, con propiedades enflorantes
Condiciones especiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar el jabón natural sobre la piel húmeda masajeando con suaves movimientos circulares, retirar con abundante agua.</li> <li>• Usar diariamente.</li> <li>• De uso externo.</li> <li>• Evitar contacto directo con los ojos</li> </ul> Si observa alguna reacción desfavorable suspenda su uso.

Fuente: Elaboración propia.

- Jabón de Azufre

**Tabla 3 Jabón artesanal natural de Azufre a base de glicerina natural**

Ítem	Descripción
Producto específico:	Jabón artesanal natural de Azufre a base de glicerina natural 
Ítem	Descripción
Nombre comercial:	Jabón artesanal natural de Azufre a base de glicerina natural
Unidad de medida:	Se comercializará por medio de empaques individuales, cada uno con un peso promedio de 100 Gramos.
Descripción general:	Composición sólida y compacta. Jabón individual fabricado a base de glicerina y azufre. forma física de corazón, rosa o aro festivo. Especial para delicada con propiedades desinfectantes.
Condiciones especiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar el jabón natural sobre la piel húmeda masajeando con suaves movimientos circulares, retirar con abundante agua.</li> <li>• Usar diariamente</li> <li>• De uso externo</li> <li>• Evitar contacto directo con los ojos</li> </ul> Si observa alguna reacción desfavorable suspenda su uso.

Fuente: *Elaboración propia*

- Jabón de limón

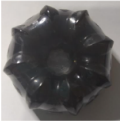
**Tabla 4 Jabón artesanal natural de Limón a base de glicerina natural**

Ítem	Descripción
Producto específico:	Jabón artesanal natural de Limón a base de glicerina natural 
Ítem	Descripción
Nombre comercial:	Jabón artesanal natural de Limón a base de glicerina natural
Unidad de medida:	Se comercializará por medio de empaques individuales, cada uno con un peso promedio de 100 Gramos.
Descripción general:	Composición sólida y compacta. Jabón individual fabricado a base de glicerina, esencia de limón, fibra de limón, gotas de limón. Su forma física de corazón, rosa o aro festivo. Especial para piel grasa y de perfecto para tratar el acné
Condiciones especiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar el jabón natural sobre la piel húmeda masajeando con suaves movimientos circulares, retirar con abundante agua.</li> <li>• Usar diariamente</li> <li>• De uso externo</li> <li>• Evitar contacto directo con los ojos</li> </ul> Si observa alguna reacción desfavorable suspenda su uso.

Fuente: *Elaboración propia*

- Jabón de café


**Tabla 5 Jabón artesanal natural de Café a base de glicerina natural**

í t e m	Descripción
Producto específico:	Jabón artesanal natural de Café a base de glicerina natural 
í t e m	Descripción
Nombre comercial:	Jabón artesanal natural de Café a base de glicerina natural
Unidad de medida:	Se comercializará por medio de empaques individuales, cada uno con un peso promedio de 100 Gramos.
Descripción general:	Composición sólida y compacta. Jabón individual fabricado a base de glicerina, granos crudos molidos de café natural y aceite de oliva. Su forma física de corazón, rosa o aro festivo. Especial para piel mixta y de característica exfoliante.
Condiciones especiales:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar el jabón natural sobre la piel húmeda masajeando con suaves movimientos circulares, retirar con abundante agua.</li> <li>• Usar diariamente.</li> <li>• De uso externo.</li> <li>• Evitar contacto directo con los ojos</li> </ul> Si observa alguna reacción desfavorable suspenda su uso.

Fuente: Elaboración propia

- Jabón de leche

**Tabla 6 Jabón artesanal natural de Leche a base de glicerina natural**

í t e m	Descripción
Producto específico:	Jabón artesanal natural de Leche a base de glicerina natural 
í t e m	Descripción
Nombre comercial:	Jabón artesanal natural de Leche a base de glicerina natural
Unidad de medida:	Se comercializará por medio de empaques individuales, cada uno con un peso promedio de 100 Gramos.
Descripción general:	Composición sólida y compacta. Jabón individual fabricado a base de glicerina, vitamina E, leche hervida forma física de corazón, rosa o aro festivo. Especial para seca con propiedades hidratantes
Condiciones especiales:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar el jabón natural sobre la piel húmeda masajeando con suaves movimientos circulares, retirar con abundante agua.</li> <li>• Usar diariamente.</li> <li>• De uso externo.</li> <li>• Evitar contacto directo con los ojos</li> </ul> Si observa alguna reacción desfavorable suspenda su uso.

Fuente: Elaboración propia

- Jabón de miel

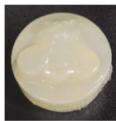
**Tabla 7 Jabón artesanal natural de Miel a base de glicerina natural**

í t e m	Descripción
Producto específico:	Jabón artesanal natural de Miel a base de glicerina natural
í t e m	Descripción
Nombre comercial:	Jabón artesanal natural de Miel a base de glicerina natural
Unidad de medida:	Se comercializará por medio de empaques individuales, cada uno con un peso promedio de 100 Gramos.
Descripción general:	Composición sólida y compacta. Jabón individual fabricado a base de glicerina y miel de abeja pura. forma física de corazón, rosa o aro festivo. Especial para seca con propiedades hidratantes
Condiciones especiales:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar el jabón natural sobre la piel húmeda masajeadando con suaves movimientos circulares, retirar con abundante agua.</li> <li>• Usar diariamente.</li> <li>• De uso externo.</li> <li>• Evitar contacto directo con los ojos</li> </ul> Si observa alguna reacción desfavorable suspenda su uso.

Fuente: *Elaboración propia*

- Jabón de glicerina

**Tabla 8 Jabón artesanal natural de Glicerina Pura**

í t e m	Descripción
Producto específico:	Jabón artesanal natural de Glicerina Pura 
í t e m	Descripción
Nombre comercial:	Jabón artesanal natural de Glicerina Natural
Unidad de medida:	Se comercializará por medio de empaques individuales, cada uno con un peso promedio de 100 Gramos.
Descripción general:	Composición sólida y compacta. Jabón individual fabricado a base de glicerina, hojuelas de avena y colágeno. Su forma física de corazón, rosa o aro festivo. Especial para piel delicada y con propiedades hidratantes.
Condiciones especiales:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar el jabón natural sobre la piel húmeda masajeadando con suaves movimientos circulares, retirar con abundante agua.</li> <li>• Usar diariamente.</li> <li>• De uso externo.</li> <li>• Evitar contacto directo con los ojos</li> </ul> Si observa alguna reacción desfavorable suspenda su uso.

Fuente: *Elaboración propia*

Además de sus cualidades naturales y saludables, los jabones Narám se exhiben en una presentación única, original, limpia y estética que le dan su toque diferencial e innovador en productos de su tipo.

Para poder realizar la exportación de este tipo de productos, se identificó la clasificación arancelaria específica junto con la descripción, facilitando así, la verificación de documentos requeridos para su movilidad:

Los jabones Narám están clasificados como jabones naturales y agente de superficie orgánica, con la clasificación arancelaria 3401.11.00.00.

Descrito en la DIAN como: Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos utilizados como jabón, en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas, aunque contengan jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón; papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes (DIAN)

Adicionalmente se revisa la ficha técnica aduanera en su totalidad:

**Figura 1** Ficha Técnica Aduanera DIAN

General	DATOS GENERALES						
	Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
Por medidas	ARIAN	3401.11.00.00			01-ene-2007	...	
Por código de nomenclatura							
Estructura nomenclatura							
Índice alfabético arancelario							
Reglas generales de la nomenclatura							
► Por texto							
Descripción		Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para modelar, «ceras para odontología» y preparaciones para odontología a base de yeso fraguable Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos utilizados como jabón, en barras, panes, trozos o piezas troqueladas o moldeadas, aunque contengan jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos para el lavado de la piel, líquidos o en crema, acondicionados para la venta al por menor, aunque contengan jabón; papel, guata, fieltro y tela sin tejer, impregnados, recubiertos o revestidos de jabón o de detergentes.			01-ene-2007	...	
Unidad física		kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	

Fuente: Figura 1 Ficha Técnica Aduanera (DIAN, 2023)

**Figura 2** Ficha técnica documento soporte DIAN

MEDIDAS			
Concepto	Importaciones	Exportaciones	Tránsito
Gravamen			
IVA			
Otras tarifas generales			
Gravámenes por acuerdos internacionales			
Medidas de protección comercial			
Régimen de comercio			
Bienes de capital			
Índice Alfabético Arancelario			
Notas de nomenclatura			
Correlativas por apertura			
Correlativas por cierre			
Requisitos Especificos de Origen (REO)			
Documentos soporte			
Características especiales			
Restricciones			
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial			
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial			
Modalidades permitidas			
Descripciones de mercancías			
Documentos soporte por zona de RAE			
Cupos de Mercancia			

Fuente: Figura 2 Ficha técnica documento soporte DIAN (DIAN, 2023)

### 3.1.2. Características del consumidor

Como macro localización se eligió a los Estados Unidos de América, por consiguiente, la micro localización del mercado corresponde a la ciudad de Nueva York debido a la gran cantidad de comercio que se mueve por la ciudad y ayuda a la mejor comercialización del mercado por el tamaño de su población.

Nueva York cuenta con una población de 19.835.913 personas en 2021, cuenta con una tasa de riesgo de desempleo del 11,8% y una superficie total de 141.297 km<sup>2</sup> (Datos macro, 2021), ante esto, Nueva York cuenta con un crecimiento del 60,9% entre el año 2017-2021 en la fuerza laboral compuesta por mayores de 16 años, en este mismo periodo de tiempo se ha visto un crecimiento del 52,7% en las mujeres mayores de 16 años que se incluyeron en el mundo laboral (Census, 2021).

Los jabones Narám son productos que se pueden consumir desde niños hasta adultos mayores sin discriminar por género, por esto, para responder al público que mayor ganancias generaría para la marca,

el consumidor objetivo en estados unidos serian mujeres que se encuentren en edades de entre 16 a 50 años, ya que la fuerza laboral en estados unidos incluye a jóvenes que empiezan a laboral desde los 16 años, y ya que el aumento de mujeres en el ámbito laboral también aumento considerablemente, representa un aumento en las posibilidades de compra.

Las tendencias globales han tenido un cambio progresivo después de la pandemia, impulsando el cambio en las tendencias de consumo generando nuevas dificultades y oportunidades en este mercado (Lim, 2021).

Ante esto, se identificaron directamente las tendencias que siguen los estadounidenses para adquirir productos de belleza junto con los factores predominantes que guían las compras.

- Uso de ingredientes reciclados (provenientes de otras industrias, como la alimentaria), botánicos altamente efectivos (uso de ingredientes botánicos que funcionan igual o mejor que sus contrapartes sintéticas) (Procomer, 2021).
- Productos con envases y formatos más sostenibles (recargables, hechos con plásticos reciclado, productos que no necesiten empaque del todo) (Procomer, 2021).
- Productos que atiendan problemas específicos de la piel (como el acné, la edad, efectos de la menopausia, el embarazo, con la atención de las estrías, entre otros) (Procomer, 2021).

Teniendo en cuenta estas tres características que se buscan en la adquisición de productos de belleza, son tres características que Narám ya posee debido a la glicerina que es un componente derivado de grasa animal o vegetal, los empaques de Narám son empaques de cartón o plásticos reciclado y adicionalmente la glicerina, que es el componente principal en los jabones Narám, ofrece diferentes beneficios para la piel, como la hidratación, suavizado de las líneas de expresión, acelera el proceso de cicatrización en la piel, entre otras funciones.

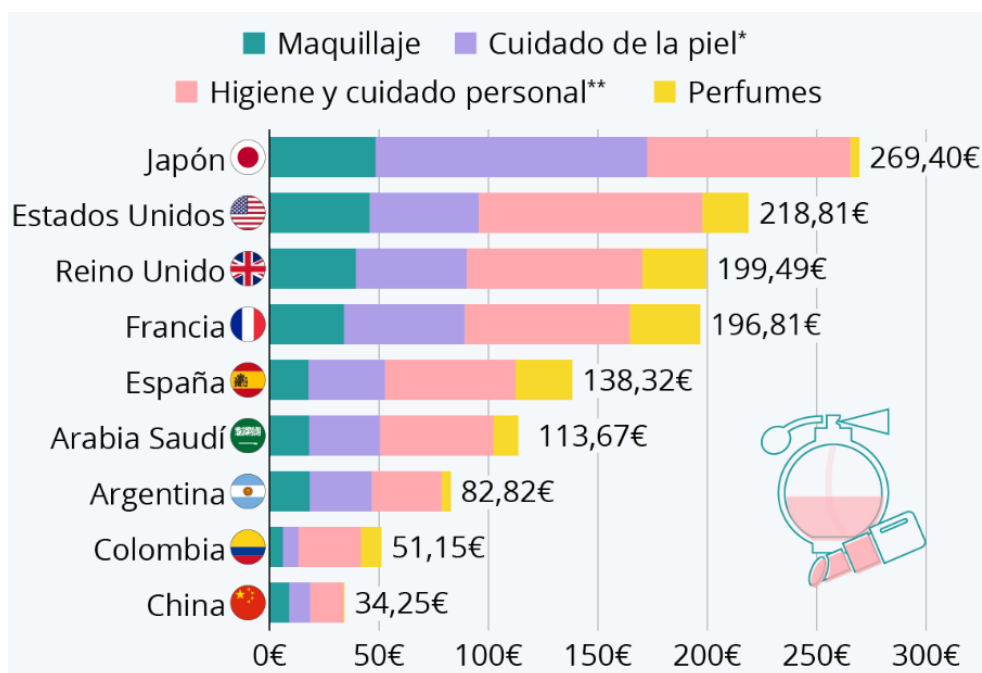


### 3.1.3. Análisis de la Demanda

4 La búsqueda de nuevos valores en el deseo de un estilo de vida más natural y saludable también tiene continuidad. Con todos los desafíos sin precedentes provocados por la pandemia se está viendo que la cosmética natural y ecológica y los productos para el cuidado de la piel se están volviendo más importantes para los consumidores de todo el mundo. La cosmética natural y ecológica es cada vez más relevante. A su vez, los mercados ven este hecho reflejado en un aumento sustancial de la demanda (Bioeco Actual, 2021)

Con respecto a esto, se ha visto un aumento del valor que gastan las personas en productos de belleza, siendo los estadounidenses los segundos a nivel internacional, los productos de higiene y cuidado personal son los que más se consumen, seguidos por los de cuidado de la piel, según la siguiente grafica.

7 **Figura 3** Gastos en productos de belleza en el mundo, ingresos per cápita en productos cosméticos y de cuidado personal 2021.



Fuente: Gastos en productos de belleza en el mundo, ingresos per cápita en productos cosméticos y de cuidado personal en 2021 (Mena Roa, 2021)

Los jabones se encuentran ubicados entre productos de higiene y cuidado personal, junto con los productos de cuidado de la piel, productos que, según la gráfica, son en los que más gastan los estadounidenses.

Según la gráfica, los estadounidenses, suelen gastar un total de \$218,81 EUR en productos de cuidado personal, que a la fecha corresponden a un total de USD \$239,00 al día 06 de abril del 2023 de \$1,09 USD, para mostrar el valor en dólares. Según la tabla, se identifica el poder adquisitivo y el interés de compra por parte de los estadounidenses, el promedio de compra de este tipo de productos y la importancia a nivel global del mercado estadounidense para el mercado de cuidado personal.

Adicional a esto y realizando la interpretación de los datos obtenidos de Trade Map (Trade Map, 2023 ), Para la partida arancelaria correspondiente a 3401.11.00.00, los históricos de cinco años atrás nos muestran que el porcentaje entre 2018 y 2019 fue de -3,23%, mientras que el crecimiento entre el 2019 y el año 2020 el crecimiento fue del 40,06 % debido al aumento en la compra de estos productos, desencadenado por la pandemia, para el 2021 las importaciones de Estados Unidos de América no superaron las del año anterior bajando a un 4,35% pero manteniéndose en un número positivo, pero entre el 2021 y el 2022 el crecimiento en las importaciones por parte de los Estados Unidos de América fue del 59,80%, mostrando el consumo en la industria y la mejora en el mercado después del lento crecimiento el año previo que se tuvo debido a la afectación a nivel global

A continuación, se <sup>46</sup> presenta el valor de las importaciones por parte de Estados Unidos, valores que respaldan los porcentajes anteriormente mencionados y los que corresponden a los porcentajes del análisis.

**Tabla 9 Comercio bilateral entre Colombia y <sup>11</sup> United States of America Product: 34 Soap, organic surface-active agents, washing preparations, lubricating preparations, artificial ...**

United States of America importa desde el mundo				
Valor por año				
2018	2019	2020	2021	2022
93.037	90.036	126.106	131.592	210.289

Fuente: Comercio bilateral entre Colombia y United States of America Product: 34 Soap, organic surface-active agents, washing preparations, lubricating preparations, artificial ... elaboración propia con información de (Trade Map, 2023)

Entre el año 2018 y el 2022 el porcentaje de importación de Estados Unidos de América fue de 126,03%, mostrando la tendencia positiva y el aumento del comercio con respecto a los jabones naturales.

Para mas información revisar el **anexo 1**.

### 3.1.4. Análisis de la Oferta

Revisando los numeros de los principales paises oferentes de jabones naturales a nivel mundial, obtenidos de Trade Map, analizando los primeros 6 paises que encabezan la exportación de este producto entre el año 2018-2022, agregando la comparacion por la oferta de Colombia, el crecimiento y la participacion promedio de lo exportado.

**Tabla 10** Participación y crecimiento de las exportaciones de Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, ... 2018-2022

Pais exportador	Toneladas vendidas por año					Participacion promedio %	Crecimiento promedio %
	2018	2019	2020	2021	2022		
<sup>±</sup> Alemania	217.784	231.499	230.711	244.825	221.769	13,525	0,66
Türkiye	125.600	132.834	181.645	167.994	197.684	5,53	13,17
Indonesia	250.727	177.347	173.685	141.071	145.053	6,10	-11,82
Malasia	113.931	122.390	120.684	106.224	112.516	4,58	-0,01
Emiratos Arabes Unidos	117.047	120.293	114.869	101.867		7,38	-28,26
Estados Unidos de America	105.190	99.584	98.281	99.753	99.324	7,83	-1,39
Colombia	19.389	18.017	20.651	19.451	16.971	0,98	-2,75

Fuente: Participacion y crecimiento de las exportaciones de Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, ... 2018-2022 elaboracion propia,

*informacion obtenida de: (Trade Map, 2023) Lista de los exportadores para Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, ...*

Con respecto a lo anterior, a nivel general se puede observar una tendencia negativa en cuanto a la cantidad de toneladas exportadas por estos países, teniendo en cuenta la disminución de toneladas vendidas debido a la disminución general en 2021, que afectó a casi todos los países en la tabla.

