

# Colegio Técnico Profesional Alajuelita

Empresa: SUMMY CREAM



Seccion:10-1

Grupo 1



## ÍNDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	3
<b>NATURALEZA DEL NEGOCIO</b> .....	4
<b>ESTUDIO DE MERCADO Y MERCADEO</b> .....	7
o FODA – MECA .....	7
o Encuesta y el evaluador de encuestas .....	8
o Plan Corporativo .....	9
o Plan De Marketing .....	10
<b>ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	15
o Organigrama.....	15
o Punto De Equilibrio .....	16
<b>ESTUDIO ECONÓMICO</b> .....	17
o Evaluador De Encuestas .....	17
<b>ANÁLISIS FINANCIERO</b> .....	18
o Contabilidad .....	18



## RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro producto es un protector solar que ayuda a la hidratación a proteger y además de dejar olor a la piel. Tiene como objetivo ayudarnos a cuidar nuestra piel, evitando quemaduras o el mismo cáncer de piel.

Es un **bloqueador solar** que está hecho a base de productos naturales y tiene diferentes tipos de aroma.

Sirve para humectar y proteger la piel de los rayos UV, puede ser usado por todo tipo de personas tanto como jóvenes o para adultos mayores.

Es algo necesario para el día a día ya que el sol puede provocar cáncer de piel y este bloqueador puede ayudar a tener menos quemaduras y daños en la piel por el sol, ya que el sol está muy fuerte en estos tiempos debido al cambio climático. También el proteger la piel del sol es muy beneficioso para la piel del cliente, ya que actúa como barrera contra el daño que puede causar la radiación UVB/UVA a tu piel y evita enfermedades de la piel como el cáncer o la queratosis, además del foto envejecimiento y la aparición de manchas.



## NATURALEZA DEL NEGOCIO

### ○ **Antecedentes de la idea de negocios**

Nuestra empresa cuenta con los siguientes factores claves:

- El buen liderazgo es aquel que ayuda a la empresa a alcanzar aquellas visiones, metas u objetivos que sean estratégicos para hacer crecer la empresa y poder colocarla en los mejores mercados a nivel nacional o internacional.
- Adaptarse a las nuevas innovaciones y modas que día tras día van creciendo y apareciendo en el mercado y se vuelven parte de la vida cotidiana de las personas.
- Enfocarse en las opiniones de las personas para así poder crear un producto que pueda cubrir esas necesidades para lograr la satisfacción del cliente.

### **La industria y comercio farmacéutico**

Nuestro producto pertenece a la industria farmacéutica, ya que ayuda al cuidado de la piel y a la protección de los rayos UV.

Esta industria es una de las más importante ya que vela por el cuidado de la piel y la salud de las personas. La constituye grandes organizaciones públicas y privada que se encarga en distribuir estos productos para animales y humanos.

### ○ **Justificación de la idea de negocio**

Nuestro producto es un bloqueador que recomendamos que uses según tu rostro y tu tipo de piel, Y otro protector solar para el resto del cuerpo recordando que se debe aplicar cada 2 o 4 horas. El uso de nuestro protector solar es muy importante, porque ayuda a cuidar la salud de la piel y contiene protección química, ahora, también en la actualidad, los jóvenes estamos muy preocupados por el cuidado de nuestra piel y también estamos más propensos a exponernos a rayos UV de distintas formas. El usar protector solar diariamente nos ayuda con el cuidado de la piel y también a prevenir futuras enfermedades de la piel tales como el cáncer de piel, las manchas, vitiligo, las posibles quemaduras y en algunos casos tipos de verrugas.



## ○ **Objetivo general**

Crear un producto para hacer que las personas tengan conciencia sobre el buen uso del protector solar y el beneficio que nos trae a nuestras vidas. Y de esta manera poder preservar o cuidar nuestra piel y salud para evitar enfermedades a futuro. Mediante nuestro producto queremos hacer que las personas se sientan cómodas, satisfechas y seguras con el resultado que les va a brindar el artículo que estamos ofreciendo.

## ○ **Objetivos específicos**

- Lograr ser clasificados como una empresa diferente a las demás y simplificar nuevos puntos de venta en diferentes zonas del país para obtener más ganancias.
- Enseñar que con un pequeño emprendimiento se puede llegar a ser una gran empresa, la cual puede lograr competir con otras más grandes a nivel de exportación e importación y ser catalogadas como una de las mejores.
- Relacionarnos con otras empresas para lograr beneficiarnos mutuamente, por medio de publicidad, para así dar a conocer nuestro producto en el mercado.

## ○ **Metas**

Llegar a ser conocidos internacionalmente y lograr que nuestros productos lleguen a grandes mercados. En el ámbito de mercado; relacionarnos con otras empresas para beneficiarnos y lograr tener reconocimiento, mantener o aumentar la rentabilidad del negocio, obtener mayor productividad, atraer y retener más ingresos para lograr entrar en el top de los mejores emprendimientos durante estos años, y conseguir sacar a la venta más mercadería y obtener tener más variedad que a la gente se le haga interesante y quieran saber más de la empresa, y que con ello poder montar un negocio en alguna parte del país.

