

OPCION DE GRADO III

SHARK TOOLS



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

Jorge Luis Santodomingo Navarro

José David García Nova

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

BOGOTA D.C

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACION.....	1
1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA	2
1.1 Descripción del Negocio	2
1.2 Objetivo General	2
1.3 Objetivos Específicos.....	2
1.4 Marco Legal.....	3
1.5 Misión (Identidad Estratégica)	4
1.6 Visión (Futuro Preferido).....	4
1.7 Valores	4
1.8 Análisis Pestel	5
1.9 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	8
1.10 Fuerzas Inductoras (Oportunidades y Fortalezas).....	10
1.11 Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas)	11
1.12 Cadenas de Valor	11
1.13 Estrategia Competitiva (Componente Innovador)	13
2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	14
2.1 Objetivo del Estudio Administrativo	14
2.2 Definición de la Estructura Organizacional /Variables Estratégicas	14
2.3 Organigrama	14
2.4 Tamaño de La Empresa /Cadena de Valor	18
2.5 Normatividad /Estudio Legal.....	18
2.6 Recurso Humano /Perfiles /Manual de Funciones/	18
2.7 Costos Administrativos	33
2.8 Tipos de Contratación.....	33
2.9 Gastos de Personal.....	35
2.10 Gastos de puesta en Marcha	35
3. ESTUDIO TECNICO	36
3.1 Objetivos del estudio Técnico.....	36
3.2 Ficha técnica del Producto (B/S).....	38
3.3 Descripción del Proceso.....	45
3.4 Procedimientos	45

3.5	Infraestructura (Áreas Requeridas)	45
3.6	Mapa y/o Plano	46
3.7	Maquinaria y equipo	47
3.8	Muebles y Enseres	49
3.9	Herramientas	49
3.10	Materias Primas e Insumos	50
3.11	Equipo de Comunicación y Computación	50
3.12	Plan de Producción	51
3.13	Plan de compras	51
3.14	Costos de Producción	52
3.15	Costos Fijos	52
3.16	Costos Variables	52
3.17	Costos Unitarios	53
3.18	Punto de Equilibrio	53
3.19	Impactos del proyecto	54
4.	ESTUDIO LEGAL	54
4.1	Objetivo del Estudio Legal	54
4.2	Marco legal	54
4.3	Concepto de empresa	55
4.4	Clasificación de las My Pimes	55
4.5	Clasificación internacional de actividades económicas (ciiu)	56
4.6	Clasificación de las sociedades	56
4.7	Constitución legal	57
4.8	Registro único tributario (RUT)	58
4.9	Requisitos del registro mercantil	58
4.10	Resolución de Facturación DIAN	59
4.11	Obligaciones de registro	59
4.12	Revisión técnica de seguridad (bomberos)	60
4.13	Normas sanitarias y de salud (Secretaria de Salud)	61
4.14	Normas de fabricación de alimentos y medicamentos (Invima)	61
4.15	Normatividad ambiental (Secretaria de Ambiente)	61
4.16	Contratación personal	62

4.17	Contratación de clientes y proveedores	63
4.18	Normas Tributarias.....	65
5.	DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT	66
5.1	Stake Holders.....	66
5.2	Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)	66
5.3	Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)	66
5.4	Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis).....	67
5.5	Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis).....	67
5.6	Mercado.....	67
5.6.1	Identificación de TAM, SAM y TM	67
6	ESTUDIO DE MERCADOS	68
6.1	Objetivos del Estudio del Mercado.....	68
6.2	Segmentación.....	79
6.3	Metodología del Estudio de Mercado	79
6.4	Análisis Concluyente	79
7	PLAN DE MARKETING	82
7.1	Estrategia de Producto.....	83
7.2	Estrategia de Precio.....	84
7.3	Estrategia de Publicidad	84
7.4	Desarrollo de Marca.....	84
7.5	Marca.....	84
7.6	Logo	85
7.7	Slogan.....	85
7.8	Ventaja competitiva	85
7.9	Ventaja comparativa	86
7.10	Estrategia de Promoción	86
7.11	Campaña Publicitaria	87
7.12	Estrategia de Distribución.....	87
7.13	Canales.....	87
7.14	Logística.....	88
7.15	Ejecución Comercial	88
7.16	Habilidades Comerciales y Administrativas	88

7.17	Proyección de ventas	89
7.18	Política de Cartera.....	89
7.19	Presupuesto del plan de Mercado	90
8	ESTUDIO FINANCIERO Y CONTABLE.....	90
8.1	Objetivo del Estudio Financiero	90
8.2	Proyección de Ingresos.....	91
8.3	Proyección de Egresos.....	91
8.4	Flujo de Caja	92
8.5	Capital de trabajo.....	93
8.6	Fuentes de Financiación /Apalancamiento.....	94
8.7	Monto del préstamo.....	95
8.8	El plazo	96
8.9	La amortización.....	96
8.10	El interés.....	96
8.11	Balance de General.....	97
8.12	Estado de Pérdidas y Ganancias- NO PAT	98
8.13	Indicadores Financieros	98
8.14	Valor Presente Neto (VPN)	100
8.15	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	100
8.16	Tasa de Cambio	100
8.17	Análisis Financiero	101
	Conclusiones.....	101
	Bibliografía.....	101

INTRODUCCIÓN

Este proyecto es realizado con el fin de tener una base de cómo se puede crear una empresa, los requisitos para esta, y la tramitación que se debe tramitar para la misma.

La idea es que comprendamos que una empresa no solo es un sitio de trabajo, sino que también es una familia, una comunidad que presta un servicio a la sociedad y a su vez todos y cada uno de los que la conforman. En este trabajo se puede apreciar aspectos muy importantes acerca de una empresa y como un proyecto que puede empezar como algo básico puede crecer y prosperar si sabe administrar y llevar una buena contabilidad, convirtiéndose en un imperio capaz de generar trabajo a muchas personas y produciendo bienes y servicios.

La elaboración de este proyecto es para hacer realidad un sueño, para generar empleo a mi propia familia y poder darle un buen manejo a esta meta.