Alemania, muestra un porcentaje de participación promedio más estable que el resto de los países en la tabla, con un 13,53% que acompañan los números de sus ventas que no fluctúan en gran medida mientras que la disminución en el porcentaje de crecimiento no es muy alta con un -0,66%, evidencia de la desaceleración en su crecimiento.

Por otro lado, Indonesia, Malasia, Emiratos Arabes Unidos, Estados Unidos de America tiene un promedio de crecimiento negativo, siendo Emiratos Arabes Unidos e Indonesia los que presentan un crecimiento negativo más amplio con -28,26% y -11,82 % respectivamente.

Colombia en comparación cuenta con una participación del 0,98% en el mercado global pero como se evidencia en la tabla, además de tener un crecimiento de, -2,75% promedio, debidos a la disminución progresiva después del aumento de consumo en el año 2020 crecimiento que demuestra el aumento en las posibilidades para Colombia.

Para más información revisar el **anexo 2**.

### ***3.1.5. Análisis de Precios***

Según los análisis de precios, la venta de los jabones Narám presenta una utilidad destacable ya sea en el mercado nacional como en el internacional, pero también para verificar esto es necesario hacer la comparación de precios con la competencia directa y su precio en el mercado estadounidense.

Para poder calcular el precio de manera correcta, los valores son realizados acorde a una estimación con respecto al valor unitario por tonelada, al realizar el cálculo con el valor brindado por Trade Map,

luego se realiza el cálculo con el total de unidades de jabón a base de glicerina que equivalen a esta medida, en este caso, serían 10.000 jabones los que se obtienen por cada tonelada, considerando su peso de 100g, realizado con el histórico del banco de la república (Banco de la República, 2023)

A este valor, que es el correspondiente al transporte de una tonelada se le suma el valor de producir un Jabón en valor COP, haciendo la conversión a dólares con TRM del dólar a la fecha, 15 de abril del 2023, que corresponde a \$4.425.27 COP, valor tomado del Banco de la república correspondientes (Banco de la república, 2023)

**Tabla 11 Precio de venta por unidad Jabones Narám en dólar estadounidense y peso colombiano**

Precio unitario jabon							
Línea de producción	Sublíneas	Costo de producción	Precio de venta COP	Tipo de cambio	Precio en USD	Valor transporte x unidad USD	Precio de venta USD
Jabones cereales y herbales	Jabón de avena	4.779,40	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56
	Jabón de manzanilla	5.005,50	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56
	Jabón de rosas	4.779,40	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56
Jabones frutales	Jabón de limón	5.181,00	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56
	Jabón de café	5.434,00	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56
Jabón de leche	Jabón de leche	5.144,39	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56
Jabón de miel	Jabón de miel	4.890,25	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56
Jabón de glicerina	Jabón de glicerina	4.890,25	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56

Fuente: *Precio de venta por unidad Jabones Narám en dólar estadounidense y peso colombiano, elaboración propia. Información tomada de Trade Map y Banco de la república* (Banco de la república, 2023) (Trade Map, 2023)

Respecto a esto el valor unitario de exportación para los jabones Narám con una inflación del 13,34%, con un valor por tonelada de \$1.720 USD, basado en el valor calculado con los datos de valor de Trade Map el 2021 e incluyendo la inflación de los años posteriores registrada en el histórico del Banco de la república. A este valor se le suma el precio en dólares, calculado con la TRM mencionada con anterioridad.

Con estos valores, el precio de un jabón de la marca Narám en el mercado estadounidense sería de \$3,56 USD.

Para más información revisar el anexo 3.

### 3.1.6. Sistemas de Comercialización

El sistema de comercialización a utilizar consiste en tres fases diferentes que hacen parte de un canal indirecto ya que, como fabricantes, se necesitaría de un intermediario o distribuidor en Estados Unidos de América para que el producto llegue al consumidor final.

**Figura 4** Sistema de comercialización



*Fuente: Figura 4 Sistema de comercialización. Elaboración propia 2023*

*Como fabricantes, Narám recibiría los pedidos de los intermediarios, que en este caso serían Mayoristas o minoristas que tengan la intención de distribuir el producto en Estados Unidos de América para llegar al consumidor final.*

De acuerdo con las rutas marítimas expuestas en Legis Comex, la mercancía tendría que hacer el recorrido marítimo desde el puerto de Cartagena hacia los Estados Unidos de América por medio de la naviera Hamburg sud, con un tiempo de viaje de 13 días antes de llegar al puerto de Boston, donde la mercancía sería recogida y transportada para llegar a Nueva York con los intermediarios (Legis Comex, s.f.).

**Figura 5** Rutas marítimas Colombia Cartagena

Boston	Hamburg Sud	New York	14	Semanal
--------	-------------	----------	----	---------

*Fuente: Rutas marítimas Colombia Cartagena (Legis Comex, s.f.)*

Con respecto al distribuidor, en el mercado estadounidense existen empresas y marcas que ofrecen servicios de distribución de productos de la misma gama, de manera especializada y no especializada. Se

entiende por especializada a aquellas marcas y empresas que distribuyen productos de la misma rama que ofrece el fabricante, en este caso, productos naturales, Jabones de glicerina y de más. Por otro lado, los distribuidores no especializados son aquellos que distribuyen productos que llegan a estar en la misma rama, pero que no son exactamente iguales, en este caso serian, productos como jabones de baño químicos, o productos de belleza, cuidado facial y skin care de origen no orgánico o en donde exista una gran variedad de producto, no solo natural o similar.

## 3.2. Proyecciones de Mercado

### 3.2.1. Proyección de la Demanda

A través del análisis de demanda realizado con anterioridad se realiza la siguiente proyección de la demanda usando datos de Trade Map, para identificar los diferentes valores históricos y realizar la proyección de 2023 a 2027.

**Tabla 12** Proyecciones de la demanda de jabones Narám a los estados unidos.

Importación de jabón natural por parte de los Estados Unidos de América				
	Periodo	Años	Toneladas	Variacion %
<b>Histórico</b>	1	2018	271.159	
	2	2019	267.331	-1,41
	3	2020	315.041	17,85
	4	2021	356.787	13,25
	5	2022	540.509	51,49
<b>Proyección</b>	6	2023	538.612	-0,35
	7	2024	601.428	11,66
	8	2025	664.243	10,44
	9	2026	727.059	9,46
	10	2027	789.875	8,64

Fuente: Comercio bilateral entre Colombia y Estados Unidos de América Producto: 3401 Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ... (Trade Map, 2023)

De acuerdo con la tabla se observa que la demanda proyectada para Estados Unidos de América con respecto a los jabones naturales se identifica que para el 2027 habría un incremento en las importaciones por parte de Estados Unidos, de 789.875 toneladas que representaría un crecimiento del 46,14% con un promedio de 664.243 toneladas demandadas entre 2023-2027.

Para más información revisar **anexo 4**.

### 3.2.2. **Proyección de la Oferta**

Con respecto al análisis de la oferta se realiza la proyección correspondiente.

**Tabla 13** *Proyecciones de la oferta de jabones Narám hacia los estados unidos.*

Oferta de jabón natural a los Estados Unidos de América				
	Periodo	Años	Toneladas	Variacion %
<b>Historico</b>	1	2018	24	
	2	2019	52	116,67
	3	2020	27	-48,08
	4	2021	25	-7,41
	5	2022	168	572,00
<b>Proyección</b>	6	2023	138	-18,15
	7	2024	164	18,98
	8	2025	190	15,95
	9	2026	216	13,76
	10	2027	242	12,09

*Fuente: Comercio bilateral entre Colombia y Estados Unidos de América Producto: 3401 Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ... (Trade Map, 2023)*

Según la estimación expuesta en la tabla, la variación en porcentaje entre las exportaciones de Colombia a los Estados Unidos de América del 2022 al 2027 sería del 43,99%, logrando exportar una cantidad de 242 Toneladas para 2027 en donde la variación de porcentaje se mantendría positivo con una disminución en el año 2022.

Para más información revisar **Anexo 4**.



**Tabla 14** Demanda potencial o insatisfecha de jabones naturales

Demanda potencia o insatisfecha			
Años	Demanda	Oferta	Demanda potencial o insatisfecha
2018	271.159	24	271.135
2019	267.331	52	267.279
2020	315.041	27	315.014
2021	356.787	25	356.762
2022	540.509	168	540.341
2023	538.612	138	538.475
2024	601.428	164	601.264
2025	664.243	190	664.054
2026	727.059	216	726.843
2027	789.875	242	789.633

*Fuente: Demanda potencial o insatisfecha de jabones naturales. Elaboración propia con información de: (Trade Map, 2023)*

Como se ve en la tabla, Estados Unidos de América cuenta con una demanda amplia que tiene y tendrá la tendencia a aumentar en los próximos años, cuya oferta colombiana tiene una gran oportunidad debido a la demanda potencial. En el año 2022 la demanda de 540.509 toneladas quedo con una cantidad de satisfacción potencial de 540.341 toneladas, mientras que la proyección nos indica un aumento sustancial en la demanda insatisfecha llegando a ser de 789.633 toneladas para el año 2027.

Ante esto, se entiende que la cantidad de unidades a introducir en el mercado tienen una oportunidad amplia para incursionar en los Estados Unidos de América, donde la demanda es alta y crece progresivamente.

Para más información revisar **anexo 4**.

### 3.2.4. Proyección de Precios

**Tabla 15** Proyección precio unitario

Precios de exportar jabón natural de Colombia a los Estados Unidos de América						% de variacion
	Periodo	Años	Precio Unidad USD	% de inflacion	Variacion %	2023-2027
<b>Actual</b>	1	2023	3,56	13,34%		16,64
<b>Proyección</b>	2	2024	3,73	4,8%	4,80	
	3	2025	3,88	4,1%	4,10	
	4	2026	4,02	3,5%	3,50	
	5	2027	4,15	3,3%	3,30	
						<b>Promedio</b>
						2024-2027
						3,87

*Fuente: Proyección precio unitario de jabón a base de glicerina a Estados Unidos de América. Elaboración propia con información de (Trade Map, 2023 ) el histórico de inflación del Banco de la Republica (Banco de la Republica, 2023) y proyecciones Bancolombia tabla macroeconómica proyectada (Actualización de proyecciones economicas para Colombia, 2023)*

De acuerdo con la información en la tabla, se espera que para el año 2027, el precio de los Jabones artesanales o naturales de 100g ascienda a \$4,15 USD, con una variación del 16,64% entre el 2023 y 2027, teniendo un promedio en el precio de \$3,87 USD entre el 2023 y 2027.

De acuerdo con esto, se puede identificar una oportunidad ya que la exportación de uno de los jabones provee un gran margen de ganancia amplio, que favorece los intereses de la marca.

Para más información revisar **anexo 4**.

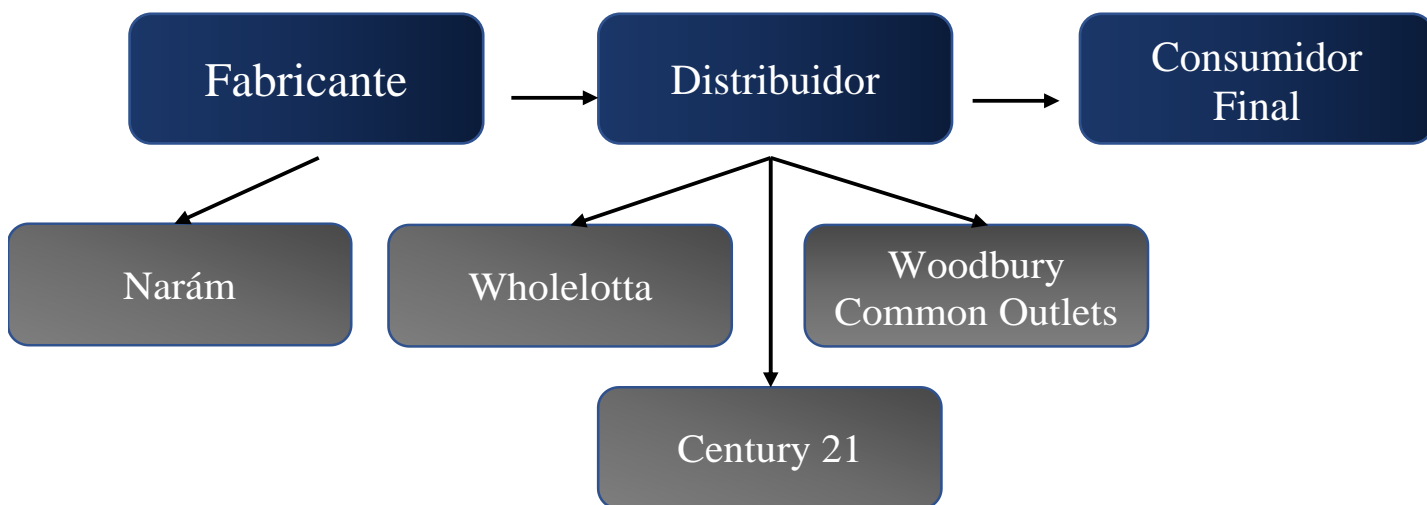
### <sup>1</sup> 3.2.5. Sistema de Comercialización para utilizar

El Sistema de comercialización a utilizar requiere de un distribuidor en Estados Unidos de América para que el producto pueda llegar directamente a los consumidores finales, por ello se eligieron tres distribuidores, uno especializado y dos no especializados, para poder llegar a cubrir la mayor cantidad de demanda posible.

El distribuidor especializado sería Wholelotta, Distribuidor que oferta, no solo productos propios sino productos naturales de marcas como: <sup>23</sup> We carry Mrs. Meyer's, Burt's Bees, Tom's, Dr. Teal's, Alaffia, entre otras marcas de productos naturales.

Los distribuidores no especializados en la ciudad de Nueva York serian Woodbury Common Outlets y Century 21, que ofrecen productos no solo de origen natural sino también de marcas como: Estée Lauder, MAC, Clarins y otros (Zahara, s.f.) y (Wholelotta, 2023).

**Figura 6** Sistema de comercialización



*Fuente: Figura 6 sistema de comercialización. Elaboración propia 2023*

## 4. Estudio técnico

### 4.1. Tamaño.

#### Mercado

El mercado objetivo es Estados Unidos de América, País ubicado en América del Norte y cuenta con una población de 332.314.000 personas en el año 2022 y una superficie de 9.831.510 Km<sup>2</sup>, en donde la población en promedio tiene un ingreso Per cápita de \$76.622 USD y en donde Nueva York, que es la ciudad en donde se hará la venta del producto, cuenta con un ingreso Per cápita de \$103.508 USD.

Un mercado en donde el poder adquisitivo de los compradores no es un obstáculo para adquirir los jabones de la marca Narám cuyos compradores no discriminan entre hombre o mujeres y que es de uso diario desde una edad temprana.

#### Localización

Los jabones Narám se venderían en los Estados Unidos, uno de los mayores consumidores de productos de belleza y cuidado de la piel, Nueva York es una ciudad con una amplia cantidad de habitantes y en donde la ubicación de las tiendas elegidas es una ventaja para la distribución de los productos de la marca, además Nueva York es una ciudad cosmopolita que contribuye a la venta de cosméticos.

La localización específica de los lugares de venta en Nueva York, son tiendas que hacen parte de los locales más visitados por visitantes y oriundos de la ciudad.

Woodbury Common Outlets, son establecimientos ubicados a las afueras de Manhattan, famoso entre las personas que buscan productos con descuentos increíbles y a precios difíciles de igualar, además de ofrecer productos fuera de stock en otras marcas. Un lugar ideal para los compradores fanáticos de los descuentos y ofertas, pero sin querer sacrificar la calidad de los productos.

16 Uno de los outlets de Nueva York: puedes encontrar el Century 21 outlet en varios lugares de Nueva York. Y como no, es el outlet de cosméticos en Nueva York por excelencia donde puedes comprar maquillaje a precios de escándalo (Zahara, s.f.).

Los locales utilizados para la distribución serían las ubicadas en 9 E Broadway, 130 E 3rd sta y 4019 8th ave.

## 1 4.2. Localización: macro localización y micro localización tanto del país de origen como del país de destino

### 4.2.1. Macro localización país de origen

*Figura 7 Mapa de Colombia*



Fuente: (Alamy, 2023)

Colombia, situada en América del Sur, tiene una superficie de 1.140.619 Km<sup>2</sup>, por lo que puede considerarse un país grande (Datos Macro, 2022)

Colombia, con una población de 51.609.000 personas, se encuentra en la posición 29 de la tabla de población, compuesta por 196 países y presenta una moderada densidad de población, 45 habitantes por Km<sup>2</sup> (Datos Macro, 2022).

Su capital es Bogotá y su moneda Pesos colombianos (Datos Macro, 2022).

6 Colombia es la economía número 41 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2021 fue de 203.981 millones de dólares, con una deuda del 64,04% del PIB. Su deuda per cápita es de 3.996 \$ dólares por habitante (Datos Macro, 2022).

Colombia es un destino comercial, está situada en el punto focal de la actividad marítima por su cercanía al Canal de Panamá y en el cruce de las principales vías de comunicación del comercio mundial, constituyéndose como punto de conexión estratégico entre Norte y Sur América, y entre la Costa Este de Estados Unidos de América y Asia, lo que representa una oportunidad como plataforma de intercambio comercial (Pro Colombia, s.f.)

#### **4.2.2. Micro localización país de origen**

Narám se encuentra localizado en la ciudad de Bogotá, siendo esta <sup>24</sup> la capital de Colombia y la ciudad más grande del país, se encuentra ubicada en el centro del territorio colombiano. Tiene una superficie de 1775 Km<sup>2</sup>, acoge a más de 7150000 habitantes, cuenta con un total de 20 localidades y 1922 barrios (Properati blog, s.f.)

