

PROYECTO DE GRADO III
ECONESTILO FREE

Autores del proyecto:

Erika Lizeth Ríos Ramos

Franklin Suárez Ardila

Tutor:

Diana Serrano

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Escuela de Ciencias Administrativas

Administración de Empresas

Bogotá

2018

TABLA DE CONTENIDO

1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA
 - 1.1 Descripción del Negocio
 - 1.2 Objetivo General
 - 1.3 Objetivos Específicos
 - 1.4 Misión
 - 1.5 Visión
 - 1.6 Valores
 - 1.7 Análisis Pestel
 - 1.8 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter
 - 1.9 Fuerzas Inductoras (Oportunidades y Fortalezas)
 - 1.10 Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas)

2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO
 - 2.1 Objetivo del Estudio Administrativo
 - 2.2 Definición de la Estructura Organizacional
 - 2.3 Organigrama
 - 2.4 Tamaño de La Empresa
 - 2.5 Normatividad /Estudio Legal
 - 2.6 Recurso Humano /Perfiles /Manual de Funciones/
 - 2.7 Costos Administrativos
 - 2.8 Tipos de Contratación
 - 2.9 Gastos de Personal
 - 2.10 Gastos de puesta en Marcha.

3. ESTUDIO TECNICO
 - 3.1 Objetivos del estudio Técnico
 - 3.2 Ficha técnica del Producto (B/S)
 - 3.3 Descripción del Proceso
 - 3.4 Procedimientos
 - 3.5 Infraestructura (Áreas Requeridas)
 - 3.6 Mapa y/o Plano
 - 3.7 Maquinaria y equipo
 - 3.8 Muebles y Enseres
 - 3.9 Herramientas
 - 3.10 Materias Primas e Insumos
 - 3.11 Equipo de Comunicación y Computación
 - 3.12 Plan de Producción
 - 3.13 Plan de compras
 - 3.14 Costos de Producción
 - 3.15 Costos Fijos

- 3.16 Costos Variables
- 3.17 Costos Unitarios
- 3.18 Punto de Equilibrio
- 3.19 Impactos del proyecto

4. ESTUDIO LEGAL

- 4.1 Objetivo del Estudio Legal
- 4.2 Marco legal
- 4.3 Concepto de empresa
- 4.4 Clasificación de las My Pimes
- 4.5 Clasificación internacional de actividades económicas (ciiu)
- 4.6 Clasificación de las sociedades
- 4.7 Constitución legal
- 4.8 Registro único tributario (RUT)
- 4.9 Requisitos del registro mercantil
- 4.10 Resolución de Facturación DIAN
- 4.11 Obligaciones de registro
- 4.12 Revisión técnica de seguridad (bomberos)
- 4.13 Normas sanitarias y de salud (Secretaria de Salud)
- 4.14 Normas de fabricación de alimentos y medicamentos (Invima)
- 4.15 Normatividad ambiental (Secretaria de Ambiente)
- 4.16 Contratación personal.
- 4.17 Contratación de clientes y proveedores
- 4.18 Normas Tributarias

5. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT

- 5.1 Stake Holders
- 5.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)
- 5.3 Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)
- 5.4 Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis)
- 5.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)
- 5.6 Mercado
- 5.6.1 Identificación de TAM, SAM y TM

6. ESTUDIO DE MERCADOS

- 6.1 Objetivos del Estudio del Mercado
- 6.2 Segmentación
- 6.3 Metodología del Estudio de Mercado
- 6.4 Análisis Concluyente

7. PLAN DE MARKETING

- 7.1 Estrategia de Producto.

- 7.2 Estrategia de Precio
- 7.3 Estrategia de Publicidad
- 7.4 Desarrollo de Marca
- 7.5 Marca
- 7.6 Logo
- 7.7 Slogan
- 7.8 Ventaja competitiva
- 7.9 Ventaja comparativa
- 7.10 Estrategia de Promoción
- 7.11 Campaña Publicitaria
- 7.12 Estrategia de Distribución
- 7.13 Canales
- 7.14 Logística
- 7.15 Ejecución Comercial
- 7.16 Habilidades Comerciales y Administrativas
- 7.17 Proyección de ventas
- 7.18 Política de Cartera
- 7.19 Presupuesto del plan de Mercado

8. ESTUDIO FINANCIERO Y CONTABLE

- 8.1 Objetivo del Estudio Financiero
- 8.2 Proyección de Ingresos
- 8.3 Proyección de Egresos
- 8.4 Flujo de Caja
- 8.5 Capital de trabajo
- 8.6 Fuentes de Financiación /Apalancamiento
- 8.7 Monto del préstamo
- 8.8 El plazo
- 8.9 La amortización
- 8.10 El interés
- 8.11 Balance de General
- 8.12 Estado de Pérdidas y Ganancias- NO PAT
- 8.13 Indicadores Financieros
- 8.14 Valor Presente Neto (VPN)
- 8.15 Tasa Interna de Retorno (TIR)
- 8.16 Tasa de Cambio

9. Conclusiones

10. Bibliografía

CAPITULO I: CARACTERIZACIÓN EMPRESARIAL

1. PLANEACIÓN ESTRATEGICA

1.1. Descripción de negocio y su tipo de innovación

La idea se enfoca en un aspecto socio-ambiental, a través de la fabricación de muebles y elementos decorativos en material reciclable, mediante el uso de estibas de madera y cilindros en cartón desechados por algunas empresas industriales.

En la parte inicial se limpia y adapta el material, luego se diseñan varios prototipos con estilos únicos, teniendo en cuenta las tendencias en decoración adecuándolas a las necesidades del cliente, mejorando la armonía de los espacios con estilos decorativos que ayuden a la preservación del medio ambiente.

Se genera una empresa que utiliza procesos de recolección sencillos que contribuyan a mejorar los ingresos de la compañía y sus empleados, generando de forma paralela el mejoramiento de los estilos de vida de quienes intervienen en el proyecto.

1.2 Objetivo General

Diseñar, fabricar y distribuir muebles y artículos decorativos para oficina utilizando como materia prima material reciclable desechado por empresas de almacenamiento del sector. De esta manera generar un ingreso monetario a la organización

1.3 Objetivos específicos

- Investigar e implementar métodos para el reciclaje de la madera.
- Diseñar, fabricar y comercializar muebles a partir de las estibas de madera recicladas.
- Diseñar unos prototipos para elaborar un catálogo para distribuir entre los posibles clientes.
- Adquirir los equipos necesarios para la elaboración de nuestros productos
- Identificar las empresas con las que se pueda adquirir la materia prima de forma gratuita o a bajo costo.

1.4 Misión

Ofrecer productos decorativos y mobiliarios originales e innovadores a precios asequibles; impulsando entre nuestros clientes la compra responsable con el medio ambiente.

1.5 Visión

En el 2020 ser una organización líder en el mercado en la fabricación, distribución y asesoría para compra de muebles y artículos decorativos, utilizando materias primas que contribuyan a la conservación del medio ambiente.

1.6 Valores

- ✓ Honestidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Espíritu de innovación
- ✓ Ética profesional

1.7 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

- ✓ Poder de negociación con los clientes: Tendremos la preparación y capacidad necesaria para aprovechar cualquier oportunidad de vender nuestros productos generando mejores ganancias.
- ✓ Rivalidad entre las empresas: En el momento está naciendo la tendencia de ayudar al medio ambiente y adquirir beneficios económicos como compensación, debemos ser pioneros en identificar los nichos y gustos de los clientes para sacar el mayor beneficio económico.
- ✓ Amenaza de los nuevos entrantes: Este tipo de amenazas puedes depender de las barreras de entrada. Los 6 tipos de barreras diferentes: la economía de escalas, la diferenciación, el requerimiento de capital, el acceso a canales de distribución o las ventajas de los costos independientes.
- ✓ Poder de negociación de los proveedores: Buscar siempre buenos precios y buenos productos, van dentro de la preparación y conocimiento del medio en el que vamos a ingresar y permanecer.
- ✓ Amenaza de productos sustitutos: Tenemos varios casos parecidos en los que las empresas también usan el medio ambiente como tema de venta, pero aparte

de eso nosotros vamos a tener la estrategia de que los modelos puedan ser personalizados y la diferenciación se va a notar con la pasión con la que realizamos el trabajo

1.8 Fuerzas Inductoras (Oportunidades y Fortalezas)

1.8.1 Oportunidades.

- Hay un auge por cuidar el planeta,
- A las personas les gustan los estilos diferentes y personalizados.
- La materia prima nos puede salir muy económica.
- Tenemos un lugar cómodo y se ajusta con las necesidades del negocio
- El precio del arriendo es muy económico y es un lugar confiable.

1.8.2 Fortalezas.

- Estamos ubicados cerca de la zona empresarial para el tema de ahorro de costos de transporte.
- Estamos cerca del centro empresarial de La Sabana donde podemos encontrar la materia prima principal (estibas)
- Podemos aprovechar la tecnología como vitrina de nuestros productos para la venta por medio de la página web.
- Es un equipo comprometido y convencido de que el proyecto es viable

1.9 Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas)

1.9.1 Debilidades.

- El transporte, debemos tener en cuenta que si por ejemplo una empresa nos va a donar o a vender estibas a muy buen precio cuanto nos cuesta transportarlas hasta el sitio de trabajo y ensamble.
- Es la primera vez que se saca un préstamo como empresa y debemos encontrar los mejores indicadores porcentuales.
- Empezamos con muy poco personal y si se enferma o hace falta uno puede sentirse su ausencia.

1.9.2 Amenazas.

- Nuevas leyes que nos puedan afectar por el tipo de material que manejamos, ejemplo, alguna reglamentación que obligue a las empresas a utilizar estibas de plástico
- Que el arriendo suba más de lo presupuestado
- El precio de los materiales se vuelva muy costoso y tengamos que subir al precio de los muebles.

1.9.3 Análisis PESTEL

Políticos: Estamos en un momento en el que se apoya el emprendimiento y se apoya la creación de nuevos empleos, esto nos beneficia ya que la idea es poder contribuir con este punto

Económicos: Vamos a aprovechar que la economía del país hace pensar que debemos economizar y el producto que vamos a trabajar puede en cierta forma aportar a que las personas puedan obtener un mueble económico, bonito y duradero.

Sociales: Las nuevas tendencias sobre cuidar el planeta ser más comprometidos con el medio ambiente el pensamiento de que le vamos a dejar a nuestros hijos nos sirve como argumento para poder llevar a cabo el proyecto, esta tendencia es a nivel mundial y nos beneficia para la visión que tenemos en Econestilo Free.

Tecnológicos: Vamos a sacarle provecho al tema de vender por medio de las páginas web y el auge que ha tenido comprar a domicilio por temas de tiempo, crearemos nuestra propia página, que sea atractiva, fácil de manejar y vendedora.