JUSTIFICACION

El propósito de nuestra ferretería es ofrecerle al consumidor diferentes opciones de compra de nuestros productos, también ofreciendo no solo en calidad sino en precio, disponibilidad, facilidad de adquisición y una experiencia única en el conocimiento y manejo de nuestro producto además le brindamos una oportunidad de crecimiento para su negocio con nuestro sistema de mercancía.

1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA

1.1 Descripción del Negocio

Somos una micro Empresa que se dedica a la venta de herramientas y tornillerías al menor y al por mayor, La idea nace de una necesidad economía, y al ver un mercado con mucha demanda y que genera una rentabilidad considerablemente buena.

CARACTERISTICAS:

Es una de las empresas proveedora de artículos de ferretería de mayor importancia es por ello que nos importa la atención personalizada y directa a nuestro cliente.

Las características más importantes de nuestra empresa radican en la seguridad y la confianza que generamos, somos una empresa seria que se rige la satisfacción total y la garantía de un excelente servicio. la infinita variedad de productos y un stock amplio y constantemente renovado son elementos relevantes que indican la disposición inmediata que podemos otorgarle de casi cualquier producto relacionado con la rama.

1.2 Objetivo General

Generar utilidades y posicionarnos como uno de los mejores centros ferreteros de Bogotá

1.3 Objetivos Específicos

- Aumentar en 12 meses el inventario en un 30% con respecto al inicial.
- aumentar las ventas en 10% con referencia al mes inicial.
- manejar una fuerza de ventas de 2 asesores mostrador y un asesor externo por cada punto.
- lograr ventas de 30 millones mensuales con una rentabilidad del 50%.

- Tener en 4 años los mismos porcentajes de crecimiento, pero en 4 puntos de venta diferentes a los ya establecidos.
- Tener un crecimiento de ventas de un 30% respecto a los años anteriores.

1.4 Marco Legal

SHARK TOOLS es una sociedad por acciones simplificada, de carácter comercial vinculada a la superintendencia de industria y comercio de conformidad por lo establecido por las leyes, resoluciones y artículos aquí establecidos.

* Leyes Ley 1231 de 2008. Por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones. Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000. Publicada en el Diario Oficial No. 45.628. Marco normativo de la Promoción de la MiPymes en Colombia.

* Resoluciones Resolución 0001 del 14 de febrero de 2008 del Consejo Superior de Microempresa. Por la cual se adoptan los estatutos internos del Consejo Superior de Microempresa. Resolución 0002 del 2 de abril de 2008 del Consejo Superior de Microempresa. Por la cual se adoptan los elementos del plan de acción del Sistema Nacional de apoyo a las MiPymes - Microempresa - por parte del Consejo Superior de Microempresa.

El artículo 33 de la Constitución Política de Colombia enmarca la actividad económica y la iniciativa privada bajo el principio de la libertad y dentro de los límites del bien común.

1.5 Misión (Identidad Estratégica)

Somos una organización especializada en el sector ferretero que trabaja para satisfacer las necesidades, deseos o expectativas de nuestros clientes a través de diversos servicios, teniendo amplio portafolio de productos con las mejores marcas, excelente calidad, precios competitivos a través de un equipo humano altamente capacitado, trabajando cada día por ser líderes en el mercado proyectándonos con dinamismo a nuestra comunidad.

1.6 Visión (Futuro Preferido)

Ser en el 2023 una empresa líder en el sector ferretero en el departamento de Cundinamarca, buscando superar las expectativas de nuestros clientes, proyectándonos como una compañía competitiva que sea de gran aporte para el crecimiento económico de nuestra región.

1.7 Valores

Calidad: que los diferentes productos o servicios ofrecidos sean de excelencia.

Comunicación: en tanto se toma la comunicación como un valor fundamental se intenta que las relaciones y conexiones dentro de los miembros de la empresa y con los clientes sea fluida y sincera.

Trabajo en equipo: la integración de cada uno de miembros de la empresa al grupo laboral, que sean promovidos mejores resultados gracias a un ambiente positivo. para ello es elemental la participación de los distintos miembros de la empresa en diversos ámbitos.

Esfuerzo: valor, fuerza, ánimo o energía para alcanzar los objetivos de la compañía.

Excelencia: La calidad llevada al máximo eso es la excelencia. Si nos exigimos lo mejor, podremos dar lo mejor y que un cliente y un empleado vean que les ofrecemos algo excelente les impulsará a quedarse con nosotros.

1.8 Análisis Pestel



P= POLITICA

El sector de las Ferreterías en Colombia no ha tenido un comportamiento estable en los últimos años. De un 2007 generoso, el mercado entraba a un prometedor 2008 que terminó por convertirse en el despertar de la desaceleración actual. Algunas de las razones para dicha situación saltan a la vista: la desaceleración económica mundial y la caída de las llamadas “pirámides”. Hechos que han contribuido negativamente a la actual situación de las Ferreterías.

En diciembre de 2005, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), publicaba Muestra Mensual de Comercio al por Menor. En ella aparecían las cifras del comportamiento de los sectores minoristas, entre los que se encuentran las Ferreterías. Según este informe, las Ferreterías se encontraban en el cuarto lugar de los segmentos de ventas del comercio al por menor, con un 19,65% del mercado. Las superaba la venta de automóviles, electrodomésticos y los equipos y muebles para oficinas.

Para diciembre de 2006 el panorama continuaba siendo alentador. El sector de las Ferreterías figuraba en el grupo de los que crecieron 11,45% frente al año anterior.

Cabe anotar que para ese entonces la economía colombiana continuaba fuerte. (dane, 2005)

E= ECONOMICO

El jalonamiento que produzca el sector constructor será fundamental para el sector ferretero. De acuerdo con Anif, el 2013 es la oportunidad para que el Gobierno del presidente Juan Manuel Santos le dé vía libre a los grandes proyectos de infraestructura (vial, vivienda y portuaria), que hasta hoy han sido proyectos. La construcción ha tenido un crecimiento sostenido en los últimos dos años. Otro de los factores de primer orden será la locomotora minera, en la medida en que genera materias primas importantes.