El lugar de fabricación y almacenaje se encuentra en la localidad de Teusaquillo ya que allí <sup>5</sup> el estrato predominante en la localidad es el 4, con 80,3% de las viviendas encuestadas (el porcentaje más alto de viviendas de este estrato en la ciudad), seguido por el estrato 3 con 9,9% y el estrato 5 con 9,3%. Los 295 hogares restantes de la localidad están ubicados en los estratos 1 y 2.

**Figura 8** Mapa de Bogotá con sus localidades



Fuente: (pngkit, s.f.)

### 4.2.3. Macro localización país destino

**Figura 9** Mapa de los Estados Unidos de América



Fuente: (Depositphotos, s.f.)

Estados Unidos, situada en América del Norte, tiene una superficie de 9.831.510 Km<sup>2</sup>, así pues, es uno de los países más grandes del mundo (Datos Macro, 2022).

Estados Unidos, con una población de 332.314.000 personas, es uno de los países más poblados del mundo 34 habitantes por Km<sup>2</sup> (Datos Macro, 2022).

Su capital es Ciudad de Washington y su moneda dólares USA (Datos Macro, 2022).

**6** Estados Unidos de América es la primera economía del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2021 fue de 29.476.402 millones de dólares, es el país más endeudado del mundo (Datos Macro, 2022).



#### 4.2.4. Micro localización país destino.

**Figura 10** División política Nueva York



Fuente: (Mapamundi, s.f.)

Nueva York cuenta con una población de 19.835.913 personas en 202, cuenta con una tasa de riesgo de desempleo del 11,8% y una superficie total de 141.297 km<sup>2</sup> (Datos macro, 2021). Se encuentra en la costa noreste de los estados unidos, limitando con Pensilvania, Nueva Jersey, Vermont, Massachusetts, y Connecticut.

### 1 4.3. Ingeniería del proyecto (Logística): Proceso de Importación o exportación del bien o servicio, Proceso de Producción, Distribución de la planta y/o bodega.

#### 4.3.1. Proceso y pasos de la exportación de jabones Narám

Tabla 16 Información de exportación

Información de exportación						
Cantidad de toneladas a exportar	Empaque	Kilogramos por caja	Total de cajas	Cajas por Estibas	Estibas por contenedor	Número de contenedores
5	Cajas de embalaje de carton	51,2	98	16,00	7	1

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.3.2. Envase y empaque

**Envase nombre:** Caja en micro corrugado plegadiza

**Medidas:** 23x23x10 cm

En cada una de estas cajas cabe un total de 32 unidades de jabones, 4 de largo, 4 de ancho y 2 de alto, tomando una totalidad de 33 jabones por caja.

**Figura 11** Envase, caja de micro corrugado plegadiza.



Fuente: Figura 11 Envase, caja de micro corrugado plegadiza (Cajas y empaques de Colombia, 2023)

Una caja de micro corrugado plegadiza es un tipo de envase hecho de cartón micro corrugado que se pliega fácilmente para facilitar su almacenamiento y transporte cuando no está en uso. Es comúnmente utilizado para enviar y almacenar productos debido a su alta resistencia y durabilidad. Además, es ecológico, ya que es reciclable y biodegradable (Cajas y empaques de Colombia, 2023)

**Empaque nombre:** Caja para embalaje

**Medidas:** 48x48x48 cm

Por cada caja de embalaje caben un total de 16 cajas de micro corrugado, teniendo en cuenta su alto, ancho y largo.

*Figura 12 Empaque, caja para embalaje*



Fuente: Figura 12 Empaque, caja para embalaje (Cajas y empaques de Colombia, 2023)

#### **4.3.3. Embalaje**

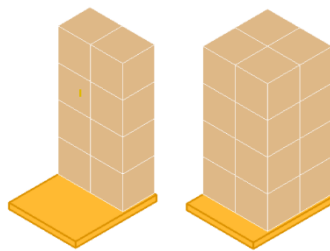
Para poder empacar los jabones cada uno se envuelve en plástico Film estirable y posteriormente se colocan en la caja de envase anteriormente mencionada, esto ofrece una mayor protección ante la humedad exterior y otros factores que puedan afectar el producto



#### ***4.3.5. Unitarización***

Para la unitarización de la mercancía, se utilizan pallets de 120 cm x 100 cm x 15 cm, siendo un total de 7 pallets en donde cada uno llevaría un total de 16 cajas de embalaje acomodados a lo largo del contenedor como se ve a continuación.

***Figura 14*** Paso a paso unitarización



Fuente: Figura 14 Paso a paso unitarización (Searates, 2023)

**Peso de la carga:** 5017.6 kg

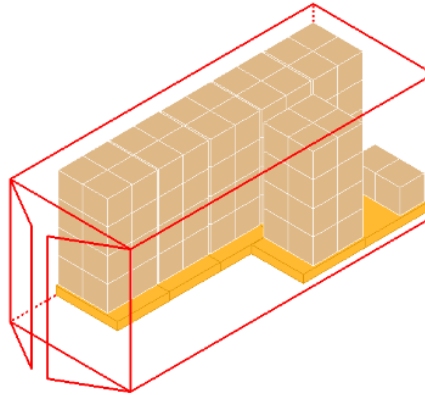
**Numero de cajas por pallet:** 16

**Volumen:** 10.84 m<sup>3</sup>

#### ***4.3.6. Contenerización***

Debido a la cantidad de producto solo es requerido un contenedor de 20, en donde caben los 7 pales, 6 de ellos con 16 cajas y uno de ellos con 2, como se muestra a continuación:

*Figura 15 Carga en el contenedor*



Fuente: Figura 15 Carga en el contenedor (Searates , 2023)

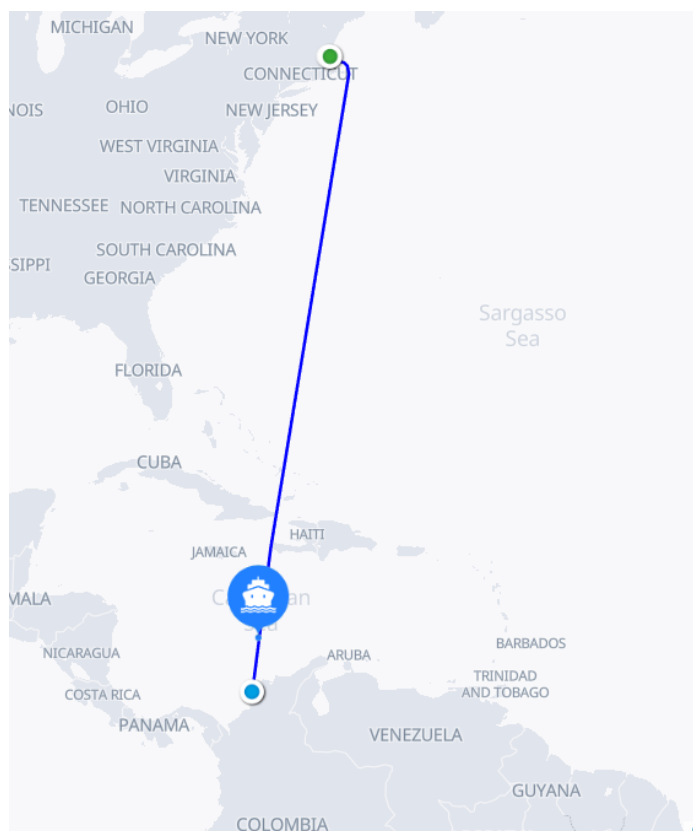
**Numero de pallets: 7**

**Numero de cajas: 98**

#### ***4.3.7. Transporte internacional***

El transporte internacional elegido para hacer el movimiento de la mercancía entre países es el marítimo, debido a la facilidad de manejo de la mercancía. Saldría del puerto de Cartagena hacia el puerto de Boston en los Estados Unidos de América con un tiempo de tránsito de 13-14 días utilizando la línea naviera Hamburg sud.

**Figura 16** Recorrido puerto de Cartagena hacia el puerto de Boston.



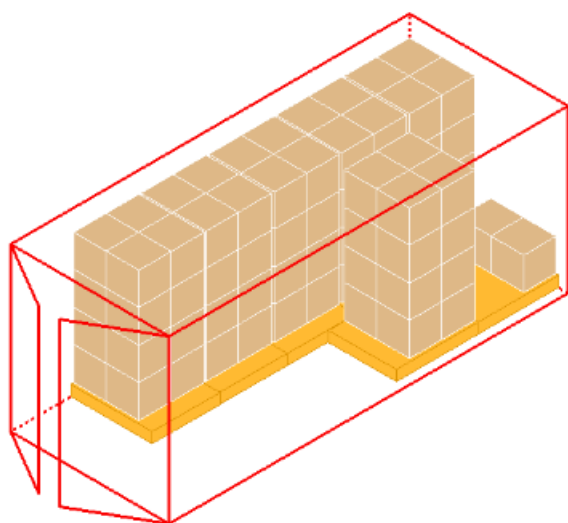
Fuente: Figura 16 Recorrido puerto de Cartagena hacia el puerto de Boston (Searates, 2023)

#### **4.3.8. Transporte interno**

Tanto para transporte interno en el país de origen, como para el transporte interno en el país de destino se utilizaría un camión de carga para completar la distribución de la mercancía del fabricante hacia el puerto de origen y del puerto de destino hacia los diferentes distribuidores.

Con las siguientes especificaciones de carga:

**Figura 17** Transporte de la mercancía en camión



#### Truck Nº1 (camion 1 units)

Packed: 98 packages: (100%).


Including:

■ **caja de embalaje** - 98 packages (100%)

**Cargo volume:** 10.84 m<sup>3</sup>  
(33% of volume)

**Cargo weight:** 5017.6 kg.  
(18% of max payload)

[Show packing by blocks](#)






[Show packing step by step](#) 

[Show pallet loading images](#)

Fuente: Figura 17 Transporte de la mercancía en camión (Searates, 2023)

### 4.3.9. Proceso de producción y fabricación

25 **Tabla 17** Diagrama de flujo de producción

Proceso	Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacenar	Tiempo en Minutos	Personal	Actividades
								
Recepción de la Glicerina y materiales naturales			X			1	2	Operario de producción
Selección de los materiales		X				1	2	Operario de producción
Preparación de los materiales	X					2	2	Operario de producción
Fundido de la glicerina y adición de las materias	X					10	2	Operario de producción
Moldaje	X					2	2	Operario de producción
Enfriamiento				X		40	2	Operario de producción
Desmoldaje	X					1	2	Operario de producción
Empacado y embalaje	X					1	2	Operario de producción
Almacenamiento					X	1	2	Operario de producción
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>59</b>	<b>18</b>	



*Fuente: Tabla 16 Diagrama de flujo de producción. Elaboración propia, 2023*

El proceso de fabricación de los jabones Narám se realiza de manera artesanal siguiendo los pasos a continuación:

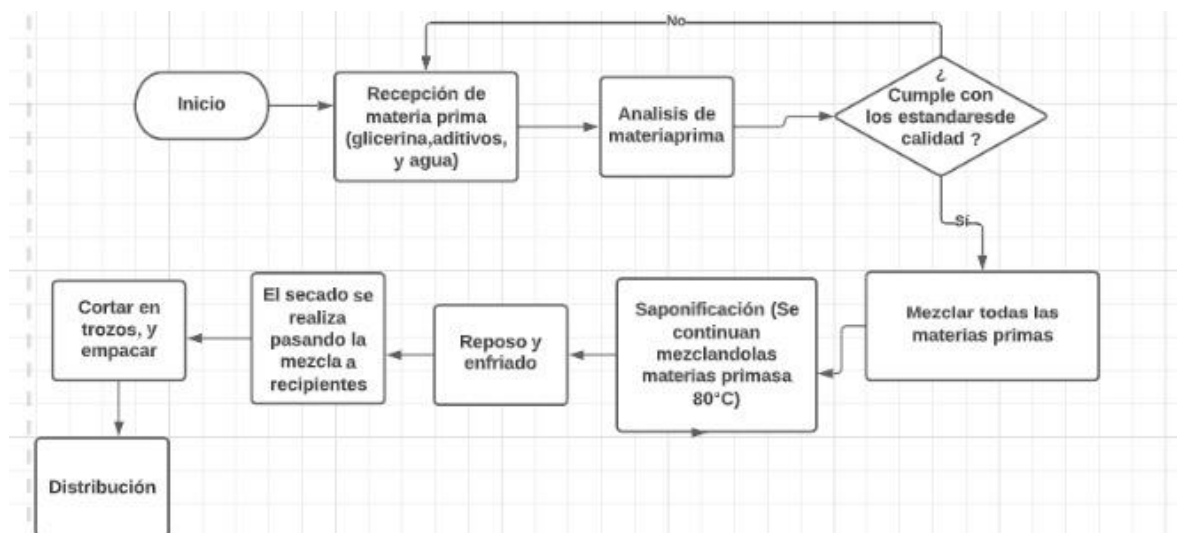
- **Recepción de la Glicerina y materiales naturales:** La glicerina pura y las materias primas se obtienen de distribuidores locales por medio de compras al por mayor con entrega a domicilio.
- **Selección de los materiales:** Al ser materias primas naturales se seleccionan las que se encuentren en óptimas condiciones.
- **Preparación de los materiales:** Desempacar los materiales, pelar las frutas y organizarlos para su preparación.
- **Fundido:** Se calienta la glicerina pura y se une con la mezcla correspondiente para un tipo de jabón en específico, este puede ser de: Leche, Miel, Glicerina, Limón, Café, Avena, Manzanilla y Rosas.
- **Moldaje:** Al finalizar el proceso de fundido, la mezcla se vierte en la forma deseada, moldes con detalles artísticos y estilos estéticos.
- **Enfriamiento:** Una vez finalizado este proceso se espera hasta que la mezcla este en el punto adecuado de solidificación para proceder al desmoldado.
- **Desmoldado:** Se procede a retirar los jabones de sus moldes individuales.
- **Empacado y embalaje:** Una vez se tiene el jabón en la forma deseada, este inmediatamente se empaqueta de manera individual en el papel protector para cuidar el futuro deterioro del diseño.

Para la venta los jabones se encuentran empacados de manera individual en cajas rectangulares pequeñas, con una cara frontal transparente, la cual permite apreciar el diseño específico del jabón obtenido.

Posterior a este se empaqueta en el empaque exterior de venta individual, se procede a etiquetar y almacenar para la distribución.

- **Almacenamiento:** Se almacena el producto en el área determinada para su posterior despacho.

**Figura 18** Flujo de producción



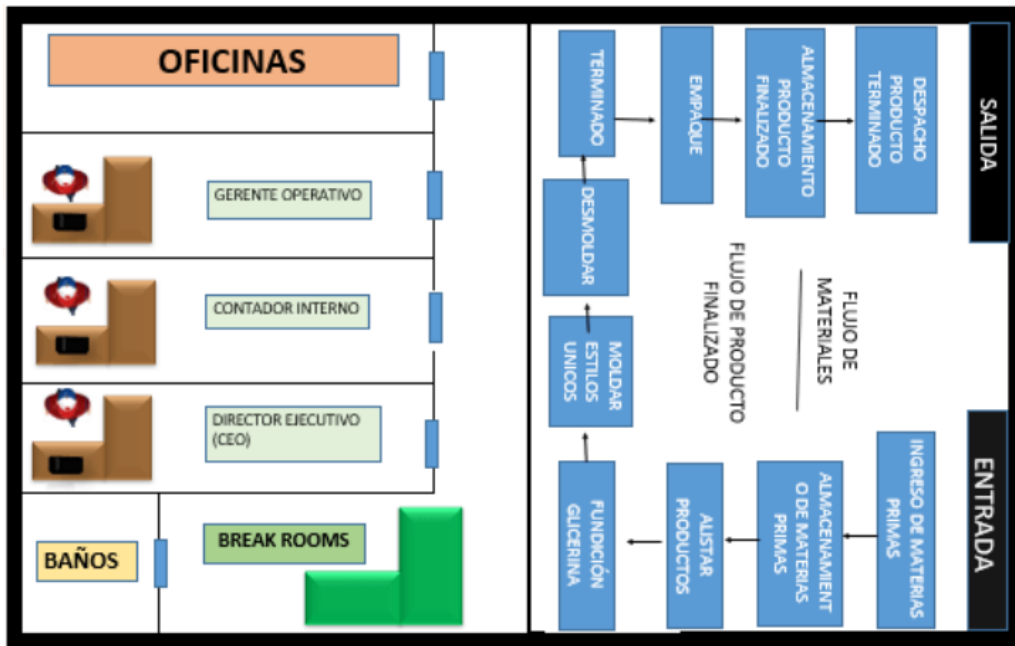
Fuente: Figura 18 Flujo de producción. Elaboración propia 2023

#### 4.3.10. Distribución de la planta

Para la producción de los jabones Narám es necesario tomar en arriendo una bodega que tenga un área de 110 m<sup>2</sup> de capacidad instalada para la producción de jabones. La Planta de producción y almacenaje ocupará un espacio de 50 m<sup>2</sup> para la producción. Por otro lado, el área administrativa y áreas complementarias (baños, Pasillos, Comedor, etc.) ocuparán un espacio de 60 m<sup>2</sup> para la distribución de

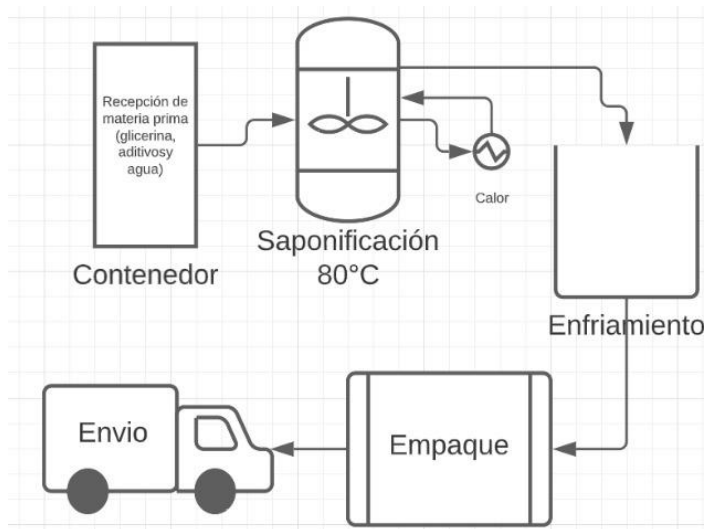
las oficinas de Gerencia de operaciones, supervisor técnico y el coordinador de ventas. Esta Bodega deberá contar con su respectiva señalización y los implementos de seguridad.