2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

2.1 Objetivo del Estudio Administrativo

Identificar la estructura, la planeación estratégica hacia donde irá la compañía

2.2 Definición de la estructura organizacional

Tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras. **(FRANKLIN, 2012)**

2.3 Organigrama



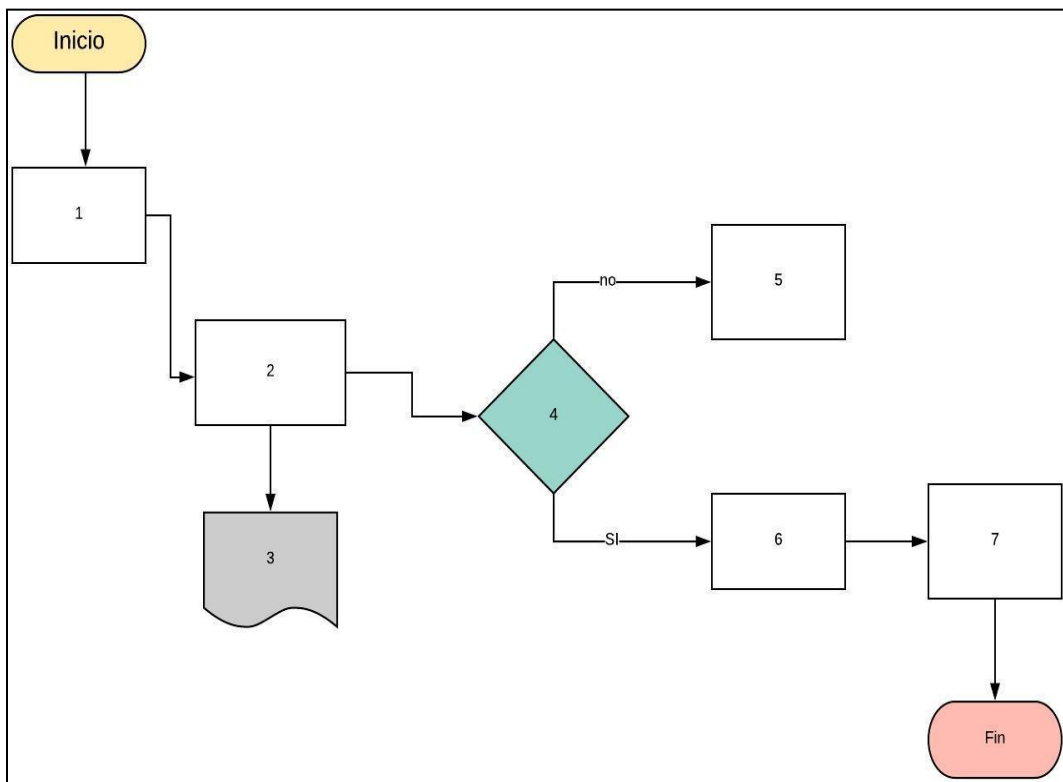
Fuente: Econestilo Free (2018)

2.4 Tamaño de la empresa

Microempresa

2.5 Recurso Humano /Perfiles /Manual de Funciones

2.5.1 Diagrama de Flujo Proceso Administrativo

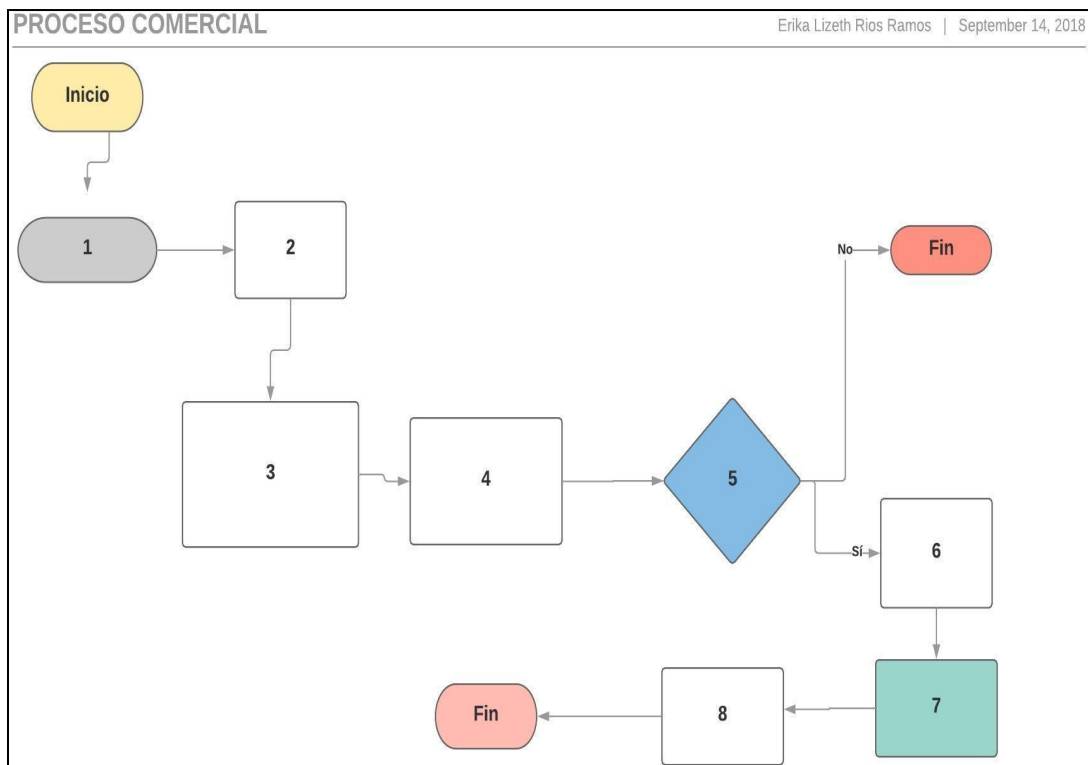


Fuente: Construcción Propia (2018)

1. Programacion de actividades
2. Asignar funciones
3. Lista de actividades

4. ¿Se realizaron las actividades correctamente?
5. No > Retroalimentar y verificar actividades
6. Si > Seguimiento y control
7. Aprobacion

2.5.2 Diagrama de Flujo Proceso Comercial

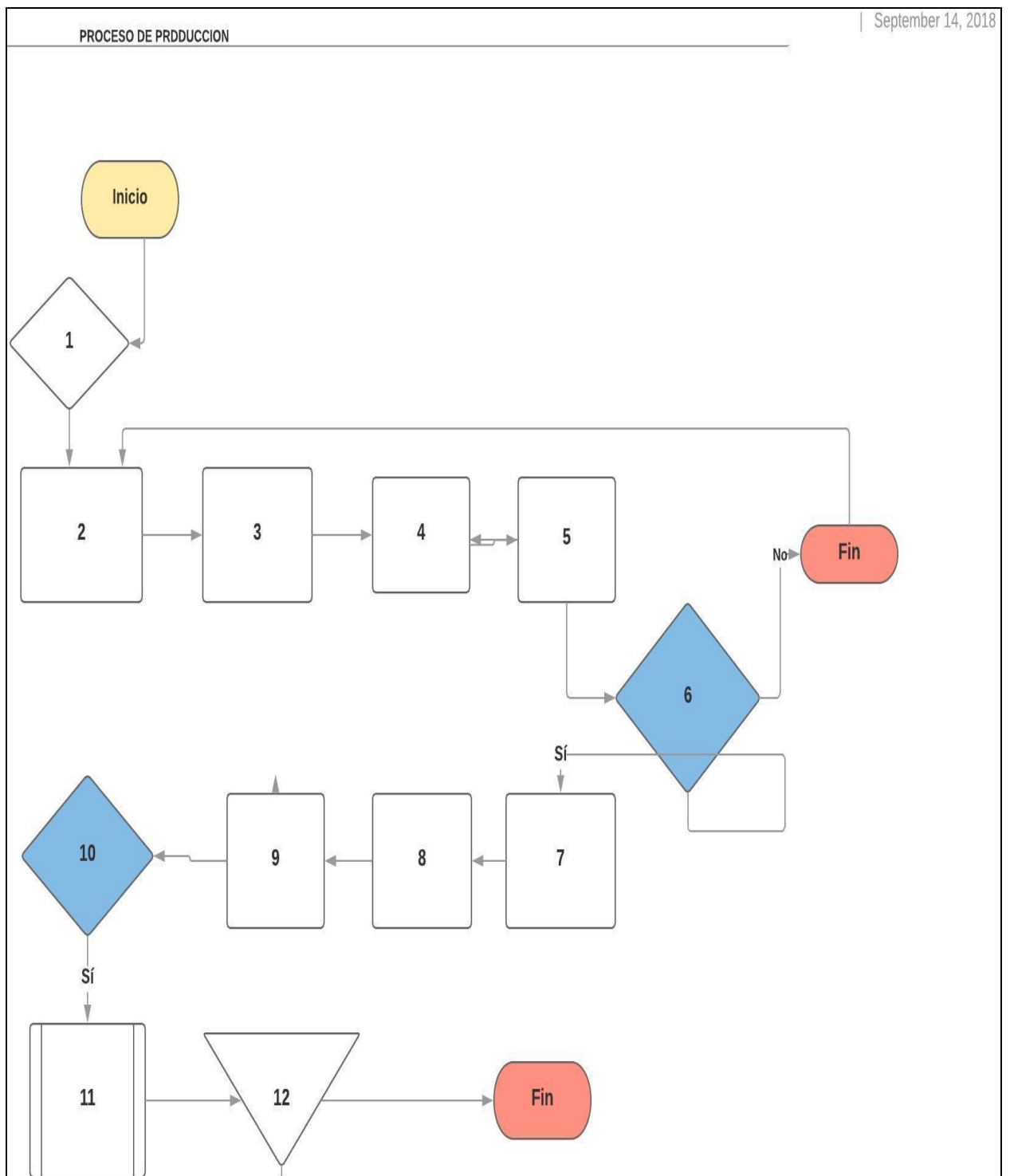


Fuente: Construcción propia (2018)

1. El cliente se pone en contacto con la compañía
2. Se registra solicitud del cliente
3. Comunicarse con el cliente para estimar necesidades
4. Proporcionar precios y condiciones

5. ¿El cliente desea el servicio?
6. Si > Reunir datos del cliente
7. Cobrar anticipo
8. Pasar orden a producción para elaboración

2.5.3 Diagrama de Flujo Proceso de Producción



Fuente: Construcción propia (2018)

1. Orden de producción
2. Alistamiento de la madera
3. Moldear la madera
4. Cortar la madera
5. Pulir la madera
6. ¿Es correcto el terminado de la madera?
7. Si > Unir partes terminadas
8. Pintar
9. Secar
10. Proceso de calidad
11. Proceso definido
12. Almacenar

2.5.4 PERFILES DE CARGO Y FUNCIONES

Gerente General

PERFIL DE CARGO ECONESTILO FREE	FECHA: 25/09/2018	VERSIÓN:1
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO: Gerente General		
AREA / PROCESO : Administrativa		
REPORTA A: No Aplica		
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo, dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar desviaciones o diferencias		
3. COMPETENCIAS		
3.1. EDUCACION		
Profesional en áreas administrativas		
3.2. FORMACIÓN		
Pensamiento Critico Buena Comunicación Creatividad Autocontrol Iniciativa Intuición Capacidad de planificar Capacidad de negociación		
3.3. HABILIDADES		
Capacidad de lenguaje / comunicación efectiva Concentración Actitud flexible y enfocada hacia el trabajo en equipo Tener creatividad, imaginación, iniciativa y atención a los detalles Capacidad de trabajar bajo presión y cumplir con fechas límites de entrega Comprometido, perseverante, proactivo y respetuoso Excelente actitud de servicio y orientación al logro		