S= SOCIO-CULTURAL

El 2017 fue, sin duda, un año complejo para la economía colombiana: año donde confluyeron tanto factores positivos como negativos. Como factores favorables está el inicio de la ejecución de los proyectos de infraestructura; los avances en el proceso de

paz; el desarrollo de proyectos de inversión productiva que mantuvo la tasa de inversión alrededor del 30% del PIB; el reconocimiento de inversionistas nacionales e internacionales a Colombia como un país con alto potencial lo que le permitió conservar el grado de inversión, y, la discusión de reformas estructurales que no dan espera, como son las desarrolladas en el marco de la misión rural y la comisión de expertos para la equidad y competitividad tributaria. (wikipedia, 2009)

T= TECNOLÓGICOS

Hoy en día nadie pone en duda que los clientes tienen una mejor experiencia en aquellos puntos de venta que usan soluciones tecnológicas para asistirlos en su compra. Cada vez es más necesario poder acompañar las técnicas de ventas tradicionales que utilizan nuestros vendedores con la tecnología, porque nos facilita y optimiza la relación con nuestros clientes ofreciendo un valor añadido al establecimiento.

Cuando hablamos de tecnología aplicada al punto de venta, no solo nos referimos a la capacidad y rapidez de las computadoras actuales, sino al software empresarial que utilizará la empresa para gestionar su negocio.

No podemos ver el punto de venta, bodega, contabilidad y finanzas utilizando software o módulos independientes, y que generan información cada uno por su parte. Al ser independientes entre sí, la información que se tiene en las diferentes áreas puede ser diferente e inconsistente en montos y tiempos, lo cual no permite tener una visión completa y sincronizada de lo que acontece en la empresa y poder tomar decisiones correctas con la información brindada.

1.9 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

EL PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

Se tiene un poder de negociación fuerte con los proveedores ya que nos dan un buen precio de adquisición de producto frente a los demás competidores y nos darán exclusividad en cuanto a la marca, tampoco afectaría el precio que nosotros creamos convenientes para nuestro negocio.

Principales proveedores

- Mundial de tornillos
- Sumatec
- Tornillos y partes

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

El nicho de mercado que hay en la zona del Carvajal donde se va a empezar el negocio es muy competitivo y muy fuerte pero no cuentan con los beneficios que nosotros tenemos resaltando el sistema de compra de franquicias, sistema de mercancía en consignación, entrega rápida y buen precio.

Principales competidores

- ferretería rino
- dester
- ilumec

PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES

Los compradores de esta industria tienen poder de negociación ya que son productos que acaparan el mercado o el sector de la construcción en cuanto a la tornillería como la herramienta este tiene un nivel de compra alto y se manejarían diferentes rangos de precios en función de su poder de negociación.

AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES

En este sector o en este gremio siempre van a existir entrada de nuevos competidores ya que es un producto muy rentable que puede dejar un margen de ganancias hasta de un **400%** con los beneficios de venta de franquicias, mercancía en consignación y despacho rápido acaparando el mercado de forma que sea beneficioso para nosotros.

AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Existen diferentes productos que pueden sustituir a otro por eso mostramos una gama de productos superiores en cuanto a marca, empaque, presentación de herramientas y tornillos la cual no tengan una sola función sino varias que las ya conocidas.

1.10 Fuerzas Inductoras (Oportunidades y Fortalezas)

OPORTUNIDADES:

- acceso a nuevas tecnologías
- Posicionamiento
- Expansión
- Posibilidades de exportación
- Nuevos productos
- Fidelidad de los clientes
- Excelente ubicación y excelentes vías de acceso

FORTALEZAS:

- variedad de productos
- servicio al cliente
- instalaciones
- tiempos de entrega
- buenos precios (bajos)
- asesoramiento personalizado al cliente
- experiencia y conocimiento
- calidad de la mercancía
- buena reputación

1.11 Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas)

DEBILIDADES:

- No contar con una página web de servicio al cliente
- Poca experiencia en el sector ferretero
- Existe bastante competencia en el sector
- Competencia en precios
- Organización
- Infraestructura limitada

AMENAZAS:

- Mercado saturado
- Alta competencia
- Inflación en los precios
- Cambios en las necesidades y gustos de los consumidores
- Situación económica

1.12 Cadenas de Valor

ABASTECIMIENTO:

Se harán estudios frecuentes a nuestros clientes, para saber tipo de mercancía consumida por cada cliente y cantidades semanales, mensuales y trimestrales.

DESARROLLO TECNOLÓGICO:

Se creará una página, online <http://felicillo2.wixsite.com/myhouse> donde cada cliente de industria, mientras sea cliente activo de nosotros tendrá un usuario para ingresar y poder ver de inmediato información cómo la ficha técnica precisa de los productos que consumen, solamente tendrán acceso a la mercancía que consumen, código del

producto, simulador de cotización, y montar pedido online, seguimiento online de cómo va el proceso de su despacho.

Se manejará una página en Facebook donde nos podrán encontrar como [@herramientadetiburones](#).

RECURSOS HUMANOS:

Se contratará una persona para que reciba los pedidos online y por teléfono, se le pagara un básico más una comisión del 1,5% por cada venta realizada. Esta persona tiene que conocer del producto y tener una excelente atención al cliente, todo el personal de la empresa recibirá mensualmente una capacitación sobre los productos de la empresa. Se tendrá un vendedor externo encargado de visitar a nuestros clientes los cuales tendrán una tarjeta de presentación similar a la siguiente:



Sus funciones serán conseguir nuevos clientes. A este vendedor se le pagará una comisión del 2% por ventas, más el básico más rodamiento adicionalmente por cada cliente nuevo recibirá \$ 50 000 por el primer pedido siempre y cuando complete una venta de mínimo \$ 600 000.

INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA:

Debe analizarse las características de las maquinarias y equipos en cuanto a los siguientes aspectos: capacidad de producción, la fuente de energía que se requiere para el funcionamiento, vida útil de cada una de ellas, peso, tamaño. Costos y fletes, impuestos, costos de instalación, entre otros. Por otro lado, se debe presentar las características de las obras de infraestructura y las construcciones necesarias para la implementación del proyecto

1.13 Estrategia Competitiva (Componente Innovador)

Estudio permanente de las compras de nuestros clientes Con el fin de mantener disponibilidad inmediata y poder clasificar a nuestros clientes según la rentabilidad que aporten a nuestra empresa, esto nos permitirá tener un inventario proporcional al demandado, y por lo mismo se enviara un mensaje indirecto al cliente de excelente servicio, por lo menos para nuestros clientes de industria.

En el desarrollo tecnológico nos permitirá en optimizar comunicación y agilidad con nuestros clientes y van a sentir un servicio más personalizado, adicional de que inconscientemente se van a sentir parte de nuestra empresa al tener un usuario personalizado por cada cliente, la idea de este usuario es crear una dependencia del cliente con nuestra empresa, encontrando información de interés personalizado dirigida a cada cliente por aparte.

Con los incentivos dirigidos hacia los empleados y en especial a la fuerza de ventas es que se sientan motivados a incrementar las ventas y el buen servicio, mantener asesores mucho más capacitados y con conocimientos superiores a los vendedores de nuestra competencia.

En el área logística vamos a tener unidades de empaque, lo cual nos va reducir el tiempo de entrega hasta en un 50%, y en mano de obra lograremos reducir hasta el 50%. Lo cual nos reducirá costos y mejor servicio los cual terminará beneficiando al cliente.

2. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

2.1 Objetivo del Estudio Administrativo

Analizar y enfocar los rumbos que debe llevar la empresa y su crecimiento esto lo manejarán directamente las diferentes direcciones ya que con sus buenos aportes y procesos nos llevarán a ser líderes en el sector ferretero implementando estrategias ganadoras en los diferentes puntos haciendo exhibiciones y demostraciones de los productos que manejamos a la venta y con precios competitivos

2.2 Definición de la Estructura Organizacional /Variables Estratégicas

La estructura organizacional es fundamental en todas las empresas, define muchas características de cómo se va a organizar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras.

2.3 Organigrama

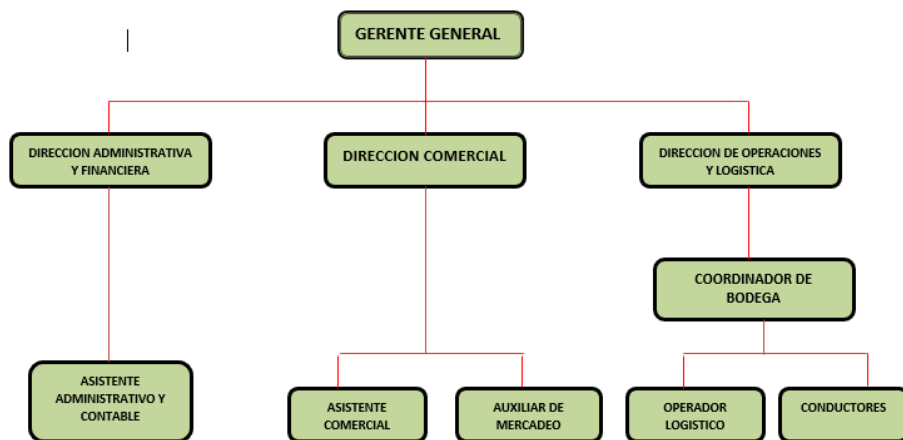


DIAGRAMA DE FLUJO PROCESO DE OPERACIONES Y LOGISTICA	
1	Negociación con los proveedores
2	Llegada de la mercancía a la bodega central
3	Se revisa la mercancía
4	Devolución a proveedor mercancía dañada o incompleta
5	Ingreso al kardex o inventario
6	Distribución y almacenamiento de la mercancía
7	Llega orden de compra
8	Hoja de alistamiento
9	Alistamiento y entrega del pedido
10	Las cantidades y referencias pedidas fueron alistadas
11	Pedido parcial
12	Pedido completo
13	Entregar el pedido al trasportador
14	Cliente