## ○ **Misión**

Somos una empresa farmacéutica, que tiene como objetivo cuidar la salud y protección de la piel de las personas. Prevenir las manchas en la piel, quemaduras, envejecimiento prematuro, arrugas, y en situaciones de mayor gravedad, como el cáncer de piel.



## ○ Visión

Llegar a ser la empresa más dominante de productos de cuidados de piel a nivel nacional e internacional. Ser reconocidos por nuestra calidad, dedicaciones y compromiso a nuestros clientes para brindar lo mejor.

## ○ Valores de la empresa

**Compromiso.** Tenemos que tener en cuenta la salud de nuestros trabajadores y consumidores para brindarles un mejor servicio. Fuera de la empresa, dando o entregando los pedidos en el momento que se indicó, o mejor antes. Dentro de la empresa, que todos los trabajadores estén siempre atentos a los pedidos que se lleguen a solicitar.

**Responsabilidad.** Ser responsables dentro de la empresa con los productos para brindar un mejor servicio a los clientes, dando el mejor producto y de la más alta calidad para que los clientes estén satisfechos y no tengan alergias o irritaciones en la piel y también ser comprometidos con los tiempos de entrega.

**Respeto.** El respeto es muy fundamental dentro de la empresa por que se crean ambientes de sana convivencia entre los trabajadores, así no hay conflictos y hay mejor rendimiento laboral. Y fuera de la empresa al mostrar respeto por aquellos que llegan a comprar nuestro producto, además de que tengan buenas experiencias y quieran volver a comprarnos.

**Transparencia.** Ser siempre honestos con nuestros clientes con respecto con la forma que se realiza el producto y los ingredientes que forman parte del ello. Ser honestos con el trabajo individual de cada uno y que, si se llega a cometer algún error, el trabajador lo admita para que los corrija en el futuro. Fuera de la empresa, diciendo o citando cada producto para aquellos que tengan alguna alergia eviten el producto y que no se genere algún problema.



## ESTUDIO DE MERCADO Y MERCADEO

### ○ FODA – MECA

#### ANÁLISIS FODA-MECA

<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas</b></p> <p>Una de nuestras fortalezas es la capacidad de mantener un buen trabajo de equipo, para poder tener un ambiente laboral sano, así lograr mantener un buen servicio al cliente, ya que de esta forma sea reconocida por el buen servicio que ofrece y que se nos abran muchas más oportunidades. Otra de nuestras fortalezas es que nuestro producto es hecho totalmente de ingredientes naturales lo cual ayuda con nuestra salud y el medio ambiente.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Mantener</b></p> <p>Mantener los materiales que utilizamos a la hora de realizar el producto, ya que esto nos diferenciara de los demás productos y hará que este producto pueda seguir creciendo en el mercado. Por otra parte seguiremos manteniendo como empresa el buen trato hacia el cliente, y poder seguir mejorando gracias a las recomendaciones que nos den.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <p>Una gran oportunidad que tenemos es que el producto es cruelty free, además, al ser jóvenes tenemos mayormente más conocimiento sobre todo aquello que son redes sociales, aparte que aprendemos a saber más sobre los gustos y preferencias. Al ser un producto natural puede que nos abran mas puertas al mercado ya que las personas se enfocan hoy en día en productos que sea compatibles con el ambiente.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Explotar</b></p> <p>Con las materias primas que tenemos trataremos de innovar y explotar el producto con el paso del tiempo, con el objetivo de expandir el producto en el mercado.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Debilidades</b></p> <p>La principal debilidad como empresa Jr es que somos principiantes en esta área y tenemos menos experiencia y conocimientos sobre el mercado al que vamos a ingresar, en el que vamos a desarrollar y producir nuestro producto. También al ser estudiantes tenemos el tiempo limitado debido a las responsabilidades que tenemos. Otra es que el precio del producto podría aumentar ya que esta hecho con materiales naturales.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Corregir</b></p> <p>Con el tiempo iremos obteniendo mayor conocimiento sobre el ámbito en el cual estamos trabajando. Además con el tiempo que vayamos entrando poco a poco al mercado obtendremos más ganancias, de esta manera lograremos equilibrar nuestro gastos del producto en base con el presupuesto.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <p>Una amenaza puede ser que como es un producto para el cuidado de la piel tiene que pasar por muchos estudios y regulaciones, además de sacarle, varias patentes, que eso hace que cueste más llegar al mercado. Como empresa corremos el riesgo a que se nos de una mala reputación, ya sea por mínimos errores, o algún trato, hacia algún cliente que no sea el adecuado.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Afrontar</b></p> <p>Una manera de afrontar sería tener un trato al cliente personalizado para asegurarnos de que el producto es 100% efectivo, y tratar de sobresalir con algo muy innovador para el mercado actual, para poder estar a la altura de nuestra competencia y así, poder vender más el producto.</p>