*Figura 19 Distribución de la planta*



Fuente: Figura 19 Distribución de la planta. Elaboración propia, 2022

*Figura 20 Proceso industrial*



Fuente: Figura 20 Proceso industrial. Elaboración propia 2023.

## 5. Estudios administrativos

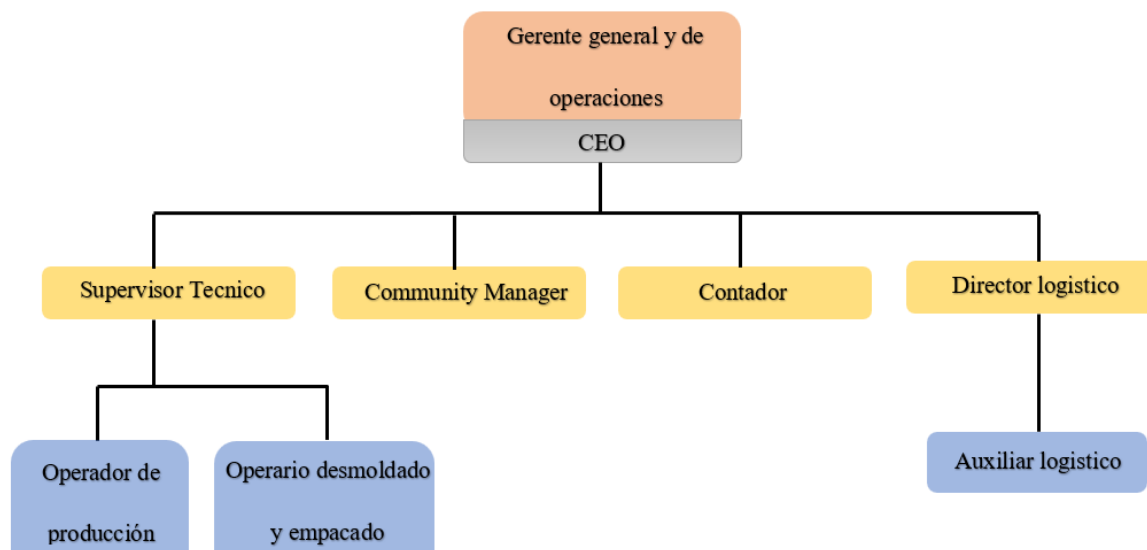
### 20 5.1. Impacto empresarial generado con el proyecto:

El proyecto incluye la creación de la empresa llamada Narám S.A.S, ubicada en la ciudad de Bogotá, encargada de la producción y comercialización de jabones naturales a base de glicerina, empresa que se compromete de manera legal a compartir información, recursos y actividades con fines lícitos. Esta posee un impacto social y económico positivo ya que genera nuevos empleos para la población local y ayuda a aumentar el alcance de la industria colombiana con el potenciamiento del reconocimiento nacional e internacional del producto que se fabrica, favoreciendo a los socios, trabajadores y grupos de interés que intervienen de alguna manera en el proceso de producción y comercialización del producto con las ganancias.

Se busca transmitir los beneficios de utilizar los productos de la marca Narám y lo que aportan para la salud y cuidado de la piel en los consumidores haciendo hincapié en que la piel también es un órgano que debe ser cuidado con lo mejor que la naturaleza ofrece.

## 5.2. Estructura Organizacional

*Figura 21 Estructura organizacional*



*Fuente: Figura 22 Estructura organizacional. Elaboración propia 2023*

*Tabla 18 Cargos y salarios*

CARGO	TIPO DE CONTRATO	ASIGNACIÓN BASE	AUX. TRANSP	TOT. DEV
Cargo 1 (Gerente de operaciones). R1	Fijo	\$ 2.100.000	\$ -	\$ 2.100.000
Cargo 2 (Supervisor técnico). R1	Fijo	\$ 1.700.000	\$ 117.000	\$ 1.817.000
Cargo 3 (Operariode produccion). R2	Fijo	\$ 1.000.000	\$ 117.000	\$ 1.117.000
Cargo 4. Community Manager. R1	Indirecta - outsourcing	\$ 600.000		\$ 600.000
Cargo 5 (Operario desmoldado y empacado). R2	Fijo	\$ 1.000.000	\$ 117.000	\$ 1.117.000
Cargo 6. Contador interno	Indirecto - outsourcing	\$ 400.000	\$ -	\$ 400.000
Cargo 7. Director logístico	Fijo	\$ 1.800.000	\$ 117.000	\$ 1.917.000
Cargo 8. Auxiliar logístico	Fijo	\$ 1.000.000	\$ 117.000	\$ 1.117.000

*Fuente: Tabla 17 Cargos y salarios. Elaboración propia 2023*

De acuerdo con lo anterior, la empresa es dirigida por un gerente general y de operaciones denominado CEO.

Adicional al CEO de la empresa, existen cuatro cargos que dirigen diferentes procesos y actividades que resultan necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa.

- **Supervisor técnico:** Que se encarga de vigilar el proceso de fabricación <sup>15</sup> de los diferentes productos a lo largo de la cadena de producción, teniendo bajo su cargo a los operarios de producción y al operario de desmoldado y empaquetado.
- **Community manager:** Encargado de generar contenido para las redes sociales de Narám, en este caso serían Instagram y Facebook, además de interactuar con la comunidad y analizar los intereses de la misma con respecto al contenido compartido.
- **Contador:** <sup>29</sup> Analizar los recursos financieros y contables con los que cuenta la empresa y la correcta distribución de estos, gestionar los procesos administrativos con respecto a los datos contables y generar procedimientos que ayuden a controlar y a mejorar el gasto de los recursos financieros.
- **Director logístico:** Se encarga de vigilar el proceso de exportación de los jabones desde que se recibe la orden, dirigiendo el proceso de negociación de términos, la cantidad de producto a exportar y demás actividades a lo largo del proceso de exportación, teniendo bajo su cargo a un auxiliar logístico.

Para más información revisar **anexo 5**.

## 1. Estudio legal

### 6.1. Tipo de empresa a crear o reestructurar

La empresa Jabones Artesanales Narám SAS, se constituirá como una sociedad anónima simplificada. Se ha decidido constituirlo de esta manera, debido a que: la constitución la pueden realizar personas naturales o jurídicas, no se necesita un revisor fiscal previo, los comerciantes pueden fijar sus propias reglas para su sociedad, es decir, pueden tener estatutos flexibles. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019)

### 28 6.2. Requisitos legales de constitución

Para realizar la formación de la empresa Narám SAS existen los siguientes requisitos legales:

- 2 Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen). Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S (Cámara de Comercio de Cali, s.f.)
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución (Cámara de Comercio de Cali, s.f.)
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido (Cámara de Comercio de Cali, s.f.)
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita (Cámara de Comercio de Cali, s.f.)

- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse (Cámara de Comercio de Cali, s.f.)
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal (Cámara de Comercio de Cali, s.f.)
- <sup>17</sup> Formulario de registro único empresarial y social (RUES) (Camara de Comercio de Bogotá, 2019)
- Formulario de Registro Único Tributario (RUT) <sup>18</sup> (Camara de Comercio de Bogotá, 2019)
- Documento de identidad de los accionistas (Camara de Comercio de Bogotá, 2019)
- Situación de control - decreto 667 de 2018 (Camara de Comercio de Bogotá, 2019)

### <sup>1</sup> 6.3. Normatividad aplicable en para el producto tanto en el país de origen como en el de destino general.

#### 6.3.1. País de origen

Para implementar este proyecto y poder realizar la exportación de los jabones Narám, existen ciertas normas y leyes que se aplican para el producto y su exportación.

- Decreto 1545 de 1998 (Funcion publica)
- Ley 7 de 1991: Normas generales de comercio exterior (Funcion publica)
- Decreto 1665 de 2019: Régimen de aduanas (Decreto 1165 de 2019)
- <sup>15</sup> Ley 9 de 1979 - Por la cual se dictan medidas sanitarias; Arts. 439 a 458 (Invima, 2023)



- Decreto 219 de 1998 - Por el cual se reglamentan parcialmente los regímenes sanitarios de control de calidad, de vigilancia de los productos cosméticos, y se dictan otras disposiciones (Invima, 2023)
- Notificación Sanitaria obligatoria (NSO): La NSO es un código alfanumérico expedido por el Invima, requerido para fabricar, comercializar, importar o gastar productos cosméticos en Colombia, como país miembro de la Comunidad Andina (Invima, 2023)

**Figura 23** Documentos soporte exportación

Documentos soporte para exportaciones – 3401110000							Cerrar ventana
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países	
Certificado de venta libre - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	SI	05-ago-2008	...		

Fuente: Figura 23 Documentos soporte exportación (DIAN, 2023)

El documento necesario para la salida de los jabones Narám del país sería el certificado de venta libre que es expedido por el Invima.

**Figura 24** Descripción de la mercancía

Descripciones de mercancías para exportaciones – 3401110000										Cerrar ventana
Orden	Código	Descripción	Tipo de dato	Longitud	Decimales	Obligatorio	Desde	Hasta	Leg	Detalle
1	73	Nombre Comercial	TEXTO	60		SI	20-sep-2007	...		
2	74	Otras características	TEXTO	4000		SI	20-sep-2007	...		
3	1716	Cantidad de unidades comerciales	TEXTO	60		NO	20-ene-2008	...		

Fuente: Figura 24 Descripción de la mercancía (DIAN, 2023)

### 6.3.2. País destino

Para que el producto pueda ingresar al país, está bajo al regulación y revisión de la FDA (U.S. Food and Drugs Administration) pero no es necesario que el importador o los importadores del producto se registre.

3 Las empresas que importan productos que se consideran únicamente como cosméticos en EE. UU. no necesitan registrarse en la FDA y no se exige el número de registro para importar cosméticos hacia el país. La FDA insta a las empresas de cosméticos nacionales y extranjeras a registrar sus establecimientos y a presentar la Declaración de ingredientes de los productos cosméticos a nuestro Programa de Registro Voluntario de Cosméticos (VCRP), pero como su nombre lo indica, la participación en este programa es voluntaria, no obligatoria (FDA).

Sin embargo, los jabones Narám entran en la categoría de cosméticos y ante esto deben seguir la normatividad de etiquetado impuesta por los Estados Unidos de América.

- 8 • Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos (Ley FD&C) (FDA, s.f.)
- la Ley de Empaquetado y Etiquetado Justo (Ley FP&L) 15 USC Ch. 39; 16 CFR Capítulo 1 Subcapítulo E (FDA, s.f.)
- Las reglamentaciones relacionadas con los cosméticos se establecen en 21 CFR, partes 700 a 740 (21 CFR 700 a 740) (FDA, s.f.)
- Etiquetado correcto de cosméticos
- Declaración de ingrediente: La declaración de ingredientes debe ser visible para que sea probable que se lea en el momento de la compra. (FDA, s.f.)
- Advertencias de la etiqueta

## 14 7. Estudio financiero

### 7.1. Inversiones y fuentes de financiación (balance preoperativo)

Para la puesta en marcha del emprendimiento de jabones Narám se estima un monto de inversión inicial total de \$54.204.919,80. Esto considerando la inversión de activos intangibles y capital de trabajo

de un total de \$42.164.929,80 y activos fijos de \$12.039.990 así como se especifica en la tabla a continuación:

**Tabla 19 Gastos de puesta en marcha a continuación.**

Concepto	Gastos de puesta en marcha	Presupuesto
<b>Legalización ante Cámara de Comercio</b>	Registro mercantil	\$ 700.000
	Constitución de sociedad	
	Inscripción en libros de legalización	
	Matriculación de personería jurídica	
	Legalización de ente patrimonial	
<b>Gastos administrativos iniciales</b>	Arriendo locativo presupuestado por 3 meses	\$ 7.500.000
	Servicios públicos presupuestados por 3 meses	\$ 1.800.000
	Nómina del gerente - coordinador por 3 meses	\$ 9.546.390
	Nómina del auxiliar - operario por 3 meses	\$ 4.846.087
	Director logístico - por 3 mese	\$ 8.376.367
	Auxiliar logístico - por 3 meses	\$ 4.846.087
	Pago a contador outsourcing por 3 meses	\$ 1.200.000
<b>Gastos de ventas iniciales</b>	Presupuesto para promoción y publicidad por 3 meses	\$ 3.350.000
<b>TOTAL GASTOS DE PUESTA EN MARCHA</b>		<b>\$ 42.164.929,80</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>\$ 12.039.990,00</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL PREVISTA</b>		<b>\$ 54.204.919,80</b>

Fuente: Tabla 19 Gastos de puesta en marcha. Elaboración Propia, 2022

Teniendo en cuenta la inversión inicial se determinan las opciones de financiación del proyecto con el fin de cubrir el monto especificado para la puesta en marcha.

Para más información revisar **anexo 6**.

### **7.1.2 Fuentes de Financiamiento**

Para financiar la puesta en marcha del emprendimiento, la inversión inicial se realizará con un conjunto de recursos pasivos y propios proporcionados por los socios propietarios. Por lo tanto, se proyecta una

inversión por parte del “Fondo Emprender” del SENA de un equivalente al 68.3% del valor total y el restante 31.7% con fondos de los socios.

**Tabla 20 Fuentes de Financiación**

<b>FUENTES DE FINANCIACIÓN PUESTA EN MARCHA JABONES NARÁM</b>		
RECURSOS DEL FONDO EMPRENDER (68,3%)	\$	37.000.000
RECURSOS PROPIOS (31,7%)	\$	17.204.919
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>54.204.920</b>

Fuente: Tabla 20 Fuentes de Financiación. Elaboración Propia, 2023

## 38 7.2. Presupuestos de Costos, Gastos e Ingresos

Con el análisis de presupuestos, en el que se especifican los Costos, Gastos e ingresos, se permite determinar las características y valores necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento Narám. En específico los costos de producción de los productos, el punto de equilibrio que permite determinar las ventas necesarias para alcanzar el margen de ganancia deseado, las proyecciones a futuro y más importante, si el emprendimiento se presenta como viable, información que se presenta a continuación.

### 7.2.1 Gastos Operativos

Los gastos operativos del emprendimiento Narám están compuestos por los gastos administrativos con un total de \$161'418.319 para el año 2023 y con una proyección hasta el año 2027 teniendo como referencia una tasa de inflación del 8% anual. Estos costos comprenden conceptos como: Arriendo, servicios públicos, nomina, dotación y provisión para gastos de administración, como se muestra en la tabla a continuación.

*Tabla 21 Gatos Administrativos a continuación.*

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Concepto	Valor mes	Valor año 2023	Valor año 2024	Valor año 2025	Valor año 2026	Valor año 2027
Arriendo	\$2.500.000	\$30.000.000	\$32.400.000	\$34.992.000	\$37.791.360	\$40.814.669
Servicios públicos	\$600.000	\$7.200.000	\$7.776.000	\$8.398.080	\$9.069.926	\$9.795.521
Nómina	\$ 10.126.526,60	\$121.518.319	\$131.239.785	\$141.738.968	\$153.078.085	\$165.324.332
Dotación	\$25.000	\$300.000	\$324.000	\$349.920	\$377.914	\$408.147
Provisión gastos de administración	\$200.000	\$2.400.000	\$2.592.000	\$2.799.360	\$3.023.309	\$3.265.174
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>\$13.451.527</b>	<b>\$161.418.319</b>	<b>\$174.331.785</b>	<b>\$188.278.328</b>	<b>\$203.340.594</b>	<b>\$219.607.841</b>

Fuente: Tabla 21 Gatos Administrativos. Elaboración Propia, 2022

De igual manera se determinan los gastos de ventas como parte de los gastos operativos para el emprendimiento Narám. Para el año 2023 representan un total \$13'400.000 con una proyección hasta el año 2027 teniendo como referencia una tasa de inflación del 8% anual, comprendiendo

Conceptos como: Publicidad, asistencia a eventos externos y provisión para gastos de ventas.

Para más información revisar **anexo 7**.

*Tabla 22 Gatos de Ventas*

GASTOS DE VENTAS								
Marketing estratégico	Estrategia	Cantidad al año (meses)	Vr. unitario	Vr. total año 2023	Vr. total año 2024	Vr. total año 2025	Vr. total año 2026	Vr. total año 2027
Publicidad	Página WEB - diseño	12	\$ 150.000	\$1.800.000,00	\$1.944.000,00	\$2.099.520,00	\$2.267.481,60	\$2.448.880,13
	Manejo de redes sociales (administración mensual)	12	\$ 200.000	\$2.400.000,00	\$2.592.000,00	\$2.799.360,00	\$3.023.308,80	\$3.265.173,50
	Vallas y avisos publicitarios (2 vallas)	2	\$ 2.800.000	\$5.600.000,00	\$6.048.000,00	\$6.531.840,00	\$7.054.387,20	\$7.618.738,18
Asistencia a eventos externos	Ferias empresariales	3	\$ 400.000	\$1.200.000,00	\$1.296.000,00	\$1.399.680,00	\$1.511.654,40	\$1.632.586,75
Provisión para gastos de ventas	Gastos adicionales	12	\$ 200.000	\$2.400.000,00	\$2.592.000,00	\$2.799.360,00	\$3.023.308,80	\$3.265.173,50
<b>TOTAL CONSOLIDADO AL AÑO</b>				<b>\$13.400.000,00</b>	<b>\$14.472.000,00</b>	<b>\$15.629.760,00</b>	<b>\$16.880.140,80</b>	<b>\$18.230.552,06</b>
<b>Promedio mensual</b>				<b>\$1.116.666,67</b>	<b>\$ 3.350.000,00</b>			

Fuente: Tabla 22 Gatos de Ventas. Elaboración Propia, 2022

En total, teniendo en cuenta los componentes previos por conceptos de gastos, los gastos operativos para el emprendimiento Narám son de \$188'479.784 y así como se plantea en la *Tabla 22 Gatos Operativos Totales* se presenta una proyección hasta el año 2027 con base en una inflación del 8%.

Para más información revisar **anexo 7**.