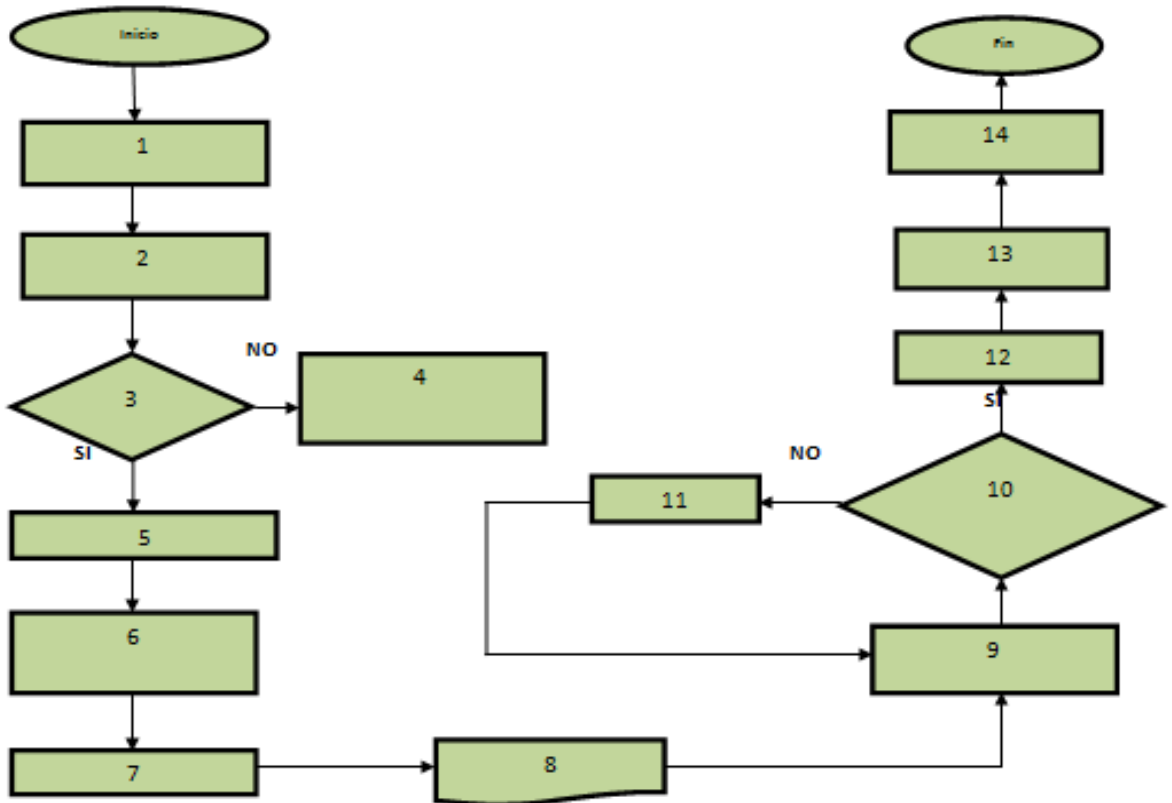




DIAGRAMA DE FLUJO PROCESO COMERCIAL	
1	El asesor realiza visitas a los clientes potenciales de franquicias
2	Información sobre costos, beneficios
3	Condiciones, restricciones, derechos
4	Fechas de entrega de los productos y muebles
5	El cliente desea comprar la franquicia
6	Fin
7	Reunir todos los datos del cliente
8	Base de datos
9	Cobrar pago

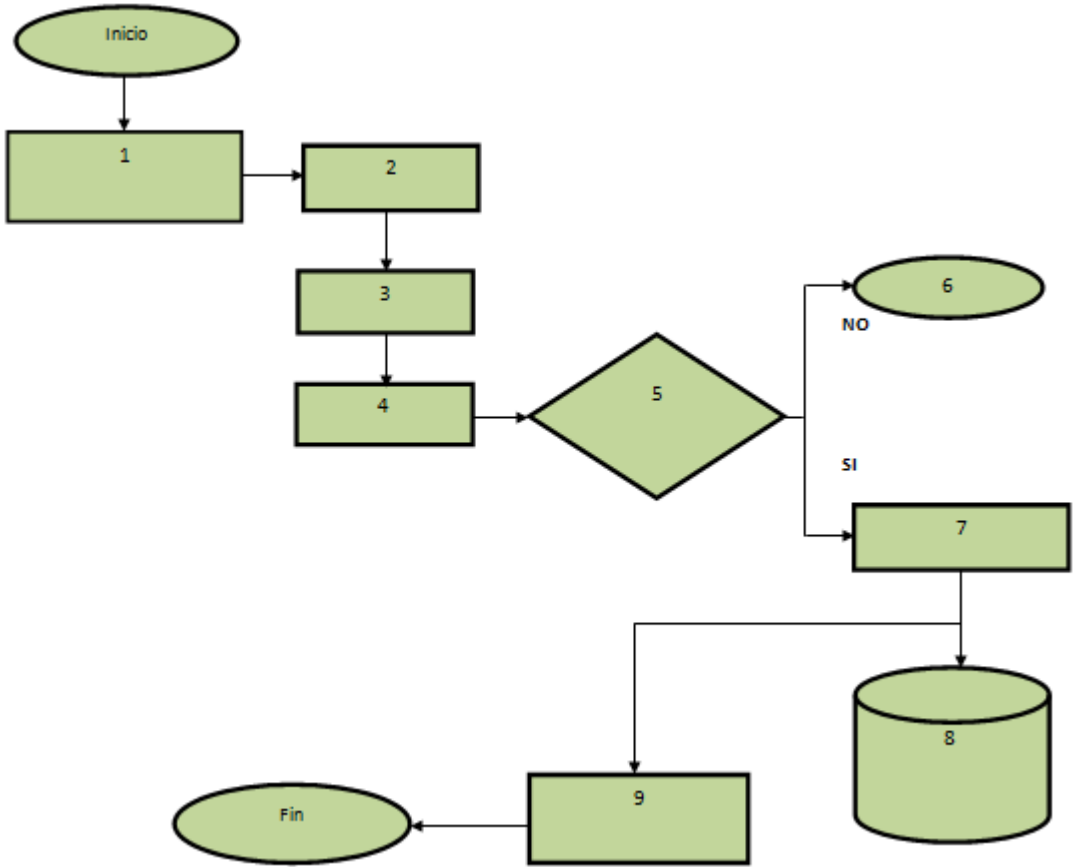
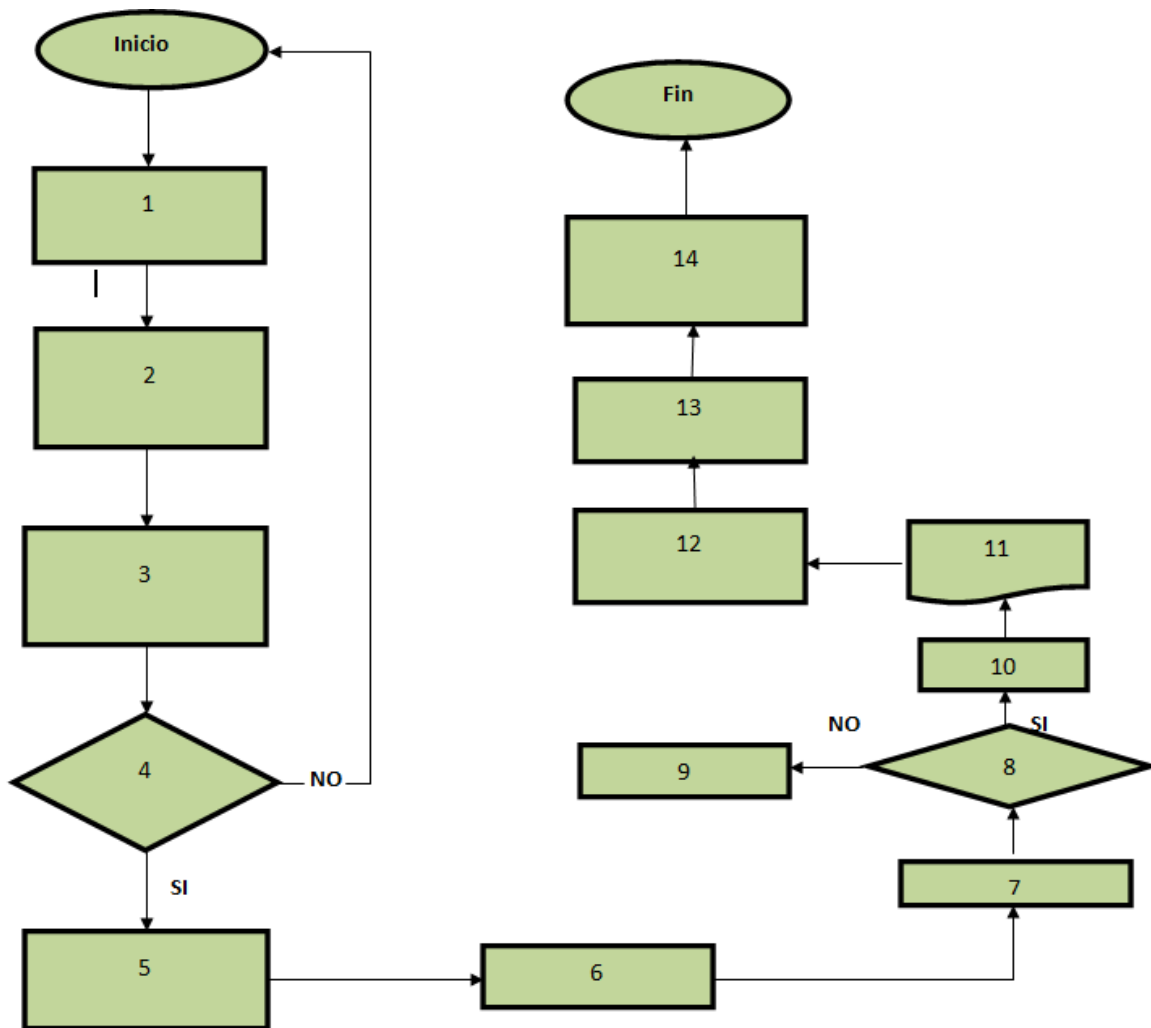


DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	
1	Planeación, objetivos y estrategias
2	Presupuestos, programas y procedimientos
3	Negociaciones empresariales financieras
4	Organizar
5	Departamentalizar, División de trabajo
6	Direccionamiento
7	Toma de decisiones
8	Negociación
9	No hay rentabilidad
10	Venta
11	Facturas
12	Se entrega al departamento de contabilidad
13	Revisión por parte del aux contable
14	Radicación documentos por parte del asistente de admón.



2.4 Tamaño de La Empresa /Cadena de Valor

Micro empresa

2.5 Normatividad /Estudio Legal

con relación a la parte legal de la compañía, se especificó que el tipo de sociedad mas adecuado para la empresa, es la sociedad por acciones simplificada, debido al numero de integrantes que conforman la sociedad y las intenciones que se tienen en cuanto en cuanto a la responsabilidad en el monto de las acciones.

2.6 Recurso Humano /Perfiles /Manual de Funciones/

PERFIL DEL CARGO		
SHARK TOOLS	FECHA: 15/08/2018	VERSIÓN: 1
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO: GERENTE		
AREA / PROCESO : GERENCIAL		
REPORTA A: N/A		
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Establecer las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planificar el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo.		
3. COMPETENCIAS		
3.1. EDUCACION		
profesional en carrera administrativas, preferiblemente con maestría en finanzas o administración de empresas.		
3.2 . FORMACIÓN		
estudios de liderazgo		
3.3. HABILIDADES		
Visión de Negocios • Orientación a Resultados • Planificación estratégica • Liderazgo • Negociación		

<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación efectiva a todo nivel 		
3.4 . EXPERIENCIA		
De 5 a 8 años de experiencia en el cargo o en posiciones similares (Gerente General 5 años u 8 años Gerente de Bodega) relacionadas con el mercado industrial, preferiblemente en el sector ferretero.		
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar y supervisar los reportes financieros, comparando resultados reales con los presupuestados. • Controlar la administración de los recursos monetarios y el cumplimiento de regulaciones en materia tributaria, arancelaria y demás obligaciones legales. • Controlar los costos y rentabilidad de la empresa. • Administrar los presupuestos operacionales y las inversiones de la empresa de acuerdo a lo resuelto por el Directorio. • Gestión de Compras • Controlar los niveles de inventarios. • Gestión financiera estratégica 		
5. RESPONSABILIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Ejercer la representación legal de la Empresa. • Realizar la administración global de las actividades de la empresa buscando su mejoramiento organizacional, técnico y financiero. • Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, políticas e instructivos internos y los establecidos por las entidades de regulación y control. • Participar en reuniones con el Directorio, para analizar y coordinar las actividades de la empresa en general. • Coordinar y controlar la ejecución y seguimiento al cumplimiento del Plan Estratégico . 		
ELABORÓ: JOSE DAVID GARCIA director comercial	REVISÓ: JORGE SANTODOMINGO gerente	V/B. S.G.C:

PERFIL DEL CARGO		FECHA: 15/08/2018	VERSIÓN: 1
SHARK TOOLS			
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
NOMBRE DEL CARGO: DIRECTOR FINANCIERO Y ADMINISTRATIVO			
AREA / PROCESO : FINANCIERA Y ADMINISTRATIVA			
REPORTA A: GERENCIA			
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO			
Apoyar en el análisis del mercado financiero, revisando, observando y examinando la información de productos y servicios, a fin de levantar los informes correspondientes. De acuerdo a los procedimientos establecidos, lineamientos institucionales y normativa vigente.			
3. COMPETENCIAS			
3.1. EDUCACION			
Pregrado: Profesional en Administración, Ingeniería, Finanzas o afines. Postgrado: Masters en Administración o Finanzas			
<ul style="list-style-type: none"> • MBA en Finanzas 			
3.2 . FORMACIÓN			
<ul style="list-style-type: none"> • Finanzas Corporativas, Project Finance, Mercado de Capitales, Compra y Venta de Compañías • Bilingüe Inglés Español 			
3.3. HABILIDADES			
<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades en la originación de negocios • Excelentes habilidades en el manejo de clientes • Excelentes relaciones a nivel gobierno / institucional • Relaciones con el sector financiero • Habilidad en negociación de contratos 			
3.4 . EXPERIENCIA			
5 años de experiencia en entidades financieras, corporaciones financieras.			
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y supervisar el adecuado seguimiento de los procesos para la originación de mandatos de Banca de Inversión • Fortalecer las relaciones comerciales a nivel Gobierno e Institucional • Proceso de modificación/seguimiento al plan comercial estratégico de Bancapital • Identificación y consecución de oportunidades para Bancapital • Revisión y visto bueno de las ofertas de asesoría que son enviadas a los clientes 			

5. RESPONSABILIDADES		
Responsable de la relación con los clientes de Bancapital. Responsable de la conformación del equipo de originación de banca de inversión Responsable de mantener alta la motivación del equipo de originación de banca de inversión		
ELABORÓ: JOSE DAVID GARCIA director comercial	REVISÓ: JORGE SANTODOMINGO gerente	V/B. S.G.C:

PERFIL DEL CARGO		
SHARK TOOLS		FECHA: 15/08/2018
		VERSIÓN: 1
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO: DIRECTOR COMERCIAL		
AREA / PROCESO : COMERCIAL		
REPORTA A: GERENCIA		
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Planear, dirigir y controlar la estrategia comercial, de acuerdo con los objetivos organizacionales, con el fin de cumplir con el presupuesto de ventas y generar retención y desarrollo de los clientes.		
3. COMPETENCIAS		
3.1. EDUCACION		
Especialización en Mercadeo, Ventas, Finanzas, Administración.		
3.2 . FORMACIÓN		
• Titulación universitaria Superior o media, preferentemente Administración de Empresas o similar		

- Estudios de especialización en Marketing/Ventas
- Conocimientos de planificación de estrategias comerciales, canales de distribución, producto-mercado-competencia de su empresa..

3.3. HABILIDADES

- Habilidad persuasora y de negociación
- Flexibilidad mental de criterios
- Orientación al cliente interno/externo
- Facilidad para la obtención y análisis de información
- Pensamiento creativo
- Habilidades sociales
- Tolerancia a la presión
- Visión estratégica

3.4 . EXPERIENCIA

DE 5 A 8 AÑOS EN EMPRESAS DEL SECTOR FERRETERO

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

- Diseñar y desarrollar estrategias tendientes a incrementar la rentabilidad y participación en el mercado nacional e internacional
- Definir las políticas de ventas y distribución.
- Supervisar la planificación y ejecución de las estrategias y acciones de comercialización de la empresa.
- Efectuar el análisis y evaluación de los resultados de los planes de mercadeo y ventas de la empresa.
- Supervisar la rotación de los productos de la empresa.
- Controlar los niveles de cartera.
- Realizar visitas a clientes claves o clientes.

5. RESPONSABILIDADES

presentacion, investigacion de mercado, investigacion de buenas practicas, investigacion de validacion de informacion para toma de decisión en proceso de einversion.

ELABORÓ: JOSE DAVID GARCIA director comercial	REVISÓ: JORGE SANTODOMINGO gerente	V/B. S.G.C:
PERFIL DEL CARGO	FECHA: 15/08/2018	VERSIÓN: 1
SHARK TOOLS		

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO
NOMBRE DEL CARGO: COORDINADOR DE BODEGA
AREA / PROCESO : ADMINISTRATIVA
REPORTA A: DIRECCION DE OPE Y LOGISTICA
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO
Entregar un servicio profesional en la entrega y despacho de materiales para las obras. Asegurando la continuidad operacional de la bodega, como también una oportuna gestión en el abastecimiento y respuesta a los requerimientos de los directores.
3. COMPETENCIAS
3.1. EDUCACIÓN
Título Profesional Universitario en Administración de Empresas. Poseer Curso Técnicas de control de inventarios
3.2 . FORMACIÓN
Formación superior en Administración de empresas o carreras afines.
3.3. HABILIDADES
Liderazgo y Don de Mando Capacidad de planificación y organización Responsabilidad Tolerancia a la presión. Capacidad de Análisis
3.4 . EXPERIENCIA
Experiencia de 2 a 3 años desempeñando funciones similares, provenientes de empresas industriales.
4. RESPONSABILIDADES
tener control total de todas las actividades relacionadas con la misma así como responsabilizarse del control de la calidad de los productos que se encuentran en la bodega; debe estar pendiente del trabajo del personal que se encuentra a su cargo
5. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar todas las labores concernientes a la recepción, almacenaje, custodia de la existencia física, despacho y embarque del Producto Terminado. • Controlar la cantidad y el tipo de productos que está recibándose previo a sualmacenamiento. • Verificar que el producto terminado recibido esté adecuadamente modulado en la bodega. • Ingresar al sistema las entradas y salidas del producto.

- Coordinar el mantenimiento de los equipos que utiliza en su área de trabajo.
- Supervisar los embarques del producto terminado y los despachos para ventas locales.
- Participar activamente en la toma física de inventarios periódicos efectuados por su jefe inmediato y/o auditores externos.
- Velar por la limpieza y el cumplimiento de las normas seguridad en la bodega a su cargo.
- Controlar las actividades del personal de la bodega y el de cuadrilla.
- Preparar reportes actualizados de las existencias en la bodega para ponerlos a consideración de su jefe inmediato.