Sensibilidad Interpersonal
Toma de decisiones
Disposición de aprendizaje
Manejo de la información
Tolerancia, Obtención de resultados, Iniciativa, Planeación y Organización, Calidad integral
Conocimiento y experticia en determinados procesos

3.4. EXPERIENCIA

De 2 a 4 años en empleos iguales

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo
Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro
Organizar las funciones y los cargos
Dirigir la empresa
Tomar decisiones
Supervisar y controlar las operaciones
Ser un líder dentro de la organización

5. RESPONSABILIDADES

Ser el representante legal de la empresa
Velar por el cumplimiento de todos los objetivos
Velar por el cumplimiento de todos los objetivos requisitos legales que afecten los negocios y operaciones de esta

ELABORÓ:

REVISÓ:

V/B. S.G.C:

Fuente: Elaboración propia (2018)

Jefe Administrativo y Financiero

PERFIL DE CARGO ECONESTILO FREE	FECHA: 25/09/2018	VERSIÓN: 1
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO: Jefe Administrativo y Financiero		
AREA / PROCESO : Administrativo y Financiero		
REPORTA A: Gerente General		
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Encargarse de la administración presupuestaria, la administración de los recursos humanos y la administración de materiales y servicios generales, incluyendo las funciones de compras y suministros y de administración y custodia de los bienes a su cargo.		
3. COMPETENCIAS		
3.1. EDUCACIÓN		
Profesional en áreas administrativas y financieras		
3.2. FORMACIÓN		
Competencia en el uso de Microsoft Office Conocimientos de programa de Nómina Conocimientos de nómina y seguridad social		
3.3. HABILIDADES		
Excelente nivel de organización		
Excelente atención al cliente interno y externo		
Actitud flexible y enfocada hacia el trabajo en equipo		
Excelentes habilidades de comunicación escrita y verbal		
Tener creatividad, imaginación, iniciativa y atención a los detalles		
Tolerancia a la frustración y trabajo bajo presión		
Excelente actitud de servicio y orientación al logro		
Pro actividad		
Excelente manejo de la comunicación		
Trabajo en equipo		
Disposición para el aprendizaje continuo		
Buenas relaciones interpersonales		
Confidencialidad		

Compromiso, inteligencia práctica, manejo del tiempo, y trabajo bajo presión.

3.4. EXPERIENCIA

De 1 a 3 años en empleos similares

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Generar nómina mensual

Implementación y manejo del SGSST

Seguimiento del SGSST

Comunicación interna

Ejecutar planes, programas y proyectos de acuerdo con objetivos y recursos organizacionales.

Realizar y presentar informes del proceso administrativo a su cargo de acuerdo con estrategias de gestión.

Manejo de personal

Verificación y aprobación de documentos

5. RESPONSABILIDADES

Será el encargado del funcionamiento del manejo de envío de formatos de compras, requisiciones, pagos y consignaciones.

Se encarga de la administración completa de las instalaciones de la oficina, locación , etc.

Planear actividades de inducción para el nuevo personal y para los empleados que sean promovidos o transferidos de cargos.

Apoyar el desarrollo de programas relacionados con seguridad y salud ocupacional de acuerdo a la normatividad vigente y a los riesgos inherentes en la organización.

Gestionar el proceso de crédito con los bancos

ELABORÓ:

REVISÓ:

V/B. S.G.C:

Fuente: Elaboración propia (2018)

Auxiliar Administrativo y de Recursos Humanos

PERFIL DE CARGO ECONESTILO FREE	FECHA: 25/09/2018	VERSIÓN: 1
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO: Auxiliar Administrativo y Recursos Humanos		
AREA / PROCESO : Administrativo y Financiero		
REPORTA A: Jefe Administrativo		
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Asistir al Jefe Administrativo en la administración de los recursos humanos y la administración de materiales y servicios generales y custodiar los bienes a su cargo.		
3. COMPETENCIAS		
3.1. EDUCACIÓN		
Profesional en áreas administrativas		
3.2. FORMACIÓN		
Competencia en el uso de Microsoft Office Conocimientos de programa de Nómina Conocimientos de nómina y seguridad social		
3.3. HABILIDADES		
Excelente nivel de organización		
Actitud flexible y enfocada hacia el trabajo en equipo		
Excelentes habilidades de comunicación escrita y verbal		
Tolerancia a la frustración y trabajo bajo presión		
Excelente actitud de servicio y orientación al logro		
Excelente manejo de la comunicación		
Buenas relaciones interpersonales		
Confidencialidad		
3.4. EXPERIENCIA		
1 año en empleos similares		
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES		
Generar nómina mensual Implementación y manejo del SGSST		

Seguimiento del SGSST

Comunicación interna

Ejecutar planes, programas y proyectos de acuerdo con objetivos y recursos organizacionales.

Realizar y presentar informes del proceso administrativo a su cargo de acuerdo con estrategias de gestión.

Manejo de personal

5. RESPONSABILIDADES

Se encarga de la administración completa de las instalaciones de la oficina, locación , etc.

Elaborar nómina de sueldos de acuerdo con la normatividad vigente y procedimientos establecidos por la organización.

Planear actividades de inducción para el nuevo personal y para los empleados que sean promovidos o transferidos de cargos.

Liquidar aportes de seguridad social de acuerdo a la normatividad vigente y procedimientos establecidos por la organización.

Apoyar el desarrollo de programas relacionados con seguridad y salud ocupacional de acuerdo a la normatividad vigente y a los riesgos inherentes en la organización.

Es responsable de la administración presupuestaria, la administración de los recursos humanos y la administración de materiales y servicios generales, incluyendo las funciones de compras y suministros y de administración y custodia de los bienes a su cargo.

ELABORÓ:

REVISÓ:

V/B. S.G.C:

Fuente: Elaboración propia (2018)

Asesor Comercial

PERFIL DE CARGO ECONESTILO FREE	FECHA: 25/09/2018	VERSIÓN: 1
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO: Asesor Comercial		
AREA / PROCESO : Comercial		
REPORTA A: Gerente General		
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Lograr que los contratos de ventas de ECONESTILO se ejecuten de acuerdo a los procesos internos establecidos, con el fin de garantizar la calidad del trabajo y la entrega a sus clientes. Lograr que exista una buena relación con los clientes con los que ECONESTILO está ejecutando su labor de ventas.		
3. COMPETENCIAS		
3.1. EDUCACION		
Pregrado: Profesional en Administración, Ingeniería, Economía o afines. Postgrado: Postgrado en Administración o Finanzas		
3.2. FORMACIÓN		
Uso de Excel y PowerPoint		
Pensamiento Critico		
Buena Comunicación		
Creatividad		
Iniciativa		
Intuición		
Capacidad de planificar		
Capacidad de negociación		
3.3. HABILIDADES		
Actitud de servicio y orientación a resultados		
Ser adaptable y capaz de adquirir nuevas técnicas manteniéndose actualizado con el contexto de muebles ecológicos Actitud flexible y enfocada hacia el trabajo en equipo Excelentes habilidades de comunicación escrita y verbal Tener creatividad, imaginación, iniciativa y atención a los detalles Capacidad de trabajar bajo presión y cumplir con fechas límites de entrega		

Líder comprometido, perseverante, proactivo y respetuoso
Excelente actitud de servicio y orientación al logro
Excelentes habilidades de análisis cualitativo y cuantitativo

3.4. EXPERIENCIA

Experiencia mínima de 1 año en el área comercial

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Dirigir y supervisar el adecuado seguimiento de los procesos para la ejecución de los contratos de venta

Evaluación del equipo de trabajo

Modificaciones al equipo de trabajo de acuerdo al desempeño del mismo

Apoyo en el proceso de modificación/seguimiento al plan comercial estratégico

Apoyo en el proceso de identificación y consecución de oportunidades

Realizar y presentar informes del proceso administrativo a su cargo de acuerdo con estrategias de gestión.

5. RESPONSABILIDADES

Responsable de la calidad del trabajo que se desarrolla en el área de ejecución de ECONESTILO

Responsable de la relación con los clientes con los que se están ejecutando contratos

Responsable de mantener alta la motivación para la labor de ventas

Revisión y visto bueno de las ofertas de asesoría que son enviadas a los clientes

ELABORÓ:

REVISÓ:

V/B. S.G.C:

Fuente: Elaboración propia (2018)

Jefe de Producción

PERFIL DE CARGO ECONESTILO FREE	FECHA: 25/09/2018	VERSIÓN: 1
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO: Jefe de Producción		
AREA / PROCESO : Producción		
REPORTA A: Gerente General		
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Planificar y organizar la producción de la empresa junto con su auxiliar a cargo el trabajo efectuado mediante una eficaz y eficiente comunicación y/o relación con el objetivo de cumplir las metas del área de producción y de la empresa		
3. COMPETENCIAS		
3.1. EDUCACION		
Profesional en Administración, Ingeniería.		
3.2. FORMACIÓN		
Uso de Excel y PowerPoint		
Pensamiento Critico		
Buena Comunicación		
Creatividad		
Iniciativa		
Intuición		
Capacidad de planificar		
3.3. HABILIDADES		
Actitud de servicio y orientación a resultados		
Ser adaptable y capaz de adquirir nuevas técnicas manteniéndose actualizado con el contexto de muebles ecológicos		
Actitud flexible y enfocada hacia el trabajo en equipo		
Excelentes habilidades de comunicación escrita y verbal		
Tener creatividad, imaginación, iniciativa y atención a los detalles		
Capacidad de trabajar bajo presión y cumplir con fechas límites de entrega		
Líder comprometido, perseverante, proactivo y respetuoso		
Excelente actitud de servicio y orientación al logro		

Excelentes habilidades de análisis cualitativo y cuantitativo

3.4. EXPERIENCIA

Experiencia mínima de 1 año en el área comercial

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Dirigir y supervisar los procesos para la ejecución y correcta producción

- Apoyo en el proceso de identificación y consecución de oportunidades para Bancapital
- Revisión y visto bueno de las ofertas de asesoría que son enviadas a los clientes

Evaluación del equipo de trabajo

Modificaciones al equipo de trabajo de acuerdo al desempeño del mismo

Apoyo en el proceso de modificación/seguimiento al plan comercial estratégico

Apoyo en el proceso de identificación y consecución de oportunidades

Realizar y presentar informes del proceso administrativo a su cargo de acuerdo con estrategias de gestión.