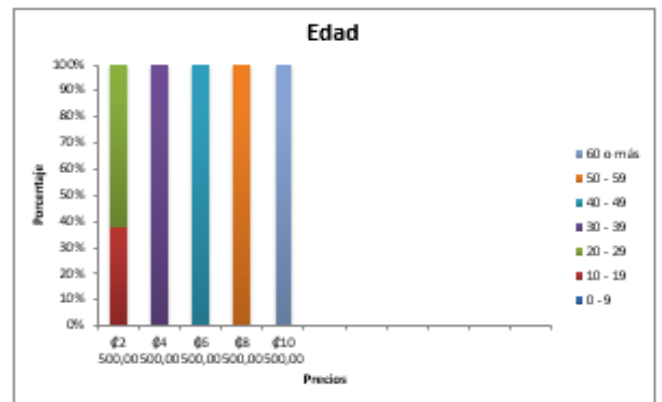
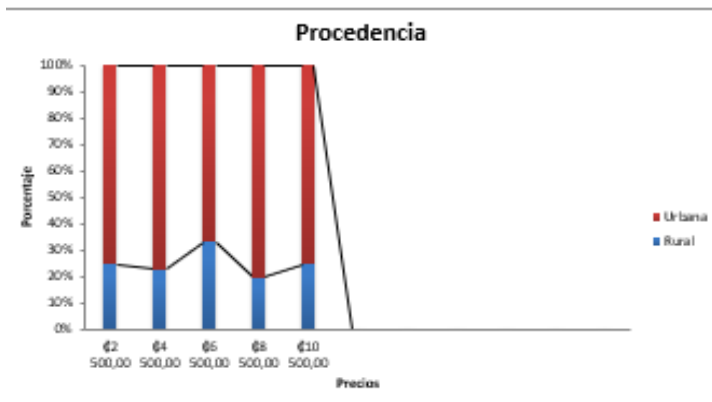
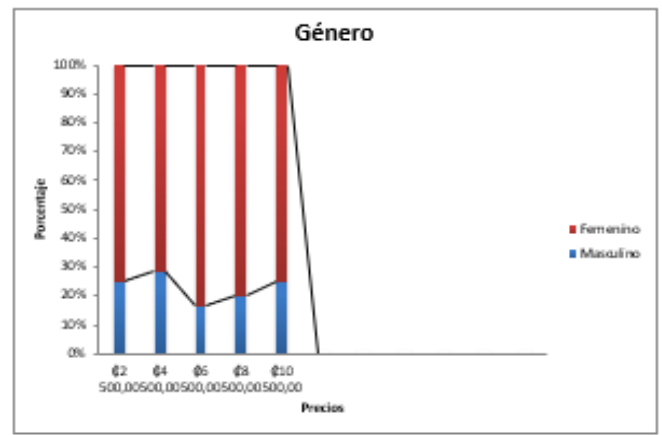
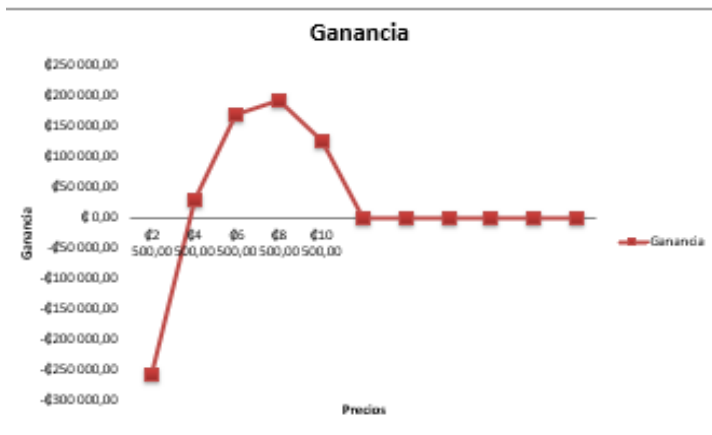


○ Encuesta y el evaluador de encuestas

Evaluador de encuestas

Costos variables **₡4 218,00**

Precios	Demanda	Género		Procedencia		Intervalos de edades						Demanda acumulada	Ingresos	Ganancia	
		Masculino	Femenino	Rural	Urbana	0 - 9	10 - 19	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59				60 o más
₡2 500,00	40	10	30	10	30		15	25					150	₡375 000,00	₡257 700,00
₡4 500,00	35	10	25	8	27				35				110	₡495 000,00	₡31 020,00
₡6 500,00	30	5	25	10	20					30			75	₡487 500,00	₡171 150,00
₡8 500,00	25	5	20	5	20						25		45	₡382 500,00	₡192 690,00
₡10 500,00	20	5	15	5	15							20	20	₡210 000,00	₡125 640,00
			0		0								0	₡0,00	₡0,00
			0		0								0	₡0,00	₡0,00
			0		0								0	₡0,00	₡0,00
			0		0								0	₡0,00	₡0,00
			0		0								0	₡0,00	₡0,00
			0		0								0	₡0,00	₡0,00