ELABORÓ: JOSE DAVID GARCIA director comercial	REVISÓ: JORGE SANTODOMINGO gerente	V/B. S.G.C:
PERFIL DEL CARGO	FECHA: 15/08/2018	VERSIÓN: 1
SHARK TOOLS		
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO: CONDUCTOR		
AREA / PROCESO : LOGISTICA		
REPORTA A: DIRECCION DE OPERACIONES Y LOGISTICA		
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
TRANSPORTE Y REPARTO DE MERCANCIA		
3. COMPETENCIAS		
3.1. EDUCACION		
bachiller completo		
3.2 . FORMACIÓN		
PASE DE CONDUCCION Y MANEJO DE MERCANCIA		
3.3. HABILIDADES		
·Expresarse claramente frente al cliente		

·transportar con cuidado la mercancía
 ·ser precavido
SER RESPONSABLE

3.4 . EXPERIENCIA

3 años de experiencia de conductor

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

transportar mercancía de valor
 Mantener su documentación personal al día y portar su carnet de conductor
 Mantener el inventario de equipos e insumos del vehículo.
 Mantener el aseo y cuidado del vehículo y de su equipamiento.

5. RESPONSABILIDADES

asegura la entrega de la mercancía en los plazos establecidos

 asegurar que la mercancía este completa tanto en el cargue como en el descargue
 entregar la mercancía en buen estado

ELABORÓ: JOSE DAVID GARCIA director comercial	REVISÓ: JORGE SANTODOMINGO gerente	V/B. S.G.C:
PERFIL DEL CARGO	FECHA: 23/08/2018	VERSIÓN: 1
SHARK TOOLS		

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: OPERADOR LOGISTICO

AREA / PROCESO : LOGISTICA

REPORTA A: COORDINADOR DE BODEGA

2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

Controlar y Gestionar la Logística y Distribución de mercancías

3. COMPETENCIAS

3.1. EDUCACION

bachiller completo

3.2 . FORMACIÓN

Bodeguero
 montacarguista

 Brigadista

3.3. HABILIDADES		
Proactivo trabajo en equipo Dinámico Tener iniciativa propia		
3.4 . EXPERIENCIA		
1 año en cargos similares		
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES		
Asegurar la mantención de la distribución, bajo los estándares requeridos por la empresa. Coordinar el despacho de pedidos diarios, semanales y mensuales.		
5. RESPONSABILIDADES		
Controlar stock y calidad de productos Ingresar información a los sistemas computacionales. Realizar seguimiento de los productos despachados		
ELABORÓ: JOSE DAVID GARCIA director comercial	REVISÓ: JORGE SANTODOMINGO gerente	V/B. S.G.C:
PERFIL DEL CARGO	FECHA: 23/08/2018	VERSIÓN: 1
SHARK TOOLS		
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR DE MERCADEO		
AREA / PROCESO : COMERCIAL		
REPORTA A: DIRECCION COMERCIAL		
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
realizar ventas telefónicas, prospección de clientes, atención a clientes , administración de información comercial de precios y productos , rescate de cartera de clientes, apertura de clientes , general clientes potenciales		
3. COMPETENCIAS		
3.1. EDUCACION		
bachiller completo		
3.2 . FORMACIÓN		
curso de atención al cliente		

estrategias de mercadeo

3.3. HABILIDADES

Buen nivel de interlocución

Resolutivo

Dinámico

Tener iniciativa.

Expresarse claramente en forma oral frente al cliente

Grado de responsabilidad

3.4 . EXPERIENCIA

experiencia en ventas y metodos de mercadeo minimo (1) año

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Transmitir los documentos obtenidos mediante medios informáticos asegurando su confidencialidad.

Realizar operaciones básicas de tesorería, utilizando los documentos adecuados en cada caso.

Las decisiones que se toman se basan en instrucciones específicas

Registrar y comprobar los documentos que se utilicen en las operaciones comerciales y administrativas.

atencion a clientes

Mantener la confidencialidad en el manejo de la información.

5. RESPONSABILIDADES

- Atender al cliente, demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades. Utilizar las normas de cortesía en su relación con los clientes, teniendo en cuenta la imagen corporativa de la empresa o centro de trabajo.
- Filtro de llamadas nacionales e internacionales
- Tarifas, precios de amarres y servicios por teléfono y e-mail.

ELABORÓ: JOSE DAVID GARCIA director comercial	REVISÓ: JORGE SANTODOMINGO gerente	V/B. S.G.C:
PERFIL DEL CARGO	FECHA: 23/08/2018	VERSIÓN: 1
SHARK TOOLS		

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: ASISTENTE COMERCIAL

AREA / PROCESO : COMERCIAL

REPORTA A: DIRECCION COMERCIAL

2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

realizar ventas telefónicas, prospección de clientes, atencion a clientes , administración de información

comercial de precios y productos , rescate de cartera de clientes, apertura de clientes , general clientes potenciales

3. COMPETENCIAS

3.1. EDUCACION

Profesional en Administración de empresas, Ingeniería Industrial, Mercadeo o afines.

3.2 . FORMACIÓN

curso de atención al cliente

estrategias de mercadeo

Intermedio Conocimientos en finanzas y mercadeo.

3.3. HABILIDADES

Buen nivel de interlocución

Resolutivo

Dinámico

Tener iniciativa.

Expresarse claramente en forma oral frente al cliente

Grado de responsabilidad

3.4 . EXPERIENCIA

experiencia en ventas y metodos de mercadeo minimo (1) año

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

Atender al cliente, demostrando interés y preocupación por resolver satisfactoriamente sus necesidades.

Utilizar las normas de cortesía en su relación con los clientes, teniendo en cuenta la imagen corporativa de la empresa o centro de trabajo.

Filtro de llamadas nacionales e internacionales

Tarifas, precios de amarres y servicios por teléfono y e-mail.

5. RESPONSABILIDADES

Transmitir los documentos obtenidos mediante medios informáticos asegurando su confidencialidad.

Realizar operaciones básicas de tesorería, utilizando los documentos adecuados en cada caso.

Evaluar necesidades del mercado