5. RESPONSABILIDADES

Encargarse de la calidad del trabajo que se desarrolla en el area de ejecución de ECONESTILO

Tener buena relación con los clientes con los que se están ejecutando contratos

Mantener alta la motivación para la labor de ventas

Revisión y visto bueno de las ofertas de asesoría que son enviadas a los clientes

ELABORÓ:

REVISÓ:

V/B. S.G.C:

Fuente: Elaboración propia (2018)

Auxiliar de Producción

PERFIL DE CARGO ECONESTILO FREE	FECHA: 25/09/2018	VERSIÓN: 1
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO: Auxiliar de Producción		
AREA / PROCESO : Alistamiento de Madera/ Pintura y Ensamble		
REPORTA A: Jefe de Producción		
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Fabricar muebles según instrucciones del Jefe de Producción		
3. COMPETENCIAS		
3.1. EDUCACION		
Bachiller		
3.2. FORMACIÓN		
Buena Comunicación		
Creatividad		
Iniciativa		
Capacidad de planificar		
3.3. HABILIDADES		
Adaptabilidad y capacidad de adquirir nuevos conocimientos		
Actitud flexible y enfocada hacia el trabajo en equipo		
Tener creatividad, imaginación, iniciativa y atención a los detalles		
Capacidad de trabajar bajo presión y cumplir con fechas límites de entrega		
compromiso, perseverante, proactivo y respetuoso		
Excelente actitud de servicio y orientación al logro		
3.4. EXPERIENCIA		
1 año en cargos similares		
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES		
Cargar y descargar el material de trabajo		
cortar, lijar la madera		
Pulir y perfeccionar los diseños		

Masillar y pintar		
Ensamble y acabado		
5. RESPONSABILIDADES		
Responder por los equipos y herramientas		
Mantener limpias las instalaciones		
Ejecutar las instrucciones del jefe de producción		
Entregar a tiempo según la tarea propuesta		
ELABORÓ:	REVISÓ:	V/B. S.G.C:

Fuente: Elaboración propia (2018)

2.6 Gastos de Personal Fijo

Tabla1. Salario + Parafiscales

CARGO	SALARIO BÁSICO	PARAFISCAL ES EMPLEADO 8%	PARAFISCAL ES EMPRESA 12%	TOTAL
Gerente	\$ 781.242	\$ 62.499,36	\$ 93.749,04	\$156.248,4
Asistente Administrativo	\$ 781.242	\$ 62.499,36	\$ 93.749,04	\$156.248,4
Asesor Comercial	\$ 781.242	\$ 62.499,36	\$ 93.749,04	\$156.248,4
Jefe de Producción	\$ 781.242	\$ 62.499,36	\$ 93.749,04	\$156.248,4
Auxiliar de Producción	\$ 781.242	\$ 62.499,36	\$ 93.749,04	\$156.248,4

Fuente: Construcción Propia (2018)

Tabla 2. Auxilios – Otros

CARGO	SALARIO BÁSICO	AUX. TRANSPORTE	TOTAL
Gerente	\$ 781.242	\$ 88.211	\$869.453

Asistente Administrativo	\$ 781.242	\$ 88.211	\$8 69.45 3
Asesor Comercial	\$ 781.242	\$ 88.211	\$8 69.45 3
Jefe de Producción	\$ 781.242	\$ 88.211	\$8 69.45 3
Auxiliar de Producción	\$ 781.242	\$ 88.211	\$8 69.45 3

Fuente: Construcción Propia (2018)

Tabla 3. Bonificaciones

CARGO	SALARIO BÁSICO + TRANSPORTE	BONIFICACION	TOTAL
Gerente	\$ 869.453	\$ 500.000	\$ 1.369.453
Jefe de Producción	\$ 869.453	\$ 300.000	\$ 1.169.453

Fuente: Construcción Propia (2018)

2.7 Gastos de Puesta en Marcha

- Lugar de funcionamiento:

Al ser un proyecto que está iniciando, se tomara en alquiler un sitio similar a un apartamento, el cual consta de dos habitaciones y un patio.

- Herramientas:

Set de herramientas: contiene martillo, tijeras, bisturi, nivel, destornilladores, llaves bristol, accerios multicabeza para los destornilladores, alicates, llave inglesa, llave de presión sujetadoras.

Segueta, metro laser función 3 en 1, kit de Pintura, taladro, cepillo electrico, pulidora, compresor de pintura, cierra caladora y mesa de corte.

2.8 Presupuesto

PRODUCTO	VALOR UNITARIO
Arriendo	\$ 150.000
Herramientas	\$ 10.050.000
Salario – Administrativos	\$ 5.070.000
TOTALES	\$ 15.270.000

CAPITULO II: ESTUDIO TÉCNICO

3 ESTUDIO TECNICO

El proyecto Econestilo Free contara con una fábrica en el municipio de Madrid (Cundinamarca), en el sector denominado La Pincha. Es una zona reconocida por su cercanía con la variante, además de su notable crecimiento comercial, dado que es una zona en la cual

se encuentran ubicadas algunas fábricas de cocinas, almacenes de venta de electrodomésticos, supermercados, entre otros.

Madrid se encuentra ubicada a 21 km² de la ciudad de Bogotá y cuenta con límites por el norte con Subachoque, El Rosal y Tenjo, por el sur con Bojacá, por el occidente con Facatativá, por el oriente con Mosquera y Funza. En aspectos turísticos cuenta con un alto porcentaje de visitas por su arquitectura rural y colonia que aún se conserva en algunas de sus estructuras.

Grafica 1. Mapa Madrid – Cundinamarca



Fuente: Google Maps (2018)

Sin embargo, el mercado potencial del negocio se centrará en las ventas en los municipios de Madrid, Funza, Mosquera, Cota y Chía. Dado que estos municipios concentran un alto porcentaje de casas con estructura rural en las que predominan las decoraciones rústicas y en madera, como un homenaje al campo a través de un modelo sofisticado compuesto de colores tierra que sean cálidos.

3.1 Objetivos del estudio Técnico

- Reconocer la zona en la cual se pretende instalar la fábrica.
- Identificar los tipos de clientes que frecuentan la zona.
- Conocer aspectos de la competencia que exista en la zona.
- Analizar las posibilidades para recolectar la materia prima.
- Realizar un estudio inicial del mercado para definir los precios y los productos estratégicos.

3.2 Ficha técnica del Producto (B/S)

PRODUCTO	CARACTERISTICA	MEDIDAS
Sala	Elaborada con estibas de madera de 30 mm Laminado con alta presión	90 x 94 x 35 90 x 94 x 125
Bar	Elaborada con estibas de madera de 15 mm Laminado con colores tierra Puertas con bisagra de 3 cm Agarraderas metálicas.	80 x 47 x 32cm
Archivador	Elaborada con estibas de madera de 25 mm Cajones corredizos	40,3 x 47,1 x 102 cm

3.3 Descripción del Proceso

- El proceso para la fabricación de los productos inicia con la recolección de la materia prima.

La materia prima fundamental para la fabricación del mobiliario y decoración son las estibas de madera, que se buscan de dos maneras la primera por donaciones de reciclaje de industria, la segunda es la compra de las estibas por defectos en algunas empresas.

- Se transporta la materia prima hasta las instalaciones y se clasifican de acuerdo a su estado, fisuras, partituras o completas.
- Luego de tener las estibas clasificadas, se lijan para retirar las estillas y dejar la madera lisa.
- Se plasman las medidas de los muebles y decoraciones.
- Se unen las piezas para formar la figura y se atornillan.
- Se humedece la madera para retirar los excesos de polvo.
- Se deja secar la madera durante 48 horas.
- Luego de que la madera esta seca, se aplica la laca para darle una primera capa de brillo.
- Se aplica la pintura para madera
- Por último, se aplica otra capa de laca.

3.4 Infraestructura (Áreas Requeridas)

La infraestructura esta compuesta por una bodega dividida en cinco zonas especiales:

- El almacén: en el cual se guardan las materias primas y las herramientas de trabajo.
- Oficinas: es un salón dividido en dos zonas, en las cuales se encuentra la administración, la zona de diseño.
- Área de ventas: es la zona en la cual se reciben a los clientes para la recepción y despacho de pedidos. En esta zona se encuentra la caja y área de pagos.

- Fábrica: es la zona en la cual se arman los muebles.
- Baño: es una zona pensada para la comodidad de los empleados, ara suplir necesidades básicas.

3.5 Mapa o plano



PRODUCTO	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de computo	2	\$ 950.000	\$ 1.900.000
Impresora	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Kit Taladro	1	\$ 170.000	\$ 170.000
Cepillo Eléctrico	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Pulidora	1	\$ 109.000	\$ 109.000
Compresor para pintar	1	\$ 82.000	\$ 82.000
Cierra Caladora	1	\$ 100.000	\$ 100.000
TOTALES	16	\$ 1.781.000	\$ 2.731.000

3.6 Muebles y enseres

Para el inicio de las actividades, los muebles que se requieren son:

- Tabla de corte: Es un objeto de madera con base metálica de aproximadamente 130 cm de largo por 60 cm de ancho.
- Escritorio: dos escritos para acomodar los computadores, la impresora.
- Cajón: es un mueble de 150 cm de alto x 35 cm de fondo x 60 cm de ancho; que está diseñado para almacenar la herramienta y los equipos.

3.7 Herramientas

PRODUCTO	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Kit Herramientas	1	\$ 115.000	\$ 115.000
Destornillador	5	-	-
Juego de puntas destornillador	20	-	-
Martillo de uña	1	-	-
Alicates	1	-	-
Pinzas	1	-	-
Llave inglesa	1	-	-
Tijeras	1	-	-
Llaves Bristol	11	-	-
Bisturí	1	-	-
Llave de presión	2	-	-
Nivel	1	-	-
Tornillos	40	-	-
Clavos	40	-	-
Mango porta puntas	1	-	-
Segueta	2	\$ 23.000	\$ 46.000
Metro Laser	1	\$ 21.990	\$ 21.990
TOTALES	130	\$ 159.990	\$ 182.990

En pro de disminuir los gastos en el valor unitario para la compra de los productos, se adquirieron kits de herramientas, que se adaptaran a las necesidades.

3.8 Materias Primas e Insumos

La principal materia prima se reconoce como estiba a un producto elaborado con madera de bajo costo para el transporte de carga pesada, están diseñadas para soportar pesos iguales o superiores a 3.000 kg. La madera más utilizada para la fabricación de las estibas es el pino.



Fuente: ARQHYS (2017)

La pintura para la madera, por lo general es un esmalte a base de aceite dado que da un brillo que es característico de la madera. Sin embargo, si el resultado que se espera es un poco más opaco, el uso de esmaltes a base de agua permite dar este tono o efecto.

3.9 Equipos de comunicación y computo

La comunicación se realiza a través de un teléfono que utiliza una línea telefónica con alambre de metal, cobre o fibra óptica, para la transmisión a diferencia de un móvil de línea celular, que utiliza ondas de radio para la transmisión.

Utilizando los equipos de cómputo también se establece comunicación, ya que, a través del correo electrónico, las redes sociales y la página web se consigue una captación de clientes importante. Las características de los equipos de cómputo utilizados son:

Sistema operativo	Windows 10 Home	Sonido	Altavoces estéreo afinados	Cámara web	Cámara HP Privacy HD
Procesador	Procesador de séptima generación AMD A6-9225 Dual-Core	Ranuras de memoria	2 DIMM (SO-DIMM) (una disponible)	Fuente de alimentación	Adaptador de CA externo de 65 W
Pantalla	21,5" de diagonal Full HD IPS con luz de fondo WLED y microborde (1920 x 1080)	Conectividad inalámbrica	LAN inalámbrica 802.11a/b/g/n/ac (1x1) y Bluetooth® 4.2 M.2	Interfaz de red	Red 10/100/1000 Base-T
Memoria	4 GB de memoria DDR4-2133 SDRAM (1 x 4 GB)	Disco duro	500 GB 7200RPM SATA	Gráficas	AMD Radeon™ R4

Fuente: Almacenes Alkosto Colombia (2018)

3.10 Plan de producción

El plan de producción se analizará para 100 piezas que es la proyección de venta correspondiente a los primeros 12 meses de funcionamiento.