○ **Plan Corporativo**

	Género	Edad mínima	Edad máxima	Clase social	Ubicación geográfica
Mercado Meta	Unisex	12 años	60	Media alta	San Jose, Alajuelita

Logo de la empresa	
--------------------	--

Slogan de a empresa	La mejor opcion para pasar el verano o todos los dias del año
---------------------	---

Pintar con sus Colores Corporativos	Color principal	Colores secundarios	



## ○ Plan De Marketing

### Análisis de la competencia

Es un bloqueador que ayuda a la piel de los bebés y a toda la familia contra los rayos UVA y UVB, es un bloqueador que además de ayudar a las personas también tiene una textura suave que ayuda contra el agua y el sudor para dar una mayor durabilidad. Nuestro bloqueador es para todas las edades tanto bebés, niños o adultos, aunque el nuestro tiene aun mejor efectividad que el bloqueador “pañalito” en los bebés. Esta hecho a base de productos naturales y no daña la piel. Tiene diferentes tipos de fragancias para oler bien mientras nos protegemos de los rayos UVA y UVB. El bloqueador hawaiian Tropic tiene protección ante el sol y además hidrata la piel, tiene una especie ligera que se siente. Esto además de hidratar ofrece un largo tiempo de uso sin tener que utilizar el producto otra vez. Nosotros no somos una empresa tan grande para llegar a tener reconocimiento a nivel nacional como este producto pero deseamos llegar a ser una gran empresa a base de nuestros productos naturales y esencias naturales. Es un protector solar para la cara y cuerpo diseñado con varias especificaciones para diferentes tipos de piel, como la piel sensible y con imperfecciones, se aplica cada 8 horas y sirven para humectar la piel, para quitar las manchas y para no dejar brillante la piel dando una sensación más natural. Nuestro producto mejora el aspecto de la piel, protege la piel del daño solar, el bloqueador solar puede ayudar a mantener un tono de piel más y da una apariencia más saludable y juvenil a largo plazo. Nos protege de quemaduras y de enfermedades como el cáncer, se puede usar cada 4 horas o hasta cada 8 horas ya que damos una duración extendida para que siempre anden protegidos y oliendo muy bien.



## ○ Estrategia competitiva

Nuestra principal estrategia competitiva es con los nichos de mercado, ya que podemos promocionar nuestro producto mediante estrategias de marketing como lo es en Instagram donde llegamos a un público joven, en Facebook, donde llegamos a un público mucho mas adulto. Además de promocionar, haremos actividades que a nuestro público se le haga atractivo.

## ○ Ventaja competitiva

Nuestros aspectos únicos son que nuestro bloqueador es natural y sin menos químicos que otro productos haciéndonos más relevantes en el mercado y nuestros servicios al ser jóvenes son atentos a los gustos del cliente ya que es nuestro principal objetivo es el llegar a ellos de manera sobresaliente .

## ○ Mezcla de marketing

### ○ Producto:

- **Descripción:** Es un bloqueador solar mas distintivo a otros gracias a los productos con los que se hacen otros bloqueadores ya que se hace a base de cosas naturales y con olores distintivos.
- **Atributos:** que es a base de productos naturales a diferencia de otros donde son a base de mas químicos y nuestra atención al cliente es mas priorizada que la de otras empresas donde por ser mas grandes no pueden dar la atención necesaria
- **Empaque:** buscamos un empaque distintivo y llamativo con un recipiente plástico con etiqueta del logo y el nombre que nos representa y nuestros ingredientes y sus respectivas cantidades donde el cliente llegue con un producto en buen estado del producto.