**Tabla 23 Gatos Operativos**

GASTOS OPERATIVOS TOTALES							
Concepto	Valor mensual	Valor año 2022	Valor año 2023	Valor año 2024	Valor año 2025	Valor año 2026	Valor año 2027
Arriendo	\$ 2.500.000,00	\$ 30.000.000,00	\$ 32.400.000,00	\$ 34.992.000,00	\$ 37.791.360,00	\$ 40.814.668,80	\$ 44.079.842,30
Servicios públicos	\$ 600.000,00	\$ 7.200.000,00	\$ 7.776.000,00	\$ 8.398.080,00	\$ 9.069.926,40	\$ 9.795.520,51	\$ 10.579.162,15
Nómina del personal de planta	\$ 10.126.526,60	\$ 121.518.319,20	\$ 131.239.784,74	\$ 141.738.967,51	\$ 153.078.084,92	\$ 165.324.331,71	\$ 178.550.278,25
Procesos publicitarios (promedio)	\$ 1.116.666,67	\$ 13.400.000,00	\$ 14.472.000,00	\$ 15.629.760,00	\$ 16.880.140,80	\$ 18.230.552,06	\$ 19.688.996,23
Provisión gastos administrativos	\$ 200.000	\$ 2.400.000,00	\$ 2.592.000,00	\$ 2.799.360,00	\$ 3.023.308,80	\$ 3.265.173,50	\$ 3.526.387,38
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 14.543.193,27</b>	<b>\$ 174.518.319,20</b>	<b>\$ 188.479.784,74</b>	<b>\$ 203.558.167,51</b>	<b>\$ 219.842.820,92</b>	<b>\$ 237.430.246,59</b>	<b>\$ 256.424.666,32</b>

Fuente: Tabla 23 Gatos Operativos Totales. Elaboración Propia, 2022

Para más información revisar **anexo 7**.

### 7.2.2 Costos de Producción

El emprendimiento Narám produce un total de ocho tipos de jabones que se encuentran divididos en cinco líneas comerciales como se ha mencionado anteriormente, cada uno de los productos Narám presenta un costo de producción diferente, así como se presenta en las Tablas 23 *Costos Materias Primas Jabón de Café* y 24 *Costos Materias Primas Jabón de limon* a continuación con costos de \$6.187 y \$5.933 respectivamente y en los **Anexos** con la especificación de la totalidad de los jabones. Este costo individual se establece teniendo en cuenta las materias primas para su fabricación, el envase necesario y el costo de exportación, el cual, como se menciona anteriormente, es de \$0.17 USD que al TRM de \$4.425,27 representaría un costo de exportación individual de \$752,29 COP.

**Tabla 24 Costos Materias Primas Jabón de Café**

COSTOS MATERIAS PRIMAS JABÓN DE CAFÉ							
IRU	CTP	UM	PCP	CTRP	VUC	CTI	COMP
Glicerina pura		500 gramos	\$ 13.000	375	1,3333333	\$ 9.750	\$ 13.000
Café molido naturista		500 gramos	\$ 8.000	150	3,3333333	\$ 2.400	\$ 8.000
Aceite de oliva extra virgen		500 Mililitros	\$ 12.890	20	25	\$ 516	\$ 12.890
Colageno		50 mililitros	\$ 7.800	4	12,5	\$ 624	\$ 7.800
Vitamina E		50 mililitros	\$ 5.600	4	12,5	\$ 448	\$ 5.600
envase		10 unidades	\$ 20.000	4	2,5	\$ 8.000	20000
Costo de Exportación X ( 4 UNIDADES)						\$ 3.009	
<b>TOTAL COSTEO DEL JABÓN DE CAFÉ</b>						\$ 24.747	
<b>TOTAL COSTEO POR UNIDAD DE JABÓN DE CAFÉ ( 4 UNIDADES)</b>						\$ 6.187	
<b>PRECIO DE VENTA DE JABÓN DE CAFÉ</b>						\$ 15.000	
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR UNIDAD</b>						\$ 8.813	
<b>INGRESO BRUTO TOTAL</b>						\$ 60.000	
<b>INGRESO NETO TOTAL</b>						\$ 35.253	

Fuente: Tabla 24 Costos Materias Primas Jabón de Café. Elaboración Propia, 2022

**Tabla 25 Costos Materias Primas Jabón de limón**

COSTOS MATERIAS PRIMAS JABÓN DE LIMÓN							
IRU	CTP	UM	PCP	CTRP	VUC	CTI	COMP
Glicerina pura		500 gramos	\$ 13.000	375	1,3333333	\$ 9.750	\$ 13.000
Escencia de limón		50 Mililitros	\$ 3.500	10	5	\$ 700	\$ 3.500
Fibra de limón		30 Unidad	\$ 9.000	2	15	\$ 600	\$ 9.000
Gotas de limón		30 Unidad	\$ 9.000	2	15	\$ 600	\$ 9.000
Colageno		50 mililitros	\$ 7.800	4	12,5	\$ 624	\$ 7.800
Vitamina E		50 mililitros	\$ 5.600	4	12,5	\$ 448	\$ 5.600
envase		10 unidades	20000	4	2,5	\$ 8.000	\$ 20.000
Costo de Exportación ( 4 UNIDADES)						\$ 3.009	
<b>TOTAL COSTEO DEL JABÓN DE LIMÓN</b>						\$ 23.731	
<b>TOTAL COSTEO POR UNIDAD DE JABÓN DE LIMÓN ( 4 UNIDADES)</b>						\$ 5.933	
<b>PRECIO DE VENTA DE JABÓN DE LIMÓN</b>						\$ 15.000	
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR UNIDAD</b>						\$ 9.067	
<b>INGRESO BRUTO TOTAL</b>						\$ 60.000	
<b>INGRESO NETO TOTAL</b>						\$ 36.269	

Fuente: Tabla 25 Costos Materias Primas Jabón de Café. Elaboración Propia, 2022

Teniendo en cuenta los costos de materias primas individuales, el costo promedio individual es de \$5.800 COP para el año 2023.

**Tabla 26 Costos de materias primas unitarios promedios**

Costos Variables Unitarios		2023	2024	2025	2026	2027
Materia Prima (Costo Promedio)	\$/ unid.	5.800,0	6.264,0	6.765,2	7.306,4	7.890,9

Fuente: Tabla 26 Costos de materias primas unitarios promedios. Elaboración Propia, 2022

Para más información revisar **anexo 8**.

### 7.2.3 Ingresos

Los ingresos anuales de Narám se establecen de acuerdo a la producción estimada para cubrirlos gastos y costos de producción, que se han determinado de acuerdo a los cálculos realizados en 2022 para establecer el punto de equilibrio del emprendimiento como se muestra en la Tabla No # y en los Anexos, la producción de jabones debería ser de 18.969,5 unidades para el año 2023 y que representarían un total de ingresos de \$284'541.811,7, así como se presenta en la Tabla 26 a continuación.

**Tabla 27 Punto de equilibrio para la producción por unidades**

Lineas comerciales	PEM. UDS	PEM. \$
Jabones cereales y herbales	316,2	\$ 2.969.647
Jabones frutales	632,3	\$ 5.653.055
Jabón de leche	158,1	\$ 1.439.040
Jabón de miel	237,1	\$ 2.218.821
Jabón de glicerina	237,1	\$ 2.262.629
<b>TOTAL MES</b>	<b>1580,8</b>	<b>\$ 14.543.193</b>
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>18969,5</b>	<b>\$ 174.518.319</b>

Fuente: Tabla 27 Punto de equilibrio para la producción por unidades. Elaboración propia, 2022

**Tabla 28 Ingresos anuales**

Total Ventas	Un.	2023	2024	2025	2026	2027
Precio Promedio	\$	15.000,0	16.200,0	17.496,0	18.895,7	20.407,3
Ventas	unid.	18.969	20.487	22.126	23.896	25.808
Ventas	\$	284.541.811,7	331.889.569,2	387.115.993,5	451.532.094,8	526.667.035,4

Fuente: Tabla 28 Ingresos anuales. Elaboración propia, 2022



### 1.3. Determinación de los costos unitarios de exportación o importación

*Tabla 29 Matriz de mercado*

Matriz de mercado			
Información básica del producto	I	Producto	Jabon natural a base de glicerina
	II	Posicion arancelaria	3401.11.00.00
	III	Unidad comercial de venta	Caja en micro corugado plegadiza
	IV	Valor por unidad comercial	480.000
	V	Tipo de empaque	Caja para embalaje
	VI	Dimensiones del empaque cm	48x48x48 cm
Información básica del embarque	VII	Pais de origen y punto de cargue	Colombia - Cartagena
	VIII	Pais destino /Punto de desembarque - entrega	Estados Unidos de America - Boston - Nueva York
	IX	Peso total kg	5017,6 kg
	X	unidades de carga	98
	XI	unidades comerciales	1.568
	XII	volumen total embarque cm <sup>3</sup> -m <sup>3</sup>	10.84 m <sup>3</sup>
Información de importancia	XIII	Termino de venta	FOB
	XIV	forma de pago	Contado
	XV	Tipo de cambio utilizado	4.425,27

Fuente: Tabla 29 Matriz de mercado. Elaboración Propia 2023

*Tabla 30 Costos de exportación*

Actividad	Cantidad	Valor unitario (pesos)	Valor total (pesos)	Tipo de cambio	Valor unitario dólar	Valor (dolares)
Valor de Mercancia	1.568	480.000,00	752.640.000,00	4.425,27	108,47	170.077,76
Envase	1.568	3.486,00	5.466.048,00	4.425,27	0,79	1.235,19
empaque	98	10.235,00	1.003.030,00	4.425,27	2,31	226,66
Etiquetado / Marcado	1.568	271,10	425.084,80	4.425,27	0,06	96,06
Certificado de venta libre	1	80,88	126.812,00	4.425,27	0,02	28,66
<b>Subtotal EXW:</b>		494.072,98	759.660.974,80	4.425,27	111,65	171.664,32
Transporte interno	1	2.573,92	4.035.899,00	4.425,27	0,58	912,01
Seguro interno	1	264,00	413.952,00	4.425,27	0,06	93,54
<b>Subtotal FCA:</b>		496.910,89	764.110.825,80	4.425,27	112,29	172.669,88
Comision del agente de aduana	1	542,77	851.056,00	4.425,27	192,32	192,32
<b>Subtotal FAS:</b>		497.453,66	764.961.881,80	4.425,27	304,61	172.862,19
<b>Subtotal FOB:</b>		497.453,66	764.961.881,80	4.425,27	304,61	172.862,19
<b>Total costos FOB</b>		497.453,66	764.961.881,80	4.425,27	304,61	172.862,19
Utilidad 20%	1	975,72	1.529.923,76	4.425,27	0,22	345,72
Precion unidad comercial	1	498.429,37	766.491.805,56	4.425,27	304,83	173.207,92
<b>precio unidad de producto</b>	50.000	15.329,84	766.491.805,56	4.425,27	3,46	173.207,92

Fuente: Tabla 30 Costos de exportación. Elaboración propia con información de (Junior aduanas,

s.f.), (Econtainers, 2023), (Invima, s.f.), (Cajas y empaques de Colombia, 2023) y (Cajas y empaques de Colombia, 2023)

Como se muestra en la tabla de costos correspondiente a los costos de exportación que tiene en cuenta los pasos y actividades a realizar para completar el proceso de exportación con el Incoterm FOB. Al identificar el precio final, el valor sería de \$766.491.805,56 COP que equivale a \$173.207,92 USD, con una TRM de \$4.425,27 COP, incluyendo un 20% de ganancia, valor que resulta positivo ya que la unidad de jabón arroja un valor competitivo en el mercado de Estados Unidos de América y que aun así logra cubrir los costos de exportación y genera ganancias para Narám.

#### 1 7.4. Estado de resultados del proyecto

De acuerdo con el estado de resultados de la *Tabla 30* la implementación del emprendimiento Narám representaría una utilidad negativa de -\$1'753.840 en el año 2023 debido a que representa el periodo de implementación e improductividad de este. Ya para el año 2024 con una utilidad antes de impuestos de \$12'960.739 y según las proyecciones anuales futuras, las utilidades del emprendimiento Narám representan valores favorables, lo que indica la viabilidad de este.

<sup>31</sup> *Tabla 31 Estado de Resultados*

CONCEPTO	ESTADO DE RESULTADOS				
	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	284.541.812	331.889.569	387.115.994	451.532.095	526.667.035
Materia Prima, Mano de Obra	110.023.493	128.331.402	149.685.747	174.593.455	203.645.806
Depreciación	1.276.239	1.882.813	2.014.610	2.690.633	2.878.977
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>173.242.080</b>	<b>201.675.354</b>	<b>235.415.636</b>	<b>274.248.007</b>	<b>320.142.252</b>
Gasto de Ventas	161.418.319	174.331.785	188.278.328	203.340.594	219.607.841
Gastos de Administracion	13.400.000	14.472.000	15.629.760	16.880.141	18.230.552
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>-1.576.239</b>	<b>12.871.570</b>	<b>31.507.549</b>	<b>54.027.272</b>	<b>82.303.859</b>
Revalorización de Patrimonio	-900.000	-900.000	-927.231	-1.834.483	-4.051.508
Ajuste Activos no Monetarios	722.399	1.065.743	1.317.969	1.760.227	1.883.443
Ajuste Depreciación Acumulada	0	-76.574	-226.494	-383.371	-598.551
Total Corrección Monetaria	-177.601	89.169	164.244	-457.627	-2.766.617
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>-1.753.840</b>	<b>12.960.739</b>	<b>31.671.793</b>	<b>53.569.645</b>	<b>79.537.242</b>
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>-1.753.840</b>	<b>12.960.739</b>	<b>31.671.793</b>	<b>53.569.645</b>	<b>79.537.242</b>

Fuente: *Tabla 31 Estado de Resultados. Elaboración propia, 2022*

## 7.5. Flujo de caja del proyecto

De acuerdo con la *Tabla 32* a continuación La utilidad operacional del flujo de caja es igual a la utilidad operativa del estado de resultados que se presenta en la *Tabla No. #*, lo que significa que existe equivalencia entre ambos análisis, demostrando la viabilidad de llevar a cabo la producción de los jabones Narám.

*Tabla 32 Flujo de Caja*

Flujo de Caja Operativo	FLUJO DE CAJA				
	2023	2024	2025	2026	2027
Utilidad Operacional	-1.576.239	12.871.570	31.507.549	54.027.272	82.303.859
Depreciaciones	1.276.239	1.882.813	2.014.610	2.690.633	2.878.977
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>	<b>-300.000</b>	<b>14.754.383</b>	<b>33.522.159</b>	<b>56.717.905</b>	<b>85.182.836</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>-300.000</b>	<b>9.754.383</b>	<b>33.522.159</b>	<b>51.717.905</b>	<b>85.182.836</b>
Saldo anterior	37.960.010	37.660.010	47.414.393	80.936.552	132.654.457
Saldo siguiente	37.660.010	47.414.393	80.936.552	132.654.457	217.837.293

Fuente: Tabla 32 Flujo de Caja. <sup>22</sup>Elaboración Propia, 2022

## 7.6. Análisis del punto de equilibrio

Para establecer el punto de equilibrio para el emprendimiento de Jabones Narám primero se definió el Margen de contribución por línea comercial (MC. POND) como se presenta en la siguiente Tabla 32 con respecto a la demanda ponderada por cada línea comercial. (POND.DEM)

*Tabla 33* <sup>41</sup>*Margen de Contribución Ponderado*

Líneas comerciales	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO				
	MC.POND	POND. DEM	PV. POND	CV. POND	
Jabones cereales y herbales	\$ 9.393	20,0%	\$ 15.000	\$ 5.607	\$ 9.393
Jabones frutales	\$ 8.940	40,0%	\$ 15.000	\$ 6.060	\$ 8.940
Jabón de leche	\$ 9.103	10,0%	\$ 15.000	\$ 5.897	\$ 9.103
Jabón de miel	\$ 9.357	15,0%	\$ 15.000	\$ 5.643	\$ 9.357
Jabón de glicerina	\$ 9.542	15,0%	\$ 15.000	\$ 5.458	\$ 9.542
TOTAL MES		100,0%			

Fuente: Tabla 33 Margen de Contribución Ponderado. Elaboración propia, 2022

Posteriormente teniendo en cuenta el Margen de contribución promediado entre las líneas comercial (MCPT) y los costos fijos mensuales de \$14'543.193 se establece el punto de equilibrio mensual para la producción de los jabones Narám en sus respectivos y líneas comerciales, el cual, corresponde a 1.580,79 unidades.

**Tabla 34 Punto de Equilibrio**

PUNTO DE EQUILIBRIO			
MCPT	\$	9.200,0	
PEPT		1580,79	<b>COSTOS FIJOS \$ 14.543.193</b>

Fuente: Tabla 34 Punto de Equilibrio. Elaboración Propia, 2022

Teniendo en cuenta el punto de equilibrio establecido para el emprendimiento de jabones Narám, se determina que anualmente se debe producir una cantidad de 18.969,5 unidades para el 2023 que representan un costo de producción de \$111'299.731 y ventas con un valor de \$284'541.811,7 así como se presenta en la tabla a continuación No. De *Costos de producción inventariables y la anterior tabla 34 Ingresos anuales*, presentando de igual manera las proyecciones de estos valores para los años posteriores hasta el año 2027.

**Tabla 35 Costos de producción inventariables**

Costos Producción Inventariables	Un.	2023	2024	2025	2026	2027
Materia Prima y M.O.	\$	110.023.493	128.331.402	149.685.747	174.593.455	203.645.806
Depreciación	\$	1.276.239	1.882.813	2.014.610	2.690.633	2.878.977
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>111.299.731</b>	<b>130.214.215</b>	<b>151.700.357</b>	<b>177.284.088</b>	<b>206.524.783</b>
Margen Bruto	\$	60,88%	60,77%	60,81%	60,74%	60,79%

Fuente: Tabla 35 Costos de producción inventariables. <sup>34</sup>Elaboración propia, 2022

## 8. Evaluación financiera

### 8.1. Valor Presente neto – VPN

Al tener en cuenta los flujos futuros que se presentarían al poner en marcha el emprendimiento de jabones Narám, el valore presente Neto es de \$19'308.050 que al ser un valor positivo representa la viabilidad del emprendimiento a largo plazo con respecto a la inversión inicial.