3.10.1 Especificaciones del Producto

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PRECIO
 JUEGO DE SALA	Elaborada con estibas de madera de 30 mm	\$ 150.000
 BAR	Elaborada con estibas de madera de 15 mm	\$ 50.000

3.10.2 Plan de ventas

Unidades Vendidas	JUEGO DE SALA	Unidades Vendidas	BA R
Mes 1	2	Mes 1	1
Mes 2	3	Mes 2	2
Mes 3	5	Mes 3	4
Mes 4	7	Mes 4	5
Mes 5	10	Mes 5	3
Mes 6	10	Mes 6	5
Mes 7	10	Mes 7	8
Mes 8	10	Mes 8	10
Mes 9	10	Mes 9	10
Mes 10	12	Mes 10	10
Mes 11	30	Mes 11	15
Mes 12	25	Mes 12	15
Total	109	Total	88

3.11 Plan de Compras

La materia prima principal se busca en donación o métodos de reciclaje, por lo que no se contempla la compra de éstas.

PRODUCTO	PERIODICIDAD	CANTIDAD
PINTURA	TRIMESTRAL	20 TARROS
TORNILLOS	MENSUAL	28000
PUNTILLAS	MENSUAL	50000
LIJAS DE MADERA	MENSUAL	16

3.12 Costo de producción

CONCEPTO	VALOR
LUZ	\$ 3.500
AGUA	\$ 1.800
TORNILLOS	\$ 4.000
PUNTILLAS	\$ 2.800
SALARIO	\$40.000

TRANSPORTE	\$ 5.000
TOTAL	\$57.100

3.13 Costos fijos Mensuales

CONCEPTO	VALOR
Arriendo	\$ 150.000
Servicios	\$ 100.000
Préstamo	\$ 197.743
Nómina	\$ 4.347.265
TOTAL	\$ 4.795.008

3.14 Costos Variables

CONCEPTO	VALOR
PUBLICIDAD	\$ 120.000
TRANSPORTE	\$ 150.000
MANTENIMIENTO	\$ 150.000
TOTAL	\$ 480.000

3.15 Punto de Equilibrio

- Plan de Ventas

Ventas	Sala	Ingreso	Ventas	BAR	Ingreso	Total Mes
Mes 1	2	\$ 300.000	Mes 1	1	\$ 50.000	\$ 350.000
Mes 2	3	\$ 450.000	Mes 2	2	\$ 100.000	\$ 550.000

Mes 3	5	\$ 750.000	Mes 3	4	\$ 200.000	\$ 950.000
Mes 4	7	\$ 1.050.000	Mes 4	6	\$ 300.000	\$ 1.350.000
Mes 5	10	\$ 1.500.000	Mes 5	8	\$ 400.000	\$ 1.900.000
Mes 6	12	\$ 1.800.000	Mes 6	10	\$ 500.000	\$ 2.300.000
Mes 7	16	\$ 2.400.000	Mes 7	12	\$ 600.000	\$ 3.000.000
Mes 8	21	\$ 3.150.000	Mes 8	16	\$ 800.000	\$ 3.950.000
Mes 9	24	\$ 3.600.000	Mes 9	20	\$ 1.000.000	\$ 4.600.000
Mes 10	28	\$ 4.200.000	Mes 10	24	\$ 1.200.000	\$ 5.400.000
Mes 11	32	\$ 4.800.000	Mes 11	28	\$ 1.400.000	\$ 6.200.000
Mes 12	40	\$ 6.000.000	Mes 12	32	\$ 1.600.000	\$ 7.600.000
Total	109	\$ 30.000.000	Total	88	\$ 4.400.000	\$ 38.150.000

- Gastos

COSTOS FIJOS	\$ 4.795.008
COSTOS VARIABLES	\$ 370.000
TOTAL	\$ 5.165.008

- Equilibrio

Respetando el plan de ventas el punto de equilibrio se podría conseguir en el mes 10.

$$\frac{\text{costos totales}}{\text{precio de venta total productos}} = \text{Punto de Equilibrio}$$

$$\frac{5165008}{200000} = 25.8$$

Es decir, que para alcanzar el punto de equilibrio se deben vender 25.8 productos por un valor de \$200.000 pesos.

3.16 Impactos del proyecto

El proyecto pretende impactar de forma directa en el mejoramiento del medio ambiente, pues el proceso de fabricación de los muebles no cuenta con industrialización o maquinas que emitan gases tóxicos. La materia prima fundamental es reciclada y los productos para pintar, tienen bajos niveles de contaminación. Además, durante el proceso se recicla el agua lluvia para evitar el gasto desmedido del agua.

También, se busca ofrecer un producto con precio accesible, pues a pesar que el público al que se dirige el mercado vive en las zonas que se buscan impactar, es indispensable conocer las necesidades de estos para ofrecer productos que se adapten fácilmente a los requerimientos.

4 ESTUDIO LEGAL

4.1 Objetivo

Reconocer la normatividad que rige la actividad comercial que se va a desempeñar en Econestilo Free S.A.S.

4.2 Marco Legal

Se enfoca la normatividad en los usos adecuados de la madera, siendo esta la materia prima en la fabricación de los muebles.

- **Norma Técnica Colombiana 5858**

Emitida el 13 de julio de 2011, mediante la cual se determina el uso correcto para la manipulación de estibas de madera, incluyendo el proceso de transporte de mercancías. Los requisitos para el uso y transporte de las estibas, además la norma hace una salvedad en cuanto al tamaño, pues no existe una medida definida para el uso de las estibas o desecho de las mismas.

- **Norma Técnica Colombiana 2514**

Expedida el 01 de febrero de 1989. Esta norma establece los requisitos que deben cumplir y los ensayos a los cuales se deben someter los muebles y accesorios de cocina.

- **Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 6780**

Especifica las dimensiones y tolerancias principales para estibas planas nuevas con cubierta sencilla y doble, reversibles y no reversibles, de todos los tipos de entradas, y fabricadas de cualquier material, relacionadas con su transporte y manipulación mediante camiones para estibas, camiones montacargas y demás equipos apropiados.

- **Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 4680**

Establece los requisitos que deben cumplir y los ensayos a los que se debe someter las estibas intercambiables de madera, no reversibles (para uso por una cara) con el fin de que todos los sectores involucrados puedan entregar sus estibas con productos y recibir de sus clientes en reemplazo estibas vacías.

4.3 Concepto de empresa

Econestilo Free II, es una compañía comprometida con el medio ambiente a través del reciclaje de estibas de madera, convirtiéndolas en mobiliario para hogares y oficinas.

4.4 Clasificación empresarial

De acuerdo a la actividad principal de la empresa, se encuentra en el sector secundario porque se utiliza una materia prima para realizar la transformación y convertirla en mobiliarios y decoración. En cuanto al tamaño, inicialmente es reconocida como microempresa, dado que el número de empleados que laboran en la empresa es inferior a diez (10).

El capital para la constitución de la empresa es totalmente privado, que surgió de aportes por ganancias generadas a los socios en el ejercicio de actividades laborales anteriores al inicio del proceso, además de un crédito otorgado por una entidad bancaria. El desarrollo de la actividad se realizará de forma local, contemplando en departamento de Cundinamarca, en algunos municipios determinados y anteriormente mencionados.

4.5 CIU

La Clasificación de Actividades Económicas CIU, bajo las cuales se rige la empresa son:

- 3110 Fabricación de muebles

La fabricación de muebles de todo tipo utilizados en el hogar, oficinas, restaurantes, locales comerciales, teatros, colegios y centros de enseñanza, iglesias, hoteles, entre otros destinos diferentes a los medios de transporte y mobiliario especializado para equipos médicos, odontológicos y de laboratorio; además, que estén elaborados en cualquier material (madera, mimbre, bambú, metal, plástico, cuero, vidrio, etc., o combinación de estos, excepto piedra, hormigón y cerámica).

- 3319 Mantenimiento y reparación de otros tipos de equipos y sus componentes n.c.p.

El mantenimiento y reparación especializado, realizado a cambio de una retribución o por contrato, de maquinaria y equipo no cubierto en los otros grupos que conforman la división 33, tales como: reparación de mallas de pescar; cuerdas, aparejos náuticos, eslingas, tiendas, carpas y lonas; bolsas de almacenamiento de fertilizantes y químicos (bolsas de polietileno plegado de tres capas que cuentan con estabilización ultravioleta, tienen un diámetro de 5 a 6 pies y una longitud de 60 a 75 metros); reparación o reacondicionamiento de estibas de madera, barriles de transporte y artículos similares; reparación de máquinas operadas con monedas (dispensadores, juegos electrónicos, tragamonedas y similares), restauración de instrumentos musicales antiguos (órganos, clavicordios, etc.), reparación de esterilizadores y de equipos de destilación del tipo usado en laboratorios, entre otros.

4.6 Clasificación de la sociedad

La constitución de la compañía se realizará bajo la normatividad de una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S., dado que en la constitución frente a la cámara de comercio se reciben beneficios, eliminando algunos procesos. Además, los socios tienen la responsabilidad

de acuerdo al número de acciones con las que cuente, cualquier modificación se realiza a través de los libros previamente registrados.

4.7 Constitución legal

Se realiza la solicitud de constitución como una Sociedad por Acciones Simplificada, para lo que se requiere:

- Consultar la disponibilidad del nombre con el que se va a registrar la compañía
- Pre RUT, emitido previamente por DIAN
- Tener diligenciado el formulario de la Cámara de Comercio
- Adjuntar la fotocopia de la cedula del(los) representante(s) legal(es)
- Tener los estatutos de la constitución en los cuales se especifica la participación accionaria de los socios.
- Realizar el pago de la inscripción
- Contar con certificación bancaria, de una cuenta abierta a nombre de la empresa
- Con la certificación bancaria solicitar el RUT definitivo
- Solicitar resolución de facturación en la DIAN
- Inscribir los libros ante la cámara de comercio
- Registrar la empresa al sistema de Seguridad Social, para poder realizar contrataciones.

4.8 Registro mercantil

Es necesario que la compañía cuente con el registro mercantil, dado que se realizarán actividades relacionadas con la comercialización y venta de productos.

Se diligencia el formulario solicitado con anterioridad en la cámara de comercio.

Se debe presentar el RUT, RUES, fotocopia y original del documento de identidad del representante legal.

La información presentada debe coincidir con la expuesta en el RUT.

4.9 Facturación

Cuando el trámite se realiza por primera vez, se debe ejecutar en las oficinas de la DIAN, teniendo el documento original y copia del representante legal, el Rut con toda la información diligenciada; además se debe tener en cuenta el tipo de facturación en este caso es del papel.

Factura por talonario o de papel: Pre impreso por medios litográficos o tipográficos o de técnicas industriales de carácter similar conforme los requisitos legales de la factura. (Art 617 E.T).