- **Presentaciones a la venta:**

- **Precio:**

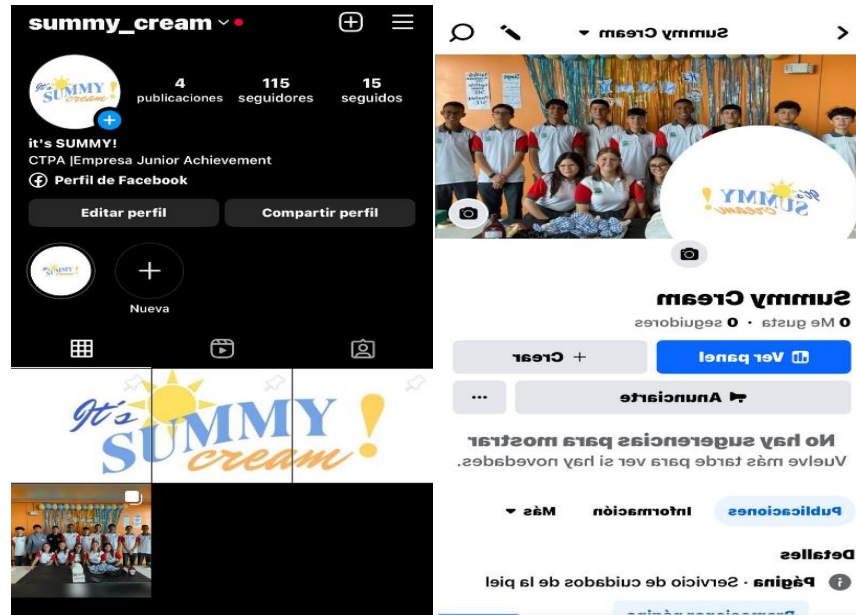
- **Análisis del precio de competidores del mercado.:** Hay precios que son más elevados ya que se enfocan en un público en específico y hay otros que se enfocan en ser más económicos, nuestro producto está enfocado en la calidad y en una buena experiencia para el cliente, por eso su precio
    - **Estrategia de precio:** Para una empresa, una estrategia de precios es decidir cuánto cobrar para ganar más que lo que costo el producto y atraer clientes
    - **A quienes va dirigido:** Nuestro producto va dirigido a un público más específico, que buscan la calidad y no les importa pagar un poco más ya que priorizan la calidad.

- **Plaza:**

- **Puntos de venta:** Nuestros puntos de ventas son Plaza del Sol donde vamos a presentar el producto y otros lugares como poner un stand afuera de algún establecimiento con permisos y en Ferias de emprendimiento, ferias del agricultor o hasta en plazas reconocidas.
    - **Logística:** Nosotros vamos a llevar los productos en orden y divididos por aromas y por tamaños para que los clientes tengan una mayor facilidad al ver los productos y también llevar toldos y crear un stand con el logo y el nombre de nuestra empresa.



- **Publicidad y promoción:**
  - **Creación de páginas web o redes sociales.:**



- **Brochures, banners, etc.**

The brochure is for 'It's SUMMY CREAM' and features a blue and yellow color scheme. It includes a group photo of students, a sun icon, and the text 'Somos tu mejor opción para tu verano... o todo el año'. The 'CONÓCENOS' section describes the company's focus on skin care. The 'Contáctanos' section provides contact details: Teléfono 1234-5678, Celular (55) 1234-5678, Correo summyscream@gmail.com, Dirección Colegio Técnico Profesional Alajuelita, and Horario de Atención Lunes a Viernes 8:00 am a 4:00 pm. The 'Ingredientes' section lists Aceite de Oliva, Aceite de coco, Oxido de zinc, and Cera de abeja. The '¿Por qué Nosotros?' section states: 'Somos una empresa que promueve el uso de ingredientes naturales para la fabricación de los productos y el cuidado de los clientes.'