*Tabla 36 VPN*

VALOR PRESENTE NETO	
VPN	\$ 12.325.723

Fuente: Tabla 36 VPN. Elaboración propia, 2022

### 8.2. Tasa Interna de retorno -TIR

Para el emprendimiento Narám se planteó una Tasa Mínima de Rendimiento deseada del 13%, teniendo en cuenta esta tasa y el VPN, la Tasa Interna de Retorno del emprendimiento se presenta en 24,69% lo que al ser mayor que la Tasa Mínima de Rendimiento representa viabilidad para las partes inversionistas y como se presenta como una tasa positiva, se puede concluir que el emprendimiento se proyecta como uno de carácter viable.

*Tabla 37 TIR*

TASA INTERNA DE RETORNO	
Tasa minima de rendimiento	13%
<b>TIR</b>	<b>20,61%</b>

Fuente: Tabla 37 TIR. Elaboración propia, 2022

### 8.3. Periodo de recuperación de la inversión – PRI

Para el emprendimiento Narám se proyecta que el Periodo de Recuperación de la Inversión sea de 2 años y 1 mes aproximadamente.

Tabla 38 Periodo de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	
PRI	2,1

Fuente: Tabla 38 Periodo de Recuperación de la Inversión. Elaboración propia, 2022

### 8.4. Análisis de sensibilidad

Tabla 39 Análisis de Sensibilidad

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD			
Criterios	ESCENARIO 1	ESCENARIO 2	ESCENARIO 3
	Esperado	Pesimista	Optimista
	IPC 8%	11%	5%
	TRM \$4.425,27	TRM \$3.900	TRM 4.800
VPN	\$ 12.352.723	-\$ 9.500.703	\$ 33.373.409
TIR	20,61%	6,30%	31,74%
PRI	2,1	3,23	1,58

Fuente: Tabla 39 Análisis de Sensibilidad. Elaboración propia, 2023

Teniendo en cuenta que existen diversas variables externas como el Índice de Precios al Consumidor (IPC) y Tasa Representativa del Mercado (TRM) que pueden afectar la viabilidad y desempeño del emprendimiento Narám, se han establecido tres escenarios para observar el

comportamiento de los criterios de evaluación que exponen la conducta del emprendimiento ante estos aspectos.

En el **Escenario 1** se encuentran las variables expuestas previamente con las que se ha desarrollado el análisis general del emprendimiento, las cuales establecen el IPC en un 8% y el TRM en \$4.425,27 COP, para el **Escenario 2** se plantea un IPC de 11% y el TRM de \$3.900 COP y por último para el **Escenario 3** se presenta un IPC de 5% y el TRM de \$4.800 COP.

Teniendo en cuenta los resultados planteados se podría concluir que en los escenarios 2 y 3 aún se presenta la viabilidad del proyecto debido a que la TIR resulta con un valor positivo, lo cual presenta a Narám como un emprendimiento que genera utilidades a largo plazo, teniendo en cuenta que en cada uno de estos escenarios el periodo de recuperación para la inversión inicial varía.

## 9. Impacto social y ambiental

El impacto social de este trabajo se refleja principalmente en la población empleada para la elaboración y comercialización de los jabones Narám, generando una nueva fuente de ingreso y trabajo para la población en el área donde se encuentra la planta de elaboración.

Adicionalmente se genera una utilidad relevante para los consumidores que encuentran un producto para satisfacer un área de necesidad que crece de manera progresiva. Adicionalmente, este trabajo también favorece a aquellos interesados en exportar productos similares, brindando información que resulta útil para facilitar el proceso y conocer todos los factores y variables incluidas.

Este proyecto también posee un impacto ambiental positivo ya que, la elaboración de los jabones Narám es completamente artesanal, con productos naturales y renovables, además de que tanto el envase como el empaque son biodegradables y amigables con el medioambiente, reduciendo los factores negativos para el mismo. Por otro lado, se busca dar a conocer las diferentes ventajas que trae para el uso humano, ya que los jabones Narám a diferencia de los jabones convencionales químicos, no tienen componentes potencialmente dañinos, no solo para los humanos sino también dañinos para el ambiente a la hora de ser fabricado.

Este proyecto propone un producto que actualmente genera un interés adicional, respondiendo a la demanda de productos amables con el medio ambiente y que sean naturales, para evitar un daño en el consumo humano.



## Conclusiones

Al observar los resultados obtenidos en el desarrollo del modelo de negocio que corresponde al emprendimiento de producción y exportación de jabones naturales a base de glicerina pura Narám con destino a Nueva York-Estados Unidos, se permite argumentar que bajo las especificaciones previamente planteadas se determina la viabilidad técnica y financiera del emprendimiento.

De acuerdo con el estudio de mercado, junto con el de demanda y oferta, además de incluir las proyecciones en donde se identifica que Colombia como país que oferta este tipo de producto, tiene la capacidad de satisfacer la demanda internacional en países como Estados Unidos de América, en donde la producción del mismo no es la suficiente como para abastecer la demanda, y en donde los otros países que también exportan al mismo, no general una amenaza potencial para la exportación del producto.

Adicional a esto hay que resaltar que con la realización del estudio de mercado y la identificación del mercado objetivo, Estados Unidos de América, como un mercado en donde ya se importa glicerina Colombiana, y en donde ya hay una acogida del producto, además de que, como se mencionó anteriormente, Estados Unidos, aunque produce estos productos, la cantidad no abarca el mercado y no representa un impedimento para que productos de otros países exporten a este, una situación diferente a la de otros países en donde el mercado de la belleza es muy amplio, y la demanda es amplia como para satisfacerla. Con esto, el público objetivo seleccionado permite identificar mejor cual es la cantidad de producto puede requerir el mercado, y la cantidad que jabones Narám puede producir e ir aumentando su cantidad a exportar de manera progresiva.

Los criterios planteados para la evaluación financiera y la proyección de los valores expusieron que el emprendimiento Narám <sup>47</sup> para la producción y exportación de jabones naturales a base de glicerina pura es viable. La inversión inicial para este proyecto es de \$174.818.319, teniendo en cuenta que la

relación Costo-Beneficio es positiva siendo esta de \$1,62 por cada peso invertido. Al considerar que como Tasa Mínima de Rendimiento aspirada se ha planteado un 13% al concluir que la Tasa Interna de Retorno se proyecta del 20,61% se puede identificar a Narám como un emprendimiento viable que es capaz de presentar ganancias futuras superiores a las expectativas relativas. Por último, se corrobora <sup>36</sup> la rentabilidad de la puesta en marcha del emprendimiento para la producción y la exportación al evidenciar la existencia de un periodo de recuperación para la inversión inicial del emprendimiento que se proyecta en un total de dos años y un mes.

El estudio previamente desarrollado permitió recopilar, explorar y analizar a fondo los criterios y teorías aprendidas, lo cual ha permitido, con el desarrollo de la propuesta para la fabricación y exportación de productos naturales, en particular de jabones naturales; implementar de forma práctica los conocimientos y aprendizajes obtenidos en las diversas asignaturas de las carreras de administración de empresas y comercio internacional; Generando así una contribución positiva al sector productor y exportador colombiano al expandir la oferta de productos nacionales en el mercado internacional, que en última instancia buscan fortalecer una industria creciente, en desarrollo y con múltiples oportunidades de éxito.

## Bibliografía

(2023). *Actualización de proyecciones económicas para Colombia*. Grupo Bancolombia.

*Alamy*. (2023). Obtenido de Alamy: <https://www.alamy.es/imagenes/mapa-de-colombia.html?sortBy=relevant>

*Banco de la republica*. (2023). Obtenido de Banco de la republica: <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/indice-precios-consumidor-ipc>

*Banco de la republica*. (15 de 04 de 2023). Obtenido de Banco de la republica: <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/trm>

*Banco de la Republica*. (03 de 2023). Obtenido de Banco de la Republica: <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/inflacion-total-y-meta>

*Bioeco Actual*. (04 de 02 de 2021). Obtenido de Bioeco Actual: <https://www.bioecoactual.com/2021/02/04/biofach-vivaness-2021-especial-mercado-consumidores-cosmetica-natural-ecologica-cambios/>

*Bioecoactual*. (04 de 02 de 2021). Obtenido de Bioecoactual: <https://www.bioecoactual.com/2021/02/04/biofach-vivaness-2021-especial-mercado-consumidores-cosmetica-natural-ecologica-cambios/>

*Cajas y empaques de Colombia*. (2023). Obtenido de Cajas y empaques de Colombia: <https://www.cajasyempaquesdecolombia.com/product/caja-en-microcorrugado-plegadiza-23x23x10-cm/>

*Cajas y empaques de Colombia*. (2023). Obtenido de Cajas y empaques de Colombia: <https://www.cajasyempaquesdecolombia.com/product/caja-para-embalaje/>

Calle Arango, N. X., & Carmona Ochoa, J. E. (01 de 11 de 2019). *Grupo Bancolombia*. Obtenido de Grupo Bancolombia: <https://www.bancolombia.com/empresas/capital-inteligente/tendencias/tendencias-globales/importancia-ecommerce-colombia-comex>

*Camara de Comercio de Bogotá*. (03 de 2019). Obtenido de Camara de Comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-para-creacion-de-empresa>

*Cámara de Comercio de Bogotá*. (marzo de 2019). Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes-CCB/Registros-Publicos/Que-son-las-sociedades-por-acciones-simplificadas#:~:text=La%20sociedad%20por%20acciones%20simplificada,monto%20de%20sus%20respectivos%20aportes.>

*Cámara de Comercio de Cali*. (s.f.). Obtenido de Cámara de Comercio de Cali: <https://www.ccc.org.co/sedevirtual/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>

*Census*. (2021). Obtenido de Census: <https://www.census.gov/quickfacts/fact/table/newsquarevillagenewyork/LFE046221#LFE046221>

1

*Datos macro*. (2021). Obtenido de Datos macro: <https://datosmacro.expansion.com/paises/usa-estados/comparar/nueva-york/nueva-york>

*Datos Macro*. (2022). Obtenido de Datos Macro: <https://datosmacro.expansion.com/paises/colombia>



- Grafic Store*. (s.f.). Obtenido de Grafic Store: [https://www.graphicstorecol.com/producto/500-etiquetas-personalizadas-para-accesorios/?gclid=Cj0KCQiAjbagBhD3ARIsANRrqEuHzggepCpIr1bo55M-SiA3YzMTV3TwyBvMOcOXtnDuAoMecazgXTcaAuKZEALw\\_wcB](https://www.graphicstorecol.com/producto/500-etiquetas-personalizadas-para-accesorios/?gclid=Cj0KCQiAjbagBhD3ARIsANRrqEuHzggepCpIr1bo55M-SiA3YzMTV3TwyBvMOcOXtnDuAoMecazgXTcaAuKZEALw_wcB)
- Huaranca Tito, K. X. (2020). *ANÁLISIS ESQUEMÁTICO DEL MODELO DE NEGOCIO BASADO EN E-COMMERCE: AMAZON Y ALIBABA*. Arequipa.
- Invima*. (s.f.). Obtenido de Invima: <https://www.invima.gov.co/tarifas>
- Invima*. (2023). Obtenido de Invima: <https://web.invima.gov.co/cosmeticos>
- Junior aduanas*. (s.f.). Obtenido de Junior aduanas: <https://junioraduanas.com/herramientas-de-consulta/tarifas>
- Junior aduanas*. (s.f.). Obtenido de Junior Aduanas: <https://junioraduanas.com/herramientas-de-consulta/tarifas>
- Legis Comex*. (s.f.). Obtenido de Legis Comex: <https://www.legiscomex.com/Documentos/RUTAS-EEUU-COLOMBIA-CARTAGENA>
- Lim, A. (15 de 12 de 2021). *Cosmetics design*. Obtenido de Cosmetics design: [https://www.cosmeticsdesign-europe.com/Article/2021/12/15/WATCH-Beauty-trends-2022-Global-cosmetic-insights-from-CosmeticsDesign?utm\\_source=copyright&utm\\_medium=OnSite&utm\\_campaign=copyright](https://www.cosmeticsdesign-europe.com/Article/2021/12/15/WATCH-Beauty-trends-2022-Global-cosmetic-insights-from-CosmeticsDesign?utm_source=copyright&utm_medium=OnSite&utm_campaign=copyright)
- Mapamundi*. (s.f.). Obtenido de Mapamundi: <https://mapamundi.online/america/del-norte-norteamerica/estados-unidos-eeuu/nueva-york/>
- Mena Roa, M. (11 de 05 de 2021). *Statista*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/grafico/10676/los-paises-mas-coquetos/>

*pngkit.* (s.f.). Obtenido de pngkit: [https://www.pngkit.com/view/u2e6q8i1t4o0y3i1\\_mapa-de-bogota-con-sus-localidades/](https://www.pngkit.com/view/u2e6q8i1t4o0y3i1_mapa-de-bogota-con-sus-localidades/)

*Portafolio.* (03 de 06 de 2020). Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/economia/industria-cosmetica-afectada-por-la-nueva-normalidad-541427>

*Pro Colombia.* (s.f.). Obtenido de Pro Colombia: <https://compradores.colombiatrader.com.co/por-que-colombia>

*Pro Colombia.* (20 de 08 de 2014). Obtenido de Pro Colombia : <https://procolombia.co/archivo/colombia-tras-el-mercado-mundial-de-cosmeticos-y-productos-de-aseo>

*Pro Colombia.* (20 de 08 de 2014). Obtenido de Pro Colombia: <https://procolombia.co/archivo/colombia-tras-el-mercado-mundial-de-cosmeticos-y-productos-de-aseo>

*Procolombia.* (s.f.). Obtenido de Procolombia : <https://tlc-eeuu.procolombia.co/sectores-productivos/qcv>

*Procomer.* (22 de 12 de 2021). Obtenido de Procomer: [https://www.procomer.com/alertas\\_comerciales/tendencias-globales-de-belleza-para-el-2022/](https://www.procomer.com/alertas_comerciales/tendencias-globales-de-belleza-para-el-2022/)

*Properati blog.* (s.f.). Obtenido de Properati blog: <https://www.properati.com.co/guia-de-ciudades/bogota-d-c-colombia>

*Safe+.* (2012). *Análisis de competitividad del sector cosméticos e Ingredientes naturales.* Bogota.

*Searates .* (2023). Obtenido de Searates: <https://www.searates.com/reference/stuffing/>

*Searates.* (2023). Obtenido de Searates: [https://packer.searates.com/1682030001\\_12190/reference/stuffing/results/pallet/steps/?pallet\\_name=0](https://packer.searates.com/1682030001_12190/reference/stuffing/results/pallet/steps/?pallet_name=0)

*Searates.* (2023). Obtenido de Searates: <https://www.searates.com/es/services/distances-time/>

*Searates.* (2023). Obtenido de Searates: <https://www.searates.com/reference/stuffing/>

*Trade Map.* (2023). Obtenido de Trade Map:

[https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c842%7c%7c34%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c842%7c%7c34%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1)

*Trade Map.* (2023). Obtenido de Trade Map:

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c3401%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c3401%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1)

*Trade Map.* (2023 ). Obtenido de Trade Map:

<https://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c842%7c%7c340111%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1>

*Wholelotta.* (2023). Obtenido de Wholelotta: <https://wholelotta.com/collections/bath-body>

*Zahara.* (s.f.). *Wendy's Guide.* Obtenido de Wendy's Guide: <https://www.wendysguide.com/que-cosmeticos-comprar-en-nueva-york/>



## Anexos

### Anexo 1 Comercio bilateral entre Colombia y los Estados Unidos de América

United States of America importa desde el mundo				
Valor por año				
2018	2019	2020	2021	2022
93.037	90.036	126.106	131.592	210.289
Porcentaje				Porcentaje
2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2018-2022
-3,23	40,06	4,35	59,80	126,03

Fuente: Comercio bilateral entre Colombia y United States of America Product: 34 Soap, organic surface-active agents, washing preparations, lubricating preparations, artificial ... elaboración propia con información de (Trade Map, 2023)

### Anexo 2 Participación y crecimiento de las exportaciones de Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, ... 2018-2022

Pais exportador	Toneladas vendidas por año					Participacion promedio %	Crecimiento promedio %
	2018	2019	2020	2021	2022		
<sup>±</sup> Alemania	217.784	231.499	230.711	244.825	221.769	13,53	0,66
Türkiye	125.600	132.834	181.645	167.994	197.684	5,53	13,17
Indonesia	250.727	177.347	173.685	141.071	145.053	6,10	-11,82
Malasia	113.931	122.390	120.684	106.224	112.516	4,58	-0,01
Emiratos Arabes Unidos	117.047	120.293	114.869	101.867		7,38	-28,26
Estados Unidos de America	105.190	99.584	98.281	99.753	99.324	7,83	-1,39
Colombia	19.389	18.017	20.651	19.451	16.971	0,98	55,00

Fuente: Participación y crecimiento de las exportaciones de Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, ... 2018-2022 elaboración propia, información obtenida de: (Trade Map, 2023) Lista de los exportadores para Jabón; productos y preparaciones orgánicos tensoactivos usados como jabón, en barras, panes, ...