4.10 Obligaciones de Registro.

Se debe registrar los libros de actas, de documentos, realizar la inscripción en el registro mercantil, registrar los libros contables y balances.

4.11 Revisión técnica de seguridad bomberos

La empresa debe solicitar la revisión, dado que los procesos de la actividad comercial incluyen la manipulación de equipos eléctricos. Se realiza el pago del servicio, la empresa se

considera como un establecimiento nuevo, por lo que los documentos son: Original o fotocopia legible del, Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la de Cámara de Comercio renovado, con vigencia de 1 año.

4.12 Normas Sanitarias y de salud

No aplica para la tipología de la empresa, dado que no se tiene un contacto directo con el cliente en el que su salud se vea comprometida.

4.13 Normas de fabricación de alimentos y medicamentos

No aplica para la tipología de la empresa.

4.14 Normatividad Ambiental

Decreto No. 1468 de 2018: Por el cual se adiciona una sección al Decreto 1076 de 2015, con el fin de designar al Complejo de Humedales Urbanos del Distrito Capital de Bogotá para ser incluido en la lista de Humedales de Importancia Internacional Ramsar, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 357 de 1997.

4.15 Contratación del personal

La contratación se realizará mediante un contrato a término indefinido con un periodo de prueba comprendido en los primeros tres (3) meses luego de la firma del contrato. La asignación salarial corresponde al Salario mínimo legal vigente, incluyendo toda la carga prestacional.

4.16 Contratación de clientes y proveedores

Se realiza mediante un contrato comercial con pago a 30 días calendario, mediante factura emitida previamente, dentro de los cinco (5) primeros días de cada mes.

4.17 Normas Tributarias

La constitución política de Colombia

La ley 100 de 1993, mediante la cual se dictan disposiciones frente a la seguridad social.

5 PERFILACIÓN DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT

Nuestra idea es una empresa de fabricación y venta de muebles construidos a base de estibas de maderas, especialmente enfocados en las casas de campo.

5.1 Stake Holders

Buscamos perfilar de forma correcta a nuestros clientes para lograr atender de forma eficiente las necesidades en el mercado, por esto implementamos la metodología del pentágono.

5.2 Necesidades del Stake Holders (hipótesis)

Creemos que los Stake Holders requieren mobiliario decorativo que sea amable con el medio ambiente.

Creemos que los Stake Holders buscan productos de calidad con precios accesibles.

Creemos que los Stake Holders buscan en el mercado local ideas innovadoras para la decoración y mobiliario de sus hogares.

5.3 Beneficios y Expectativas (hipótesis)

Creemos que los Stake Holders prefieren adquirir productos nacionales, por la combinación precio y calidad

Creemos que mejorar materias primas recicladas para los mobiliarios, generan atracción a los Stake Holders por los resultados innovadores

Creemos que los Stake Holders quieren encontrar un producto elegante que se adapte a las condiciones rurales.

5.4 Soluciones Actuales (hipótesis)

La compra de productos plásticos para evitar el desgaste y compras constantes de mobiliarios.

Implementar el uso de alfombras para crear espacios abiertos y con menos mobiliario.

Buscar descuentos especiales aun cuando los productos no sean amigables con el medio ambiente y no tengan altos estándares de calidad.

No considerar dentro del presupuesto el cambio o remodelación del mobiliario, por falta de opciones llamativas en el mercado.

5.5 Limitaciones, inconformidades y frustraciones

Se toma el riesgo de no conseguir la materia prima gratis, como parte de un proceso de reciclaje.

Es posible que para los Stake Holders la idea no sea llamativa y prefieran otras alternativas de decoración.

Las campañas publicitarias pueden ser confusas para los Stake Holders, generando rechazo por el producto.

La participación en eventos de asistencia masiva requiere una inversión lo que generaría costos no contemplados.

La búsqueda del punto de equilibrio puede generar la toma de decisiones apresuradas, con finales inciertos.

5.6 MERCADO

5.6.1 Mercado Total

El mercado objetivo para la venta de los productos son personas que residan en los municipios de Madrid, Funza, Mosquera, Cota y Chía. Con una población total de 390.295 habitantes.

5.6.2 Mercado objetivo probable

Población rural de los municipios resaltados, la cual es 58.078 habitantes.

5.6.3 Definición del TAM

El TAM corresponde al total de habitantes de los municipios mencionados, pues, aunque nuestro objetivo es la zona rural, no dejamos de contemplar la zona urbana. El TAM es igual a 390.295 habitantes.

5.6.4 Definición del SAM

El SAM corresponde a las personas que se encuentran en la zona rural de los municipios nombrados anteriormente, es decir, 58.078 habitantes que corresponde al 14.9%.

5.6.5 Definición del TM

El TM corresponde a la población a la que pueda impactar a través de las estrategias publicitarias y que posiblemente adquieran el producto de forma inmediata. En este caso es la población rural que se encuentra en los estratos tres (3), cuatro (4) y cinco (5); esta población corresponde a 19.157, es decir, el 32% de la población rural.

6. ESTUDIO DE MERCADOS

6.1 Objetivos del estudio de mercado

Identificar la viabilidad del proyecto analizando variables como, la zona seleccionada, la población y los recursos disponibles.

6.2 Segmentación

Nuestros productos inicialmente serán dirigidos a los siguientes municipios de la sabana de Bogotá, Funza, Mosquera, Madrid, cota y chía, nos dirigiremos a los estratos 3,4 y 5 el cual definimos teniendo en cuenta información relacionada con los estilos de vida de la región.

Funza, Madrid, Mosquera, cota, chía, sectores que actualmente están rodeados de zonas francas, almacenamiento y creación de proyectos de vivienda rurales, generando el traslado de un gran número de personas desde la ciudad de Bogotá.


Las personas que viven en estos municipios se encuentran entre edades de 25 a 55 años.

6.3 Metodología

La metodología utilizada para el desarrollo del proyecto es de tipo “cuantitativo”, ya que se puede traducir la información en cifras numéricas y estadísticas que permiten construir un análisis gráfico, con la información resumida y tomando los aspectos necesarios para la alimentación del proyecto.

La herramienta que se va a utilizar en el proceso es una encuesta en papel, para la cual se destina un tiempo aproximado de 5 minutos. Con la encuesta se pretende identificar el estado del mercado local, la percepción sobre el reciclaje y la posibilidad de adquirir nuevos productos.

6.3.1 Modelo de encuesta

ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO		
1.	¿Usted vive en el municipio o se encuentra de forma temporal?	

2.	¿En que estrato se encuentra su residencia? ¿Es zona rural o urbana?	

3.	¿Considera la posibilidad de adquirir mobiliario nuevo en los próximos seis meses?	
	SI ___ NO ___ NO SABE _____	
4.	Teniendo en cuenta la implementación de estrategias que contribuyan a la preservación del medio ambiente. ¿Usted consideraría la posibilidad de comprar muebles hechos con material reciclable?	

Fuente: Construcción Propia (2018)

6.4 Análisis Concluyente

La encuesta fue aplicada a 250 personas, es decir, 50 personas por cada uno de los municipios. Las respuestas fueron utilizadas para responder las hipótesis planteadas inicialmente.

- **Hipótesis 1:**

Creemos que los Stake Holders requieren mobiliario decorativo que sea amable con el medio ambiente.

Análisis: La hipótesis es cierta dado que la educación e influencia de los medios masivos de comunicación fortalecen los criterios para la adopción de medidas para mejorar el medio ambiente, iniciando con el proceso de reciclaje.

- **Hipótesis 2:**

Creemos que los Stake Holders buscan productos de calidad con precios accesibles.

Análisis: La hipótesis no es cierta, dado que los Stake Holders fijan su atención especialmente en el precio de los productos, en muchas ocasiones no tienen en cuenta las características de los mismos.

- **Hipótesis 3:**

Creemos que los Stake Holders buscan en el mercado local ideas innovadoras para la decoración y mobiliario de sus hogares.

Análisis: Es cierto, pues el 46% de las personas encuestadas busca que el mobiliario y la decoración combinen los colores, pero sobre todo que se encuentren a la moda.

- **Hipótesis 4:**

Creemos que los Stake Holders prefieren adquirir productos nacionales, por la combinación precio y calidad.

Análisis: No es cierta la hipótesis, dado que la competencia de productos importados en ocasiones se vende por debajo del precio local, generando preferencias por esos productos.

- **Hipótesis 5:**

Creemos que mejorar materias primas recicladas para los mobiliarios, generan atracción a los Stake Holders por los resultados innovadores

Análisis: La hipótesis es cierta, pues el reciclaje de algunos productos se puede complementar con un toque de personalización, que da a entender al cliente que se trabaja especialmente por satisfacer sus necesidades y hacerlo sentir único.

7 PLAN DE MARKETING

7.1 Estrategia del producto

La estrategia se llevara a cabo mediante la modalidad Marketing Mix, mediante la cual se realiza un análisis desde el interior de la compañía para cumplir con los objetivos de ventas, posicionamiento y reconocimiento del producto en el mercado.

7.2 Estrategia del Precio:

En nuestro estudio de mercado no se evidencio competencia con el estilo que manejamos sin embargo la venta de muebles es muy común, utilizaremos una estrategia de descremado o desnatado de precios que consiste en fijar un precio inicial elevado a un producto nuevo para que sea adquirido por clientes que realmente desean el producto y tienen la capacidad económica para hacerlo. Una vez satisfecha la demanda de ese segmento el producto avanza por su ciclo de vida, se va reduciendo el precio para aprovechar otros segmentos más sensibles al precio.

Consideramos que sería muy conveniente para nuestro proyecto dependiendo de su evolución variaríamos la estrategia con una de penetración al mercado.

Producto:

El objetivo de los productos es satisfacer las necesidades decorativas del cliente, mediante el uso de materias primas reciclables, en las que se contribuye con el medio ambiente y se crean diseños elegantes y formales que alegran espacios, brindando comodidad en las diferentes áreas del hogar.

7.3 Publicidad

Se realizara mediante volantes, recursos audiovisuales, pendones y perifoneo.

7.4 Desarrollo de Marca

El desarrollo de la marca se realiza desde diferentes ámbitos, por un lado la imagen corporativa que debe ser trabajada en los diferentes niveles jerárquicos de la empresa, desempeñándose con compromiso, lealtad y sentido de pertenencia.

El uso de imágenes, relacionadas directamente con el logo crearan la recordación de la marca, teniendo en cuenta las ventajas del uso de los productos y los colores cálidos del logo.

7.5 Marca

Econestilo Free: Hace referencia al estilo que se quiere imponer con el mobiliario con bases ecológicas que se busca conseguir de manera gratuita.

7.6 Logo



7.7 Slogan

Ecología con estilo libre.

7.8 Ventaja competitiva

Somos la única empresa en el sector municipal que fabrica muebles a partir del reciclaje de la materia prima.

7.9 Ventaja Comparativa

A pesar de que las marcas de competencia directa del sector cuentan con antigüedad en el mercado local, nuestros productos pueden ser vistos a través de las redes sociales y los pedidos se pueden realizar desde cualquier dispositivo móvil. Generando así una ventaja pues se ofrecen los mismo servicios pero con sistemas de fidelización y recordación para el cliente, incluyendo atención en la post venta.