- **Brindar los ejemplos visuales.**



WhatsApp Video  
2024-06-13 at 11.01.4

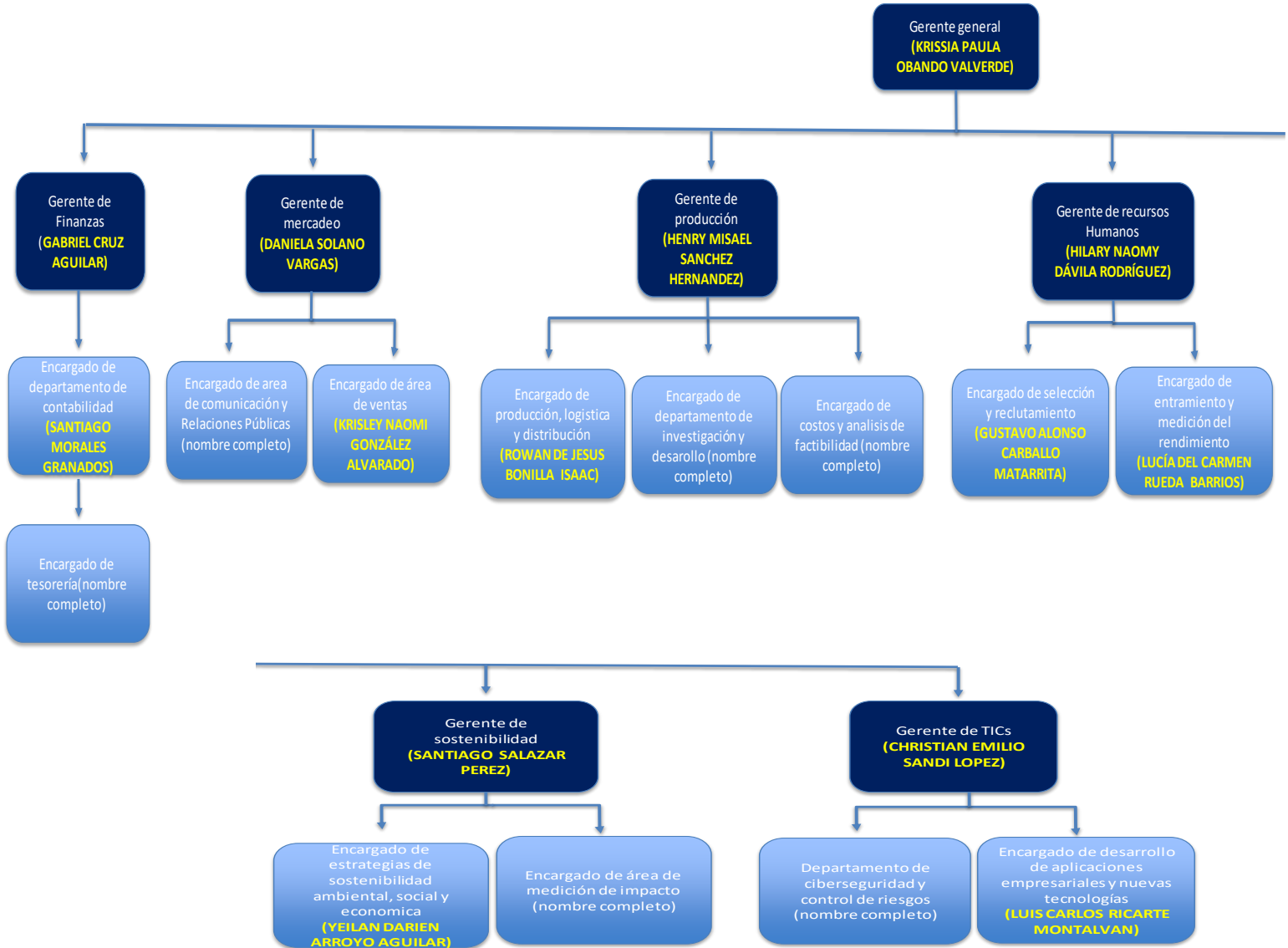
- **Tipo de promociones que van a dar con el producto:**

Mediante promociones , 2x1 , rebajas dependiente de la época del año , hacer sorteos y regaláis



# ESTUDIO TÉCNICO

## Organigrama



## ○ Punto De Equilibrio

Nombre de la empresa:	SUMMY
Centro educativo:	Colegio Tecnico Profesional Alajuelita
Nombre del tutor:	Carlos Masis Poveda

### Punto de Equilibrio

Precio de venta	₡7 000,00
-----------------	-----------

Descripción de costos variables	Cantidad comprada	Precio	Cantidad de unidades a realizar según cantidad comprada	Monto unitario
Aceite de coco	100ml	₡4 750,00	2	₡2 375,00
Oxido de zinc	475ml	₡2 500,00	6	₡416,67
Cera de abeja	170g	₡6 000,00	34	₡176,47
fragancia de lavanda	30g	₡2 500,00	2	₡1 250,00
				#i DIV/0!
				#i DIV/0!
				#i DIV/0!
				#i DIV/0!
				#i DIV/0!
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>				<b>₡4 218,14</b>

Descripción de costos fijos	Monto
owl	₡1 000,00
Enbases	₡1 500,00
Cucharon	₡1 000,00
Electricidad	₡30 000,00
Investigacion y Desarrollo	₡25 000,00
Agua	₡36 000,00
<b>COSTOS FIJOS TOTALES</b>	<b>₡94 500,00</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO	34	UNIDADES
	₡238 000,00	COLONES