### Anexo 3 Precio de venta por unidad Jabones Narám en dólar estadounidense y peso colombiano

Valor unitarios de exportacion en dolares 2021					
Valor Tonelada en USD 2021	Cantidad jabones X tonelada	Valor unitario USD			
1.389	10.000	0,14			
Inflacion 2018-2023					
2018	2019	2020	2021	2022	2023
3,13	3,25	3,86	1,51	9,23	13,34
Porcentaje de variacion					
2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023	
3,83	18,77	-60,88	511,26	44,53	
Historico valores según la inflacion					
2018	2019	2020	2021	2022	2023
0,13	0,13	0,13	0,14	0,15	0,17
Historico precio por Tonelada					
2018	2019	2020	2021	2022	2023
1.252	1.292	1.335	1.389	1.517	1.720

Precio unitario jabon								
Línea de producción	Sublíneas	Costo de producción	Precio de venta COP	Tipo de cambio	Precio en USD	Valor transporte x unidad USD	Precio de venta USD	
Jabones cereales y herbales	Jabón de avena	4.779,40	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56	
	Jabón de manzanilla	5.005,50	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56	
	Jabón de rosas	4.779,40	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56	
Jabones frutales	Jabón de limón	5.181,00	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56	
	Jabón de café	5.434,00	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56	
Jabón de leche	Jabón de leche	5.144,39	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56	
Jabón de miel	Jabón de miel	4.890,25	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56	
Jabón de glicerina	Jabón de glicerina	4.890,25	15.000,00	4.425,27	3,39	0,17	3,56	

*Fuente: Precio de venta por unidad Jabones Narám en dólar estadounidense y peso colombiano, elaboración propia. Información tomada de Trade Map y Banco de la república (Banco de la república, 2023) (Trade Map, 2023)*

#### *Anexo 4 Proyección Oferta, Demanda y precio*

Importación de jabón natural por parte de los Estados Unidos de América					Demanda potencia o insatisfecha				
	Período	Años	Toneladas	Variación %		Años	Demanda	Oferta	Demanda potencial o insatisfecha
Historico	1	2018	271.159		Variación % 2022-2027 46,14	2018	271.159	24	271.135
	2	2019	267.331	-1,41		2019	267.331	52	267.279
	3	2020	315.041	17,85		2020	315.041	27	315.014
	4	2021	356.787	13,25		2021	356.787	25	356.762
	5	2022	540.509	51,49		2022	540.509	168	540.341
Proyeccion	6	2023	538.612	-0,35	Promedio 2023-2027 664.243	2023	538.612	138	538.475
	7	2024	601.428	11,66		2024	601.428	164	601.264
	8	2025	664.243	10,44		2025	664.243	190	664.054
	9	2026	727.059	9,46		2026	727.059	216	726.843
	10	2027	789.875	8,64		2027	789.875	242	789.633

Oferta de jabón natural a los Estados Unidos de América					Variación %	
	Período	Años	Toneladas	Variación %		
Historico	1	2018	24		Variación % 2022-2027 43,99	
	2	2019	52	116,67		
	3	2020	27	-48,08		
	4	2021	25	-7,41		
	5	2022	168	572,00		
Proyeccion	6	2023	138	-18,15	Promedio 2023-2027 190	
	7	2024	164	18,98		
	8	2025	190	15,95		
	9	2026	216	13,76		
	10	2027	242	12,09		

Precios de exportar jabón natural de Colombia a los Estados Unidos de América					% de variación	
	Período	Años	Precio Unidad USD	% de inflación	Variación %	
Actual	1	2023	3,56	13,34%		% de variación 2023-2027 16,64
	2	2024	3,73	4,8%	4,80	
	3	2025	3,88	4,1%	4,10	
Proyeccion	4	2026	4,02	3,5%	3,50	Promedio 2024-2027 3,87
	5	2027	4,15	3,3%	3,30	

Fuente: Comercio bilateral entre Colombia y Estados Unidos de América Producto: 3401 Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ... (Trade Map, 2023) Comercio bilateral entre Colombia y Estados Unidos de América Producto: 3401 Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ... (Trade Map, 2023) Proyección precio unitario de jabón a base de glicerina a Estados Unidos de América. Elaboración propia con información de (Trade Map, 2023) el histórico de inflación del Banco de la República (Banco de la República, 2023) y proyecciones Bancolombia tabla macroeconómica proyectada (Actualización de proyecciones economicas para Colombia, 2023)

## Anexo 5 Cargos y salarios

CARGO	TIPO DE CONTRATO	ASIGNACIÓN BASE	AUX. TRANSP.	TOT. DEV.	Seguridad social			Prestaciones sociales				Parafiscales	TOTAL MES	TOTAL AÑO
					Aporte salud (8.50%)	Aporte pensión (12%)	ARL (1%)	Cesantías (8.33%)	Int. Cesantías (1%)	Primas (8.33%)	Vacaciones (4.17%)			
Cargo 1 (Gerente de operaciones). R1	Fijo	\$ 2.100.000	\$ -	\$ 2.100.000	\$ 178.500,00	\$ 252.000,00	\$ 109.200,00	\$ 174.930,00	\$ 21.000,00	\$ 174.930,00	\$ 87.570,00	\$ 84.000,00	\$ 3.182.130,00	\$ 38.185.560,00
Cargo 2 (Supervisor técnico). R1	Fijo	\$ 1.700.000	\$ 117.000	\$ 1.817.000	\$ 144.500,00	\$ 204.000,00	\$ 88.400,00	\$ 151.356,10	\$ 18.170,00	\$ 151.356,10	\$ 70.890,00	\$ 68.000,00	\$ 2.713.672,20	\$ 32.564.066,40
Cargo 3 (Operariode produccion). R2	Fijo	\$ 1.000.000	\$ 117.000	\$ 1.117.000	\$ 85.000,00	\$ 120.000,00	\$ 14.400,00	\$ 93.046,10	\$ 11.170,00	\$ 93.046,10	\$ 41.700,00	\$ 40.000,00	\$ 1.615.362,20	\$ 19.384.346,40
Cargo 4. Community Manager. R1	Indirecta - outsourcing	\$ 600.000	\$ -	\$ 600.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 600.000,00	\$ 7.200.000,00
Cargo 5 (Operario desmoldado y empacado). R2	Fijo	\$ 1.000.000	\$ 117.000	\$ 1.117.000	\$ 85.000,00	\$ 120.000,00	\$ 14.400,00	\$ 93.046,10	\$ 11.170,00	\$ 93.046,10	\$ 41.700,00	\$ 40.000,00	\$ 1.615.362,20	\$ 19.384.346,40
Cargo 6. Contador interno	Indirecto - outsourcing	\$ 400.000	\$ -	\$ 400.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 400.000,00	\$ 4.800.000,00
Cargo 7. Director logistico	Fijo	\$ 1.800.000	\$ 117.000	\$ 1.917.000	\$ 153.000,00	\$ 216.000,00	\$ 20.520,00	\$ 159.686,10	\$ 19.170,00	\$ 159.686,10	\$ 75.060,00	\$ 72.000,00	\$ 2.792.122,20	\$ 33.505.466,40
Cargo 8. Auxiliar logistico	Fijo	\$ 1.000.000	\$ 117.000	\$ 1.117.000	\$ 85.000,00	\$ 120.000,00	\$ 14.400,00	\$ 93.046,10	\$ 11.170,00	\$ 93.046,10	\$ 41.700,00	\$ 40.000,00	\$ 1.615.362,20	\$ 19.384.346,40
<b>Total consolidado</b>												<b>\$ 10.126.526,60</b>	<b>\$ 121.518.319,20</b>	

Fuente: Cargos y salarios. Elaboración propia 2023

## Anexo 6 Gastos de puesta en marcha a continuación

Maquinaria y equipos de oficina			
Cantidad	Artículo	Valor unitario	Valor total
2	computador de escritorio	\$ 1.191.930,00	\$ 2.383.860,00
1	impresora de oficina	\$ 620.000,00	\$ 620.000,00
2	escritorio y silla	\$ 615.000,00	\$ 1.230.000,00
1	Estufa a gas	\$ 949.900,00	\$ 949.900,00
2	mesa de entrapaño de acero	\$ 999.900,00	\$ 1.999.800,00
8	Olla industrial	\$ 477.170,00	\$ 3.817.360,00
3	estanteria metalica	\$ 224.900,00	\$ 674.700,00
8	Utencilios de preparación	\$ 26.990,00	\$ 215.920,00
50	Moldes de silicona	\$ 2.969,00	\$ 148.450,00
Total consolidado			\$ 12.039.990,00

INVERSIÓN TOTAL EN NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS		\$ 12.039.990,00
Concepto	Gastos de puesta en marcha	Presupuesto
Legalización ante Cámara de Comercio	Registro mercantil	\$ 700.000
	Constitución de sociedad	
	Inscripción en libros de legalización	
	Matriculación de personería jurídica	
	Legalización de ente patrimonial	
Gastos administrativos iniciales	Arriendo locativo presupuestado por 3 meses	\$ 7.500.000
	Servicios públicos presupuestados por 3 meses	\$ 1.800.000
	Nómina del gerente - coordinador por 3 meses	\$ 9.546.390
	Nómina del auxiliar - operario por 3 meses	\$ 4.846.087
	Director logístico - por 3 mese	\$ 8.376.367
	Auxiliar logístico - por 3 meses	\$ 4.846.087
	Pago a contador outsourcing por 3 meses	\$ 1.200.000
Gastos de ventas iniciales	Presupuesto para promoción y publicidad por 3 meses	\$ 3.350.000
Total gastos puesta en marcha		\$ 42.164.929,80
INVERSIÓN TOTAL PREVISTA		\$ 54.204.919,80

Fuente: Gastos de puesta en marcha. Elaboración Propia, 2022

Anexo 7 Gastos administrativos, ventas y operativos

Concepto	Valor mes	Valor año 2023	Valor año 2024	Valor año 2025	Valor año 2026	Valor año 2027
Almuerzo	\$2.500.000	\$30.000.000	\$32.400.000	\$34.992.000	\$37.791.360	\$40.814.669
Servicios públicos	\$600.000	\$7.200.000	\$7.776.000	\$8.398.080	\$9.069.926	\$9.795.521
Nómina	\$10.126.526,60	\$121.518.319	\$131.239.785	\$141.738.968	\$153.078.085	\$165.324.332
Dotación	\$25.000	\$300.000	\$324.000	\$349.920	\$377.914	\$408.147
Provisión gastos de administración	\$200.000	\$2.400.000	\$2.592.000	\$2.799.360	\$3.023.309	\$3.265.174
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>\$13.451.527</b>	<b>\$161.418.319</b>	<b>\$174.331.785</b>	<b>\$188.278.328</b>	<b>\$203.340.594</b>	<b>\$219.607.841</b>

Marketing estratégico	Estrategia	Cantidad al año (meses)	Vr. unitario	Vr. total año 2023	Vr. total año 2024	Vr. total año 2025	Vr. total año 2026	Vr. total año 2027
Publicidad	Página WEB - diseño	12	\$ 150.000	\$1.800.000,00	\$1.944.000,00	\$2.099.520,00	\$2.267.481,60	\$2.448.880,13
	Manejo de redes sociales (administración mensual)	12	\$ 200.000	\$2.400.000,00	\$2.592.000,00	\$2.799.360,00	\$3.023.308,80	\$3.265.173,50
	Vallas y avisos publicitarios (2 vallas)	2	\$ 2.800.000	\$5.600.000,00	\$6.048.000,00	\$6.531.840,00	\$7.054.387,20	\$7.618.738,18
Asistencia a eventos externos	Ferias empresariales	3	\$ 400.000	\$1.200.000,00	\$1.296.000,00	\$1.399.680,00	\$1.511.654,40	\$1.632.586,75
Provisión para gastos de ventas	Gastos adicionales	12	\$ 200.000	\$2.400.000,00	\$2.592.000,00	\$2.799.360,00	\$3.023.308,80	\$3.265.173,50
<b>TOTAL CONSOLIDADO AL AÑO</b>				<b>\$13.400.000,00</b>	<b>\$14.472.000,00</b>	<b>\$15.629.760,00</b>	<b>\$16.880.140,80</b>	<b>\$18.230.552,06</b>
Promedio mensual				\$1.116.666,67	\$3.350.000,00			

Costos fijos								
Concepto	Valor mensual	Valor año 2022	Valor año 2023	Valor año 2024	Valor año 2025	Valor año 2026	Valor año 2027	
Almuerzo	\$ 2.500.000,00	\$ 30.000.000,00	\$ 32.400.000,00	\$ 34.992.000,00	\$ 37.791.360,00	\$ 40.814.668,80	\$ 44.079.842,30	
Servicios públicos	\$ 600.000,00	\$ 7.200.000,00	\$ 7.776.000,00	\$ 8.398.080,00	\$ 9.069.926,40	\$ 9.795.520,51	\$ 10.579.162,15	
Nómina del personal de planta	\$ 10.126.526,60	\$ 121.518.319,20	\$ 131.239.784,74	\$ 141.738.967,51	\$ 153.078.084,92	\$ 165.324.331,71	\$ 178.550.278,25	
Procesos publicitarios (promedio)	\$ 1.116.666,67	\$ 13.400.000,00	\$ 14.472.000,00	\$ 15.629.760,00	\$ 16.880.140,80	\$ 18.230.552,06	\$ 19.688.996,23	
Provisión gastos administrativos	\$ 200.000	\$ 2.400.000,00	\$ 2.592.000,00	\$ 2.799.360,00	\$ 3.023.308,80	\$ 3.265.173,50	\$ 3.526.387,38	
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$14.543.193,27</b>	<b>\$174.518.319,20</b>	<b>\$188.479.784,74</b>	<b>\$203.558.167,51</b>	<b>\$219.842.820,92</b>	<b>\$237.430.246,59</b>	<b>\$256.424.666,32</b>	

Fuente: Gatos Administrativos. Elaboración Propia, 2022. Gatos de Ventas. Elaboración Propia, 2022. Gatos Operativos Totales. Elaboración Propia, 2022.

### Anexo 8 Costos de producción (costos materias primas)

COSTOS MATERIAS PRIMAS JABÓN DE CAFÉ							
IRU	CTP	UM	PCP	CTRP	VUC	CTI	COMP
Glicerina pura		500 gramos	\$ 13.000	375	1,3333333	\$ 9.750	\$ 13.000
Café molido naturista		500 gramos	\$ 8.000	150	3,3333333	\$ 2.400	\$ 8.000
Aceite de oliva extra virgen		500 Mililitros	\$ 12.890	20	25	\$ 516	\$ 12.890
Colageno		50 mililitros	\$ 7.800	4	12,5	\$ 624	\$ 7.800
Vitamina E		50 mililitros	\$ 5.600	4	12,5	\$ 448	\$ 5.600
envase		10 unidades	\$ 20.000	4	2,5	\$ 8.000	20000
Costo de Exportación X ( 4 UNIDADES)						\$ 3.009	
TOTAL COSTEO DEL JABÓN DE CAFÉ						\$ 24.747	
TOTAL COSTEO POR UNIDAD DE JABÓN DE CAFÉ ( 4 UNIDADES)						\$ 6.187	
PRECIO DE VENTA DE JABÓN DE CAFÉ						\$ 15.000	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR UNIDAD						\$ 8.813	
INGRESO BRUTO TOTAL						\$ 60.000	
INGRESO NETO TOTAL						\$ 35.253	
COSTOS MATERIAS PRIMAS JABÓN DE LIMÓN							
IRU	CTP	UM	PCP	CTRP	VUC	CTI	COMP
Glicerina pura		500 gramos	\$ 13.000	375	1,3333333	\$ 9.750	\$ 13.000
Esencia de limón		50 Mililitros	\$ 3.500	10	5	\$ 700	\$ 3.500
Fibra de limón		30 Unidad	\$ 9.000	2	15	\$ 600	\$ 9.000
Gotas de limón		30 Unidad	\$ 9.000	2	15	\$ 600	\$ 9.000
Colageno		50 mililitros	\$ 7.800	4	12,5	\$ 624	\$ 7.800
Vitamina E		50 mililitros	\$ 5.600	4	12,5	\$ 448	\$ 5.600
envase		10 unidades	20000	4	2,5	\$ 8.000	\$ 20.000
Costo de Exportación ( 4 UNIDADES)						\$ 3.009	
TOTAL COSTEO DEL JABÓN DE LIMÓN						\$ 23.731	
TOTAL COSTEO POR UNIDAD DE JABÓN DE LIMÓN ( 4 UNIDADES)						\$ 5.933	
PRECIO DE VENTA DE JABÓN DE LIMÓN						\$ 15.000	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR UNIDAD						\$ 9.067	
INGRESO BRUTO TOTAL						\$ 60.000	
INGRESO NETO TOTAL						\$ 36.269	
COSTOS MATERIAS PRIMAS JABÓN DE AVENA							
IRU	CTP	UM	PCP	CTRP	VUC	CTI	COMP
Glicerina pura		500 gramos	\$ 13.000	375	1,3333333	\$ 9.750	\$ 13.000
Avena en hojuelas		1000 Gramos	\$ 7.390	40	25	\$ 296	\$ 7.390
Colageno		50 mililitros	\$ 7.800	4	12,5	\$ 624	\$ 7.800
Vitamina E		50 mililitros	\$ 5.600	4	12,5	\$ 448	\$ 5.600
envase		10 unidades	20000	4	2,5	\$ 8.000	20000
Costo de Exportación X ( 4 UNIDADES)						\$ 3.009	
TOTAL COSTEO DEL JABÓN DE AVENA						\$ 22.127	
TOTAL COSTEO POR UNIDAD DE JABÓN DE AVENA ( 4 UNIDADES)						\$ 5.532	
PRECIO DE VENTA DE JABÓN DE AVENA						\$ 15.000	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR UNIDAD						\$ 9.468	
INGRESO BRUTO TOTAL						\$ 60.000	
INGRESO NETO TOTAL						\$ 37.873	
COSTOS MATERIAS PRIMAS JABÓN DE MANZANILLA							
IRU	CTP	UM	PCP	CTRP	VUC	CTI	COMP
Glicerina pura		500 gramos	\$ 13.000	375	1,3333333	\$ 9.750	\$ 13.000
Flor de manzanilla		15 Gramos	\$ 3.000	6	2,5	\$ 1.200	\$ 3.000
Colageno		50 mililitros	\$ 7.800	4	12,5	\$ 624	\$ 7.800
Vitamina E		50 mililitros	\$ 5.600	4	12,5	\$ 448	\$ 5.600
envase		10 unidades	20000	4	2,5	\$ 8.000	20000
Costo de Exportación X ( 4 UNIDADES)						\$ 3.009	
TOTAL COSTEO DEL JABÓN DE MANZANILLA						\$ 23.031	
TOTAL COSTEO POR UNIDAD DE JABÓN DE MANZANILLA ( 4 UNIDADES)						\$ 5.758	
PRECIO DE VENTA DE JABÓN DE MANZANILLA						\$ 15.000	
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR UNIDAD						\$ 9.242	
INGRESO BRUTO TOTAL						\$ 60.000	
INGRESO NETO TOTAL						\$ 36.969	