7.10 Estrategia de promoción

La herramienta que utilizaremos como promoción al momento de adquirir uno de nuestros

Productos será a través de:

*Obsequio:

El cual se entregara al cliente después del pedido solicitado, en este caso sería un artículo adicional que armonice el producto inicial Ejemplo: Una Canastilla, diseñada de igual manera en material reciclable, que puedas combinar con nuestro artículo.



7.11 Campaña Publicitaria

Realizaremos un video corto donde aplicaremos estrategias comparativas y financieras, mostraremos el bienestar de comprar nuestros productos mostraremos lo que causa comprar

muebles y artículos de madera, adicional mostraremos la diferencia monetaria de un producto a otro, este video lo enviaremos a clientes potenciales que como comerciales atacaremos en primera instancia, lo difundiremos por medio de redes sociales y apenas tengamos un margen de rentabilidad invertiremos en publicad pagada como YouTube.

7.12 Estrategia de Distribución

La mayoría de los productos se fabricaran sobre pedidos, dado esto la distribución y entrega de los pedidos se realizara mediante la posición del pedido, el municipio en el cual se efectuará la entrega. Respetando la promesa de entrega de seis (6) días hábiles luego de efectuado el pago.

7.13 Canales

Los canales de contacto que se encontraran disponibles son:

- WhatsApp
- Instagram
- Twitter
- Facebook
- Página web

Los canales para la distribución que tenemos habilitados son:

- Entrega puerta a puerta:

El transporte de la empresa el cual se le asigna una ruta a diario para las entregas correspondientes.

- Entrega en la fábrica:

Mediante la cual el cliente recoge el producto en la fábrica ubicada en Madrid (Cundinamarca).

7.14 Logística

Para recoger la materia prima se destinan los días lunes y jueves, pues de acuerdo al estudio de mercado son los días con menos venta.

Las entregas se realizan seis (6) días después de recibido el pago por parte del cliente.

Se entregan los productos de acuerdo a la planilla de ruta generada a diario, y se mantiene comunicación satelital para informar al cliente cuando lo requiera.

El producto se entrega instalado en la dirección que el cliente solicite.

7.15 Ejecución Comercial

La entrega de volantes en puntos concurridos, especialmente los fines de semana cuando hay más visitantes y las personas de las zonas rurales se acercan al centro de los municipios. Además de tener una muestra en el sitio para evidenciar la calidad y diseño de cada uno de los productos. Las llamadas telefónicas son otro de los medios por los cuales se pretende captar los clientes.

7.16 Habilidades

7.16.1 Comerciales.

Exhaustividad: un componente crítico de una venta es el conocimiento de la otra parte.

Capacidad de planificación: cada contacto con un cliente potencial debe terminar con la consecución de algún tipo de compromiso por su parte

Escucha activa: aún más importante que hacer las preguntas correctas es saber escuchar. Cuando los clientes están hablando, no es suficiente el mantener un respetuoso silencio, sino que hay que tener una mente abierta.

Capacidad para presentar soluciones: quien posee buenas habilidades comerciales es capaz de crear y describir una solución específica.

7.16.2 **Administrativas**

Técnicas: Las habilidades técnicas constituyen la capacidad de aplicar el conocimiento especializado o experiencia.

Humanas: La capacidad de trabajar con otras personas, comprenderlas y motivarlas, tanto individualmente como en grupos, describe lo que son las habilidades humanas.

Conceptuales: Los administradores deben tener la capacidad mental de analizar y diagnosticar situaciones complejas. Éstas son las habilidades conceptuales.

7.17 Proyección De Ventas

Ventas	Sala	Ingreso	Ventas	BAR	Ingreso	Total Mes
Mes 1	2	\$ 300.000	Mes 1	1	\$ 50.000	\$ 350.000
Mes 2	3	\$ 450.000	Mes 2	2	\$ 100.000	\$ 550.000
Mes 3	5	\$ 750.000	Mes 3	4	\$ 200.000	\$ 950.000
Mes 4	7	\$ 1.050.000	Mes 4	6	\$ 300.000	\$ 1.350.000
Mes 5	10	\$ 1.500.000	Mes 5	8	\$ 400.000	\$ 1.900.000
Mes 6	12	\$ 1.800.000	Mes 6	10	\$ 500.000	\$ 2.300.000
Mes 7	16	\$ 2.400.000	Mes 7	12	\$ 600.000	\$ 3.000.000

Mes 8	21	\$ 3.150.000	Mes 8	16	\$ 800.000	\$ 3.950.000
Mes 9	24	\$ 3.600.000	Mes 9	20	\$ 1.000.000	\$ 4.600.000
Mes 10	28	\$ 4.200.000	Mes 10	24	\$ 1.200.000	\$ 5.400.000
Mes 11	32	\$ 4.800.000	Mes 11	28	\$ 1.400.000	\$ 6.200.000
Mes 12	40	\$ 6.000.000	Mes 12	32	\$ 1.600.000	\$ 7.600.000
Total	109	\$ 30.000.000	Total	88	\$ 4.400.000	\$ 38.150.000

7.18 Política de cartera

No aplica para la compañía dado que las ventas se realizan con pagos de contado.

7.19 Presupuesto plan de Mercado

MEDIO	CANTI DAD	PRE CIO
Impresión de Volantes	1000	\$250 .000
Campaña en Facebook	1 mes	\$180 .000
Perifoneo	4 días	\$200 .000
TOTAL	-	\$630 .000

8 ESTUDIO FINANCIERO Y CONTABLE

8.1 Objetivo

El objetivo se fija en la búsqueda de la medición de la rentabilidad de la empresa a través de sus resultados y en la realidad y liquidez de su situación financiera, para poder determinar su estado actual y predecir su evolución en el futuro.

8.2 Proyección de Ingresos

Ventas en \$ Año	Juego de Sala	Bar	Total Mes
Mes 1	\$ 300.000	\$ 50.000	\$ 350.000
Mes 2	\$ 450.000	\$ 100.000	\$ 550.000
Mes 3	\$ 750.000	\$ 200.000	\$ 950.000
Mes 4	\$ 1.050.000	\$ 300.000	\$ 1.350.000
Mes 5	\$ 1.500.000	\$ 400.000	\$ 1.900.000
Mes 6	\$ 1.800.000	\$ 500.000	\$ 2.300.000
Mes 7	\$ 2.400.000	\$ 600.000	\$ 3.000.000
Mes 8	\$ 3.150.000	\$ 800.000	\$ 3.950.000
Mes 9	\$ 3.600.000	\$ 1.000.000	\$ 4.600.000
Mes 10	\$ 4.200.000	\$ 1.200.000	\$ 5.400.000
Mes 11	\$ 4.800.000	\$ 1.400.000	\$ 6.200.000
Mes 12	\$ 6.000.000	\$ 1.600.000	\$ 7.600.000
Total	\$ 30.000.000	\$ 8.150.000	\$ 38.150.000

8.3 Proyección de Egresos

Flujo de Fondos	Ingresos por Ventas	Egresos por Compras M.P.	Egresos Sueldos y Cargas							Otros			Total Egresos Operativos
			Producción	Administración	Comerciales	Prestaciones	Auxilio Transporte	Bonificaciones	Subtotal Sueldos y Cargas	Otros Gastos de Producción	Otros Gastos de Adm. Y Ventas	Préstamos	
Mes 1	\$ 350.000	\$ 420.000	\$ 1.562.484	\$ 1.562.484	\$ 781.242	\$ 781.242	\$ 441.055	\$ 800.000	\$ 5.928.507	\$ 110.000	\$ 10.000	\$ 197.743	\$ 6.666.250
Mes 2	\$ 550.000	\$ 370.000	\$ 1.562.484	\$ 1.562.484	\$ 781.242	\$ 781.242	\$ 441.055	\$ 800.000	\$ 5.928.507	\$ 85.000	\$ -	\$ 197.743	\$ 6.581.250
Mes 3	\$ 950.000	\$ 715.000	\$ 1.562.484	\$ 1.562.484	\$ 781.242	\$ 781.242	\$ 441.055	\$ 800.000	\$ 5.928.507	\$ 130.000	\$ 10.000	\$ 197.743	\$ 6.981.250
Mes 4	\$ 1.350.000	\$ 596.105	\$ 1.562.484	\$ 1.562.484	\$ 781.242	\$ 781.242	\$ 441.055	\$ 800.000	\$ 5.928.507	\$ 130.000	\$ 10.000	\$ 197.743	\$ 6.862.355
Mes 5	\$ 1.900.000	\$ 950.000	\$ 1.562.484	\$ 1.562.484	\$ 781.242	\$ 781.242	\$ 441.055	\$ 800.000	\$ 5.928.507	\$ 130.000	\$ -	\$ 197.743	\$ 7.206.250
Mes 6	\$ 2.300.000	\$ 612.054	\$ 1.562.484	\$ 1.562.484	\$ 781.242	\$ 781.242	\$ 441.055	\$ 800.000	\$ 5.928.507	\$ 130.000	\$ 10.000	\$ 197.743	\$ 6.878.304
Mes 7	\$ 3.000.000	\$ 472.346	\$ 1.562.484	\$ 1.562.484	\$ 781.242	\$ 781.242	\$ 441.055	\$ 800.000	\$ 5.928.507	\$ 130.000	\$ 10.000	\$ 197.743	\$ 6.738.596
Mes 8	\$ 3.950.000	\$ 867.412	\$ 1.562.484	\$ 1.562.484	\$ 781.242	\$ 781.242	\$ 441.055	\$ 800.000	\$ 5.928.507	\$ 130.000	\$ 10.000	\$ 197.743	\$ 7.133.662
Mes 9	\$ 4.600.000	\$ 748.950	\$ 1.562.484	\$ 1.562.484	\$ 781.242	\$ 781.242	\$ 441.055	\$ 800.000	\$ 5.928.507	\$ 110.000	\$ -	\$ 197.743	\$ 6.985.200
Mes 10	\$ 5.400.000	\$ 647.806	\$ 1.562.484	\$ 1.562.484	\$ 781.242	\$ 781.242	\$ 441.055	\$ 800.000	\$ 5.928.507	\$ 130.000	\$ 10.000	\$ 197.743	\$ 6.914.056
Mes 11	\$ 6.200.000	\$ 924.711	\$ 1.562.484	\$ 1.562.484	\$ 781.242	\$ 781.242	\$ 441.055	\$ 800.000	\$ 5.928.507	\$ 130.000	\$ 10.000	\$ 197.743	\$ 7.190.961
Mes 12	\$ 7.600.000	\$ 1.347.222	\$ 1.562.484	\$ 1.562.484	\$ 781.242	\$ 781.242	\$ 441.055	\$ 800.000	\$ 5.928.507	\$ 130.000	\$ 10.000	\$ 197.743	\$ 7.613.472
Total	\$ 38.150.000	\$ 8.671.606	\$ 18.749.808	\$ 18.749.808	\$ 9.374.904	\$ 9.374.904	\$ 5.292.660	\$ 9.600.000	\$ 71.142.084	\$ 1.475.000	\$ 90.000	\$ 2.372.916	\$ 83.751.606

8.4 Capital Humano

CARGO	SALARIO BÁSICO	AUX. TRANSPORTE	TOTAL
Gerente	\$ 781.242	\$ 88.211	\$ 869.453
Asistente Administrativo	\$ 781.242	\$ 88.211	\$ 869.453
Asesor Comercial	\$ 781.242	\$ 88.211	\$ 869.453
Jefe de Producción	\$ 781.242	\$ 88.211	\$ 869.453
Auxiliar de Producción	\$ 781.242	\$ 88.211	\$ 869.453

8.5 Fuentes de financiación

Préstamo de libre inversión solicitado al Banco de Occidente.