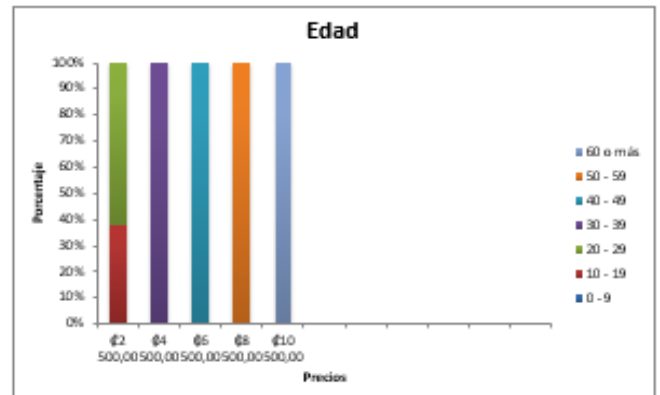
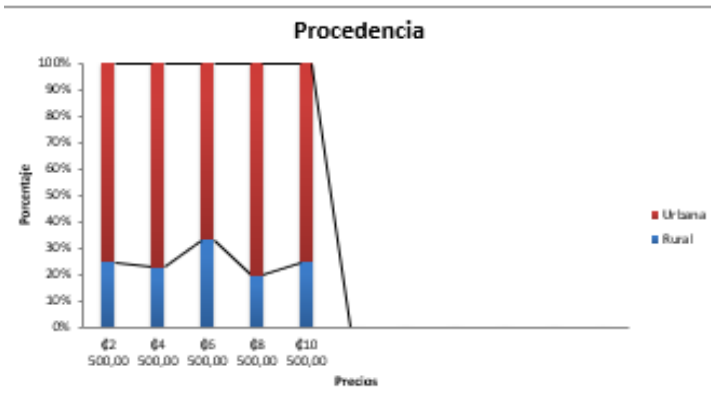
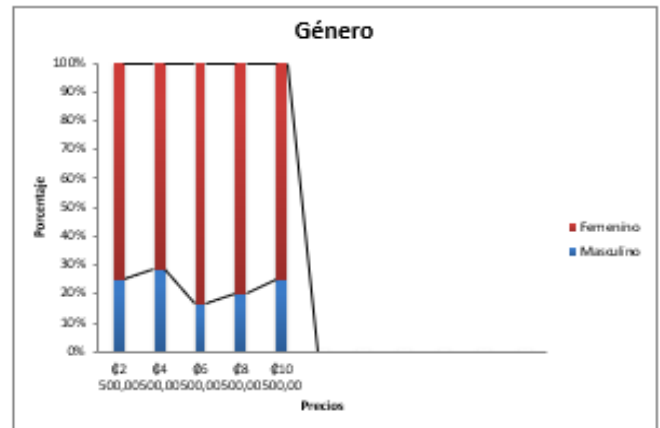
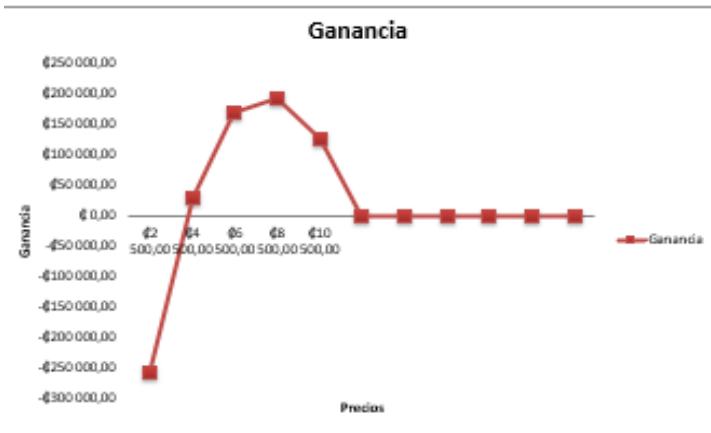
## ESTUDIO ECONÓMICO

### ○ Evaluador De Encuestas

#### Evaluador de encuestas

Costos variables **₡4 218,00**

Precios	Demanda	Género		Procedencia		Intervalos de edades						Demanda acumulada	Ingresos	Ganancia	
		Masculino	Femenino	Rural	Urbana	0 - 9	10 - 19	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59				60 o más
₡2 500,00	40	10	30	10	30		15	25					150	₡375 000,00	-₡257 700,00
₡4 500,00	35	10	25	8	27				35				110	₡495 000,00	₡31 020,00
₡6 500,00	30	5	25	10	20					30			75	₡487 500,00	₡171 150,00
₡8 500,00	25	5	20	5	20						25		45	₡382 500,00	₡192 690,00
₡10 500,00	20	5	15	5	15							20	20	₡210 000,00	₡125 640,00
			0		0								0	₡0,00	₡0,00
			0		0								0	₡0,00	₡0,00
			0		0								0	₡0,00	₡0,00
			0		0								0	₡0,00	₡0,00
			0		0								0	₡0,00	₡0,00
			0		0								0	₡0,00	₡0,00



## ANÁLISIS FINANCIERO

### ○ Contabilidad

Nombre de la empresa:	SUMMY
Centro educativo:	Colegio Tecnico Profesional Alajuelita
Nombre del tutor:	Carlos Masis Poveda

Nombre del Contador

Utilidad / Pérdida	73440
Cantidad de Acciones	25
Utilidad por acción	2937,6

Nombre de la empresa:

SUMMY
Colegio Tecnico Profesional Alajuelita
Carlos Masis Poveda

Centro educativo

Nombre del tutor

Cuenta Debe	/	Cuenta Haber	Monto	Fecha	Nº.Asiento
Caja	/	Capital social	₡194 800,00	28/6/2024	00001
Inventario	/	Caja	₡15 000,00	30/6/2024	00005
Costo de ventas	/	Inventario	₡15 000,00	1/7/2024	00006
Caja	/	Ventas	₡26 000,00	2/7/2024	00001
Caja	/	Ventas	₡26 000,00	10/7/2024	00001
Inventario	/	Caja	₡15 000,00	15/7/2024	00005
Caja	/	Ventas	₡30 000,00	22/7/2024	00001
Caja	/	Ventas	₡30 000,00	26/7/2024	00001
Gastos de mercadeo	/	Caja	₡55 000,00	28/7/2024	00012
Caja	/	Ventas	₡124 800,00	29/7/2024	00001
Inventario	/	Caja	₡75 000,00	2/8/2024	00005
Costo de ventas	/	Inventario	₡75 000,00	2/8/2024	00006
	/				
	/				