COSTOS MATERIAS PRIMAS JABÓN DE ROSAS							
IRU	CTP	UM	PCP	CTRP	VUC	CTI	COMP
Glicerina pura		500 gramos	\$ 13.000	375	1,3333333	\$ 9.750	\$ 13.000
Petalos de rosa		1000 Gramos	\$ 7.390	40	25	\$ 296	\$ 7.390
Colageno		50 mililitros	\$ 7.800	4	12,5	\$ 624	\$ 7.800
Vitamina E		50 mililitros	\$ 5.600	4	12,5	\$ 448	\$ 5.600
envase		10 unidades	20000	4	2,5	\$ 8.000	20000
Costo de Exportación X ( 4 UNIDADES)						\$ 3.009	
<b>TOTAL COSTEO DEL JABÓN DE ROSAS</b>						\$ 22.127	
<b>TOTAL COSTEO POR UNIDAD DE JABÓN DE ROSAS ( 4 UNIDADES)</b>						\$ 5.532	
<b>PRECIO DE VENTA DE JABÓN DE ROSAS</b>						\$ 15.000	
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR UNIDAD</b>						\$ 9.468	
<b>INGRESO BRUTO TOTAL</b>						\$ 60.000	
<b>INGRESO NETO TOTAL</b>						\$ 37.873	

COSTOS MATERIAS PRIMAS JABÓN DE LECHE							
IRU	CTP	UM	PCP	CTRP	VUC	CTI	COMP
Glicerina pura		500 gramos	\$ 13.000	375	1,3333333	\$ 9.750	\$ 13.000
Leche en polvo		360 gramos	\$ 15.800	40	9	\$ 1.756	\$ 15.800
Vitamina E		50 mililitros	\$ 5.600	4	12,5	\$ 448	\$ 5.600
Colageno		50 mililitros	\$ 7.800	4	12,5	\$ 624	\$ 7.800
envase		10 unidades	20000	4	2,5	\$ 8.000	20000
Costo de Exportación X ( 4 UNIDADES)						\$ 3.009	
<b>TOTAL COSTEO DEL JABÓN DE LECHE</b>						\$ 23.587	
<b>TOTAL COSTEO POR UNIDAD DE JABÓN DE LECHE ( 4 UNIDADES)</b>						\$ 5.897	
<b>PRECIO DE VENTA DE JABÓN DE LECHE</b>						\$ 15.000	
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR UNIDAD</b>						\$ 9.103	
<b>INGRESO BRUTO TOTAL</b>						\$ 60.000	
<b>INGRESO NETO TOTAL</b>						\$ 36.413	

COSTOS MATERIAS PRIMAS JABÓN DE MIEL							
IRU	CTP	UM	PCP	CTRP	VUC	CTI	COMP
Glicerina pura		500 gramos	\$ 13.000	375	1,3333333	\$ 9.750	\$ 13.000
Miel de abeja		500 Gramos	\$ 7.390	50	10	\$ 739	\$ 7.390
Vitamina E		50 mililitros	\$ 5.600	4	12,5	\$ 448	\$ 5.600
Colageno		50 mililitros	\$ 7.800	4	12,5	\$ 624	\$ 7.800
envase		10 unidades	20000	4	2,5	\$ 8.000	20000
Costo de Exportación X ( 4 UNIDADES)						\$ 3.009	
<b>TOTAL COSTEO DEL JABÓN DE MIEL</b>						\$ 22.570	
<b>TOTAL COSTEO POR UNIDAD DE JABÓN DE MIEL ( 4 UNIDADES)</b>						\$ 5.643	
<b>PRECIO DE VENTA DE JABÓN DE MIEL</b>						\$ 15.000	
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR UNIDAD</b>						\$ 9.357	
<b>INGRESO BRUTO TOTAL</b>						\$ 60.000	
<b>INGRESO NETO TOTAL</b>						\$ 37.430	

COSTOS MATERIAS PRIMAS JABÓN DE GLICERINA							
IRU	CTP	UM	PCP	CTRP	VUC	CTI	COMP
Glicerina pura		500 gramos	\$ 13.000	375	1,3333333	\$ 9.750	\$ 13.000
Vitamina E		50 mililitros	\$ 5.600	4	12,5	\$ 448	\$ 5.600
Colageno		50 mililitros	\$ 7.800	4	12,5	\$ 624	\$ 7.800
envase		10 unidades	20000	4	2,5	\$ 8.000	20000
Costo de Exportación X ( 4 UNIDADES)						\$ 3.009	
<b>TOTAL COSTEO DEL JABÓN DE GLICERINA</b>						\$ 21.831	
<b>TOTAL COSTEO POR UNIDAD DE JABÓN DE GLICERINA ( 4 UNIDADES)</b>						\$ 5.458	
<b>PRECIO DE VENTA DE JABÓN DE CAFÉ</b>						\$ 15.000	
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR UNIDAD</b>						\$ 9.542	
<b>INGRESO BRUTO TOTAL</b>						\$ 60.000	
<b>INGRESO NETO TOTAL</b>						\$ 38.169	

Fuente: Costos materias primas jabón de Café, Limón, Avena, Manzanilla, Rosas, Leche Miel,



Glicerina. 2023

Anexo 9 Punto de equilibrio.

Línea comercial	Sublínea	CU - VU	PVP	MC. REAL				
Jabones cereales y herbales	Jabón de avena	\$ 5.532	\$ 15.000	\$ 9.468				
	Jabón de manzanilla	\$ 5.758	\$ 15.000	\$ 9.242				
	Jabón de rosas	\$ 5.532	\$ 15.000	\$ 9.468				
Jabones frutales	Jabón de limón	\$ 5.933	\$ 15.000	\$ 9.067				
	Jabón de café	\$ 6.187	\$ 15.000	\$ 8.813			2	
Jabón de leche	Jabón de leche	\$ 5.897	\$ 15.000	\$ 9.103				
Jabón de miel	Jabón de miel	\$ 5.643	\$ 15.000	\$ 9.357				
Jabón de glicerina	Jabón de glicerina	\$ 5.458	\$ 15.000	\$ 9.542				
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO</b>								
Líneas comerciales	MC.POND	Ventas históricas	POND. DEM	PV. POND	CV. POND			
Jabones cereales y herba	\$ 9.393		20,0%	\$ 15.000	\$ 5.607	\$ 9.393		
Jabones frutales	\$ 8.940		40,0%	\$ 15.000	\$ 6.060	\$ 8.940		
Jabón de leche	\$ 9.103		10,0%	\$ 15.000	\$ 5.897	\$ 9.103		
Jabón de miel	\$ 9.357		15,0%	\$ 15.000	\$ 5.643	\$ 9.357		
Jabón de glicerina	\$ 9.542		15,0%	\$ 15.000	\$ 5.458	\$ 9.542		
TOTAL MES		0	100,0%					
<b>PUNTO 3. MCPT - PEPT</b>								
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>								
MCPT	\$ 9.200,0							
PEPT	1580,79			COSTOS FIJOS	\$ 14.543.193			
<b>CONSOLIDADOS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO</b>								
Líneas comerciales	PEM. UDS	PEM. \$	SUBLINEAS	PEM. SUB. UDS	PEM. SUB. \$	PE. DIAR. UDS	PE. DIAR. \$	
Jabones cereales y herba	316,2	\$ 2.969.647	3	105,4	\$ 989.882	13,17	\$ 123.735	
Jabones frutales	632,3	\$ 5.653.055	2	316,2	\$ 2.826.528	26,35	\$ 235.544	
Jabón de leche	158,1	\$ 1.439.040	1	158,1	\$ 1.439.040	6,59	\$ 59.960	
Jabón de miel	237,1	\$ 2.218.821	1	237,1	\$ 2.218.821	9,88	\$ 92.451	
Jabón de glicerina	237,1	\$ 2.262.629	1	237,1	\$ 2.262.629	9,88	\$ 94.276	
TOTAL MES	1580,8	\$ 14.543.193				TOTAL DÍA	65,87	\$ 605.966
TOTAL AÑO	18969,5	\$ 174.518.319				TOTAL MES	1580,79	\$ 14.543.193,27
<b>Líneas comerciales</b>								
Líneas comerciales	PEM. UDS	Venta anual						
Jabones cereales y herba	316,2	3793,89						
Jabones frutales	632,3	7587,78						
Jabón de leche	158,1	1896,95						
Jabón de glicerina	237,1	2845,42						
Jabón de glicerina	237,1	2845,42						

Fuente: Punto de equilibrio. Elaboración propia 2023.



### Anexo 10 Proyecciones

Precaución. Solo Puede Ingresar Información en las Celdas Amarillas. Consulte la Guía.							
	Un.	2022	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Variables Macroeconómicas</b>							
Inflación	%		6.00%	6.00%	7.00%	7.00%	7.00%
Devaluación	%		3.00%	3.00%	2.00%	2.00%	2.00%
IPP	%		5.00%	5.00%	5.00%	4.00%	4.00%
Crecimiento PIB	%		3.00%	3.00%	4.00%	4.00%	5.00%
DTF T.A.	%		1.50%	1.50%	1.50%	1.50%	1.50%
<b>Ventas, Costos y Gastos</b>							
<b>Precio Por Producto</b>							
Precio Producto 1	\$ / unid.		15.000	16.200	17.496	18.896	20.407
Precio Producto 2	\$ / unid.		15.000	16.200	17.496	18.896	20.407
Precio Producto 3	\$ / unid.		15.000	16.200	17.496	18.896	20.407
Precio Producto 4	\$ / unid.		15.000	16.200	17.496	18.896	20.407
Precio Producto 5	\$ / unid.		15.000	16.200	17.496	18.896	20.407
<b>Unidades Vendidas por Producto</b>							
Ventas Producto 1	unid.		3.794	4.097	4.425	4.779	5.162
Ventas Producto 2	unid.		7.588	8.195	8.850	9.558	10.323
Ventas Producto 3	unid.		1.897	2.049	2.213	2.390	2.581
Ventas Producto 4	unid.		2.845	3.073	3.319	3.584	3.871
Ventas Producto 5	unid.		2.845	3.073	3.319	3.584	3.871
<b>Total Ventas</b>							
Precio Promedio	\$		15.000,0	16.200,0	17.496,0	18.895,7	20.407,3
Ventas	unid.		18.969	20.487	22.126	23.896	25.808
Ventas	\$		284.541.811,7	331.889.569,2	387.115.993,5	451.532.094,8	526.667.035,4
<b>Costos Unitarios Materia Prima</b>							
Costo Materia Prima Jabones cereales y herbales	\$ / unid.		5.607	6.056	6.540	7.063	7.628
Costo Materia Prima Jabones frutales	\$ / unid.		6.060	6.545	7.068	7.634	8.244
Costo Materia Prima Jabón de leche	\$ / unid.		5.897	6.368	6.878	7.428	8.022
Costo Materia Prima Jabón de Miel	\$ / unid.		5.643	6.094	6.581	7.108	7.677
Costo Materia Prima Jabón de Glicerina	\$ / unid.		5.458	5.894	6.366	6.875	7.425
<b>Costos Variables Unitarios</b>							
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.		5.800,0	6.264,0	6.765,2	7.306,4	7.890,9
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.		5.800,0	6.264,0	6.765,2	7.306,4	7.890,9
<b>Otros Costos de Fabricación</b>							
Otros Costos de Fabricación	\$		0	0	0	0	0
<b>Costos Producción Inventariables</b>							
Materia Prima	\$		110.023.493	128.331.402	149.685.747	174.593.455	203.645.806
Materia Prima y M.O.	\$		110.023.493	128.331.402	149.685.747	174.593.455	203.645.806
Depreciación	\$		1.276.239	1.882.813	2.014.610	2.690.633	2.878.977
Total	\$		111.299.731	130.214.215	151.700.357	177.284.088	206.524.783
Margen Bruto	\$		60,88%	60,77%	60,81%	60,74%	60,79%
<b>Gastos Operacionales</b>							
Gastos de Ventas	\$		161.418.319	174.331.785	188.278.328	203.340.594	219.607.841
Gastos Administración	\$		13.400.000	14.472.000	15.629.760	16.880.141	18.230.552
Total Gastos	\$		174.818.319	188.803.785	203.908.088	220.220.735	237.838.393
<b>Inversiones (Inicio Período)</b>							
Maquinaria y Equipo	\$		12.039.990	5.000.000		5.000.000	
Total Inversiones	\$		0	5.000.000	0	5.000.000	0
<b>Estructura de Capital</b>							
Capital Socios	\$		15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Capital Adicional Socios	\$		0	0	0	0	0
Obligaciones Fondo Emprender	\$		35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000
Obligaciones Financieras	\$						
<b>Dividendos</b>							
Utilidades Repartibles	\$		-	-	9.910.825	38.415.439	88.948.337
Dividendos	%		0%	0%	0%	0%	0%
Dividendos	\$		-	-	-	-	-

Fuente: Punto de equilibrio. Elaboración propia 2023.

	2023	2024	2025	2026	2027
<b>Supuestos Macroeconómicos</b>					
Variación Anual IPC	6,00%	6,00%	7,00%	7,00%	7,00%
Devaluación	3,00%	3,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Variación PIB	3,00%	3,00%	4,00%	4,00%	5,00%
DTF ATA	1,50%	1,50%	1,50%	1,50%	1,50%
<b>Supuestos Operativos</b>					
Variación precios		8,0%	8,0%	8,0%	8,0%
Variación Cantidades vendidas		8,0%	8,0%	8,0%	8,0%
Variación costos de producción		17,0%	16,5%	16,9%	16,5%
Variación Gastos Administrativos		8,0%	8,0%	8,0%	8,0%
<b>Indicadores Financieros Proyectados</b>					
Nivel de Endeudamiento Total	71,2%	55,5%	36,6%	23,2%	14,9%
Rentabilidad Operacional	-0,6%	3,9%	8,1%	12,0%	15,6%
Rentabilidad Neta	-0,6%	3,9%	8,2%	11,9%	15,1%
Rentabilidad Patrimonio	-12,4%	46,3%	52,3%	46,2%	39,8%
Rentabilidad del Activo	-3,6%	20,6%	33,1%	35,5%	33,9%

### *Anexo II Salidas y Criterios de Decisión*

<b>Flujo de Caja y Rentabilidad</b>					
Flujo de Caja Proyectado y rentabilidad. Cifras en Miles de Pesos					
Flujo de Operación		-300.000	14.754.383	33.522.159	56.717.905
Flujo de Inversión	-50.000.000	0	-5.000.000	0	-5.000.000
Flujo de Financiación		0	0	0	0
Flujo de caja para evaluación	-50.000.000	-300.000	9.754.383	33.522.159	51.717.905
Tasa de descuento Utilizada		10%	10%	10%	10%
Flujo de caja descontado	-50.000.000	-272.727	8.061.473	25.185.694	35.324.025

<b>Criterios de Decisión</b>	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	13%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	20,61%
VPN (Valor Presente Neto)	12.325.723
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,11
Duración de la etapa improductiva del negocio ( fase de implementación).en meses	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. ( AFE/AT)	70,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio	36 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio	60 mes

*Fuente: Salidas. Elaboración propia 2023.*

## ● 12% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 11% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	<b>repositorio.uan.edu.co</b> Internet	3%
2	<b>tangara.uis.edu.co</b> Internet	<1%
3	<b>fda.gov</b> Internet	<1%
4	<b>bioecoactual.com</b> Internet	<1%
5	<b>Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO on 2023-05-01</b> Submitted works	<1%
6	<b>coursehero.com</b> Internet	<1%
7	<b>Universitat Politècnica de València on 2021-12-22</b> Submitted works	<1%
8	<b>repositorio.ug.edu.ec</b> Internet	<1%

9	<b>Medac - Instituto del Deporte y la Salud on 2022-06-09</b>	<1%
	Submitted works	
10	<b>antonionarino on 2021-10-05</b>	<1%
	Submitted works	
11	<b>chemexcil.in</b>	<1%
	Internet	
12	<b>oec.world</b>	<1%
	Internet	
13	<b>repositorio.ucsg.edu.ec</b>	<1%
	Internet	
14	<b>Uniagustiniana on 2020-10-31</b>	<1%
	Submitted works	
15	<b>invima.gov.co</b>	<1%
	Internet	
16	<b>wendysguide.com</b>	<1%
	Internet	
17	<b>UNILIBRE on 2013-06-12</b>	<1%
	Submitted works	
18	<b>colombia.mom-rsf.org</b>	<1%
	Internet	
19	<b>snip.gob.ni</b>	<1%
	Internet	
20	<b>Unidad Central Del Valle on 2014-11-18</b>	<1%
	Submitted works	

21	<b>Universidad Tecnologica de Honduras on 2014-05-20</b>	<1%
	Submitted works	
22	<b>hdl.handle.net</b>	<1%
	Internet	
23	<b>wholelotta.com</b>	<1%
	Internet	
24	<b>postvoyage.ru</b>	<1%
	Internet	
25	<b>Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO on 2021-03-26</b>	<1%
	Submitted works	
26	<b>Fundación Universitaria CEIPA on 2013-11-18</b>	<1%
	Submitted works	
27	<b>noesis.uis.edu.co</b>	<1%
	Internet	
28	<b>Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO on 2022-06-20</b>	<1%
	Submitted works	
29	<b>Systems Link on 2014-06-07</b>	<1%
	Submitted works	
30	<b>Universidad Nacional de Colombia on 2020-04-21</b>	<1%
	Submitted works	
31	<b>Universidad Tecnologica de Honduras on 2014-05-12</b>	<1%
	Submitted works	
32	<b>dspace.cordillera.edu.ec</b>	<1%
	Internet	

33	<b>moam.info</b>	Internet	<1%
34	<b>repository.ucc.edu.co</b>	Internet	<1%
35	<b>repository.unicatolica.edu.co</b>	Internet	<1%
36	<b>ribuni.uni.edu.ni</b>	Internet	<1%
37	<b>Fundación Universitaria CEIPA on 2020-03-31</b>	Submitted works	<1%
38	<b>Universidad Autónoma de Bucaramanga,UNAB on 2020-04-30</b>	Submitted works	<1%
39	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2018-12-10</b>	Submitted works	<1%
40	<b>Universidad Internacional SEK on 2023-06-16</b>	Submitted works	<1%
41	<b>Universidad Militar Nueva Granada on 2017-04-03</b>	Submitted works	<1%
42	<b>Universidad Sergio Arboleda on 2012-08-16</b>	Submitted works	<1%
43	<b>archive.org</b>	Internet	<1%
44	<b>bibliotecadigital.udea.edu.co</b>	Internet	<1%

45	<b>core.ac.uk</b> Internet	<1%
46	<b>tesis.ucsm.edu.pe</b> Internet	<1%
47	<b>unividafulp.edu.co</b> Internet	<1%
48	<b>eassa.com</b> Internet	<1%