8.6 Monto de préstamo

El monto solicitado para la financiación es de \$5.000.000

8.7 Plazo

El plazo mediante el cual se acuerdo el pago total de la deuda es de 36 meses.

8.8 Amortización

Escriba los valores	
Importe del préstamo	\$5,000,000.00
Interés anual	24.60 %
Período del préstamo en años	3
Número de pagos anuales	12
Fecha inicial del préstamo	1/9/2018
Pagos extra opcionales	

Resumen del préstamo	
Pago programado	\$197,742.88
Número de pagos programados	36
Número real de pagos	36
Total de adelantos	\$0.00
Interés total	2118743.83

Entidad financiera: Banco de Occidente

Pago N°	Fecha del pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago extra	Pago total	Capital	Intereses	Saldo final
1	1/10/2018	\$5,000,000.00	\$197,742.88		\$197,742.88	\$95,242.88	\$102,500.00	\$4,904,757.12
2	1/11/2018	\$4,904,757.12	\$197,742.88		\$197,742.88	\$97,195.36	\$100,547.52	\$4,807,561.75
3	1/12/2018	\$4,807,561.75	\$197,742.88		\$197,742.88	\$99,187.87	\$98,555.02	\$4,708,373.88
4	1/1/2019	\$4,708,373.88	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$101,221.22	\$96,521.66	\$4,607,152.66
5	1/2/2019	\$4,607,152.66	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$103,296.25	\$94,446.63	\$4,503,856.41
6	1/3/2019	\$4,503,856.41	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$105,413.83	\$92,329.06	\$4,398,442.58
7	1/4/2019	\$4,398,442.58	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$107,574.81	\$90,168.07	\$4,290,867.77
8	1/5/2019	\$4,290,867.77	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$109,780.09	\$87,962.79	\$4,181,087.68
9	1/6/2019	\$4,181,087.68	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$112,030.59	\$85,712.30	\$4,069,057.09
10	1/7/2019	\$4,069,057.09	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$114,327.21	\$83,415.67	\$3,954,729.88
11	1/8/2019	\$3,954,729.88	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$116,670.92	\$81,071.96	\$3,838,058.95
12	1/9/2019	\$3,838,058.95	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$119,062.68	\$78,680.21	\$3,718,996.28
13	1/10/2019	\$3,718,996.28	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$121,503.46	\$76,239.42	\$3,597,492.82
14	1/11/2019	\$3,597,492.82	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$123,994.28	\$73,748.60	\$3,473,498.54
15	1/12/2019	\$3,473,498.54	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$126,536.16	\$71,206.72	\$3,346,962.37
16	1/1/2020	\$3,346,962.37	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$129,130.16	\$68,612.73	\$3,217,832.22
17	1/2/2020	\$3,217,832.22	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$131,777.32	\$65,965.56	\$3,086,054.89
18	1/3/2020	\$3,086,054.89	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$134,478.76	\$63,264.13	\$2,951,576.13
19	1/4/2020	\$2,951,576.13	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$137,235.57	\$60,507.31	\$2,814,340.56
20	1/5/2020	\$2,814,340.56	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$140,048.90	\$57,693.98	\$2,674,291.66
21	1/6/2020	\$2,674,291.66	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$142,919.91	\$54,822.98	\$2,531,371.75
22	1/7/2020	\$2,531,371.75	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$145,849.76	\$51,893.12	\$2,385,521.99
23	1/8/2020	\$2,385,521.99	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$148,839.68	\$48,903.20	\$2,236,682.31
24	1/9/2020	\$2,236,682.31	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$151,890.90	\$45,851.99	\$2,084,791.41
25	1/10/2020	\$2,084,791.41	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$155,004.66	\$42,738.22	\$1,929,786.75
26	1/11/2020	\$1,929,786.75	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$158,182.26	\$39,560.63	\$1,771,604.49
27	1/12/2020	\$1,771,604.49	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$161,424.99	\$36,317.89	\$1,610,179.50
28	1/1/2021	\$1,610,179.50	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$164,734.20	\$33,008.68	\$1,445,445.30
29	1/2/2021	\$1,445,445.30	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$168,111.26	\$29,631.63	\$1,277,334.04
30	1/3/2021	\$1,277,334.04	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$171,557.54	\$26,185.35	\$1,105,776.50
31	1/4/2021	\$1,105,776.50	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$175,074.47	\$22,668.42	\$930,702.04
32	1/5/2021	\$930,702.04	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$178,663.49	\$19,079.39	\$752,038.55
33	1/6/2021	\$752,038.55	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$182,326.09	\$15,416.79	\$569,712.45
34	1/7/2021	\$569,712.45	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$186,063.78	\$11,679.11	\$383,648.67
35	1/8/2021	\$383,648.67	\$197,742.88	\$0.00	\$197,742.88	\$189,878.09	\$7,864.80	\$193,770.59
36	1/9/2021	\$193,770.59	\$197,742.88	\$0.00	\$193,770.59	\$189,798.29	\$3,972.30	\$0.00

8.9 Interés

El interés que se maneja con el Banco de Occidente actualmente es de 24.60%

8.10 Balance General

ECONESTILO FREE				
Activo			Pasivo	
Caja	\$	10.000.000	Proveedores	\$ -
Créditos	\$	5.000.000	Sueldos y Cargas	\$ 5.928.507
Productos Terminados	\$	1.445.725	Impuesto a Pagar	\$ -
Materias Primas	\$	8.671.606	Pasivo Corriente	\$ 5.928.507
Activo Corriente	\$	25.117.331		
			Prestamos	\$ 5.000.000
			Pasivo No Corriente	\$ 10.000.000
			TOTAL PASIVO	\$ 15.928.507
Bienes de Uso	\$	16.000.000	Patrimonio Neto	
Amortización B. de U.	-\$	1.800.000	Capital	\$ 3.000.000
Activo No Corriente	\$	14.200.000	Resultado	\$ 3.000.000
Total Activo	\$	39.317.331	Total Pasivo + PN	\$ 18.928.507

8.11 Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS	
Ventas	
(+) Ventas de Contado	\$ 20.750.000
(+) Ventas de Crédito	\$ -

TOTAL VENTAS	\$ 20.750.000
Costo de Ventas	
(+) Gastos durante el periodo	\$ 1.475.000
(+) Salarios	\$ 13.200.000
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$ 14.675.000
Utilidad Bruta	\$ 6.075.000
Gastos Generales	\$ 1.200.000
Impuestos	\$ -
Utilidad Neta	\$ 4.875.000

8.12 Valor Presente Neto

MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
\$ (5.000.000)	\$ 350.000	\$ 550.000	\$ 950.000	\$ 1.350.000	\$ 1.900.000	\$ 2.300.000
12%						

$$-5000000 + \frac{350000}{(1+12\%)} + \frac{550000}{(1+12\%)^2} + \frac{950000}{(1+12\%)^3} + \frac{1350000}{(1+12\%)^4} + \frac{1900000}{(1+12\%)^5} + \frac{2300000}{(1+12\%)^6}$$

VPN =

$$-5000000 + \frac{350000}{(1+12\%)} + \frac{550000}{(1+12\%)^2} + \frac{950000}{(1+12\%)^3} + \frac{1350000}{(1+12\%)^4} + \frac{1900000}{(1+12\%)^5} + \frac{2300000}{(1+12\%)^6}$$

$$-5000000 + 42000 + 66000 + 114000 + 162000 + 228000 + 276000$$

VPN =

$$-5000000 + 42000 + 66000 + 114000 + 162000 + 228000 + 276000$$

$$-5000000 + 888000 - 5000000 + 888000$$

VPN =

$$-4112000 - 4112000$$

VPN =

8.13 Tasa interna de retorno

Ventas en \$ Año	Cobros	Pagos	Total Mes
Mes 1	\$ 350.000	\$ 6.666.250	(\$ 6.316.250)
Mes 2	\$ 550.000	\$ 6.581.250	(\$ 6.031.250)
Mes 3	\$ 950.000	\$ 6.981.250	(\$ 6.031.250)
Mes 4	\$ 1.350.000	\$ 6.862.355	(\$ 5.512.355)
Mes 5	\$ 1.900.000	\$ 7.206.250	(\$ 5.306.250)
Mes 6	\$ 2.300.000	\$ 6.878.304	(\$ 4.578.304)
Mes 7	\$ 3.000.000	\$ 6.738.596	(\$ 3.738.596)
Mes 8	\$ 3.950.000	\$ 7.133.662	(\$ 3.183.662)
Mes 9	\$ 4.600.000	\$ 6.985.200	(\$ 2.385.200)
Mes 10	\$ 5.400.000	\$ 6.914.056	(\$ 1.514.056)
Mes 11	\$ 6.200.000	\$ 7.190.961	(\$ 990.961)
Mes 12	\$ 7.600.000	\$ 7.613.472	(\$ 13.472)
Total	\$ 38.150.000	\$ 83.751.606	(\$ 45.601.606)

9. Conclusiones

- ✓ El producto es único en el mercado, lo que significa una ventaja de cara al consumidor; sin embargo, requiere campañas publicitarias que resalten las características favorables y más relevantes de los productos.
- ✓ Un producto que sea amigable con el medio ambiente centra la atención de consumidores influyentes como personajes de la política, farándula, entre otros. Por lo que, es necesario garantizar las materias primas para una posible expansión del mercado.
- ✓ El proceso de fabricación de los productos debe garantizar que realmente es amigable con el medio ambiente, y no solo centrarse en el uso de materias primas reciclables. Por lo que el proyecto contempla procesos manuales que no impliquen el uso desmedido de energía y agua.
- ✓ La implementación de las redes sociales contribuye al conocimiento por parte de los clientes de las regiones que buscan ser impactadas inicialmente.

10. Bibliografía

2016, I. f. (n.d.). <http://www.colombina.com/corporativo/inversionistas.php#informacionfinanciera>.

costos, I. p. (n.d.). <http://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2012/12/02/ideas-practicas-para-reducir-costos/>.

Davis, K., & Newstrom, J. W. (2000). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. In .. 1. Hill,
Comportamiento Humano en el Trabajo.

Fenchurch Street, L. (2017). *Irqa*. From Irqa: <http://www.Irqa.es/certificaciones/iso-9001-norma-calidad/>

FRANKLIN, E. B. (2012). *Gestiopolis*. From
<https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>

<http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com.co/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.htm>
I. (n.d.).

<http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com.co/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.htm>
I. (n.d.).

<http://www.wordreference.com/definicion/eficiente>. (n.d.).