Cuadro Resumen

Número de cuenta	Nombre de la cuenta	Tipo	Suma	Resta	Saldo Normal
00001	Caja	Activo	Debe	Haber	Debe
00002	Maquinaria	Activo	Debe	Haber	Debe
00003	Herramientas	Activo	Debe	Haber	Debe
00004	Donaciones	Ingreso	Haber	Debe	Haber
00005	Inventario	Activo	Debe	Haber	Debe
00006	Costo de ventas	Transitoria	Debe	Haber	Debe
00007	Ventas	Ingreso	Haber	Debe	Haber
00008	Gastos por salarios	Gasto	Debe	Haber	Debe
00009	Gastos operacionales	Gasto	Debe	Haber	Debe
00010	Suministros de oficina	Activo	Debe	Haber	Debe
00011	Capital social	Ingreso	Haber	Debe	Haber
00012	Gastos de mercadeo	Gasto	Debe	Haber	Debe
00013	Gastos de suministros de oficina	Gasto	Debe	Haber	Debe

Numero de cuenta	Descripcion de la cuenta
00001	Caja
00002	Maquinaria
00003	Herramientas
00004	Donaciones
00005	Inventario
00006	Costo de ventas
00007	Ventas
00008	Gastos por salarios
00009	Gastos operacionales
00010	Suministros de oficina
00011	Capital social
00012	Gastos de mercadeo
00013	Gastos de suministros de oficina

Cuenta:

00001

Caja

Monto	Debe	/	Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
194800				0	1	28/6/2024	
0				15000	5	30/6/2024	
0				0	0	0/1/1900	
26000				0	00001	2/7/2024	
26000				0	1	10/7/2024	
0				15000	5	15/7/2024	
30000				0	1	22/7/2024	
30000				0	1	26/7/2024	
0				55000	12	28/7/2024	
124800				0	1	29/7/2024	
0				75000	00005	2/8/2024	
0				0	0	0/1/1900	



Cuenta: 00002 Maquinaria

Monto	Debe / Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	

Cuenta: 00003 Herramientas

Monto	Debe / Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	



Cuenta: 00004 Donaciones

Monto	Debe / Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	

Cuenta: 00005 Inventario

Monto	Debe / Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
0		0	0	0/1/1900	
15000		0	5	30/6/2024	
0		15000	6	1/7/2024	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
15000		0	5	15/7/2024	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
75000		0	00005	2/8/2024	
0		75000	00006	2/8/2024	



Cuenta: 00006 Costo de ventas

Monto	Debe / Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
15000		0	6	1/7/2024	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
75000		0	00006	2/8/2024	

Cuenta: 00007 Ventas

Monto	Debe / Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		26000	00001	2/7/2024	
0		26000	1	10/7/2024	
0		0	0	0/1/1900	
0		30000	1	22/7/2024	
0		30000	1	26/7/2024	
0		0	0	0/1/1900	
0		124800	1	29/7/2024	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	



Cuenta: 00008

Gastos por salarios

Monto	Debe / Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	

Cuenta: 00009

Gastos operacionales

Monto	Debe / Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	



Cuenta: 00010 Suministros de oficina

Monto	Debe / Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	

Cuenta: 00011 Capital social

Monto	Debe / Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
0		194800	1	28/6/2024	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	



Cuenta: 00012 Gastos de mercadeo

Monto	Debe / Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
55000		0	12	28/7/2024	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	

Cuenta: 00013 Gastos de suministros de oficina

Monto	Debe / Haber	Monto	Numero de asiento	Fecha	Comprobante
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	
0		0	0	0/1/1900	





# FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

## INGRESOS

Capital Social	<b>¢194 800,00</b>	
Ventas	<b>¢236 800,00</b>	
Donaciones	<b>¢0,00</b>	
Total		<b>¢431 600,00</b>

## GASTOS

Inventario - Costo de ventas	<b>¢105 000,00</b>	
Herramientas	<b>¢0,00</b>	
Maquinaria	<b>¢0,00</b>	
Suministros de Oficina - Gastos	<b>¢0,00</b>	
Suministros de Oficina	<b>¢0,00</b>	
Gastos Operacionales	<b>¢0,00</b>	
Gastos de salarios	<b>¢0,00</b>	
Gastos de mercadeo	<b>¢55 000,00</b>	
Total		<b>¢160 000,00</b>

## SALDO EFECTIVO

**¢271 600,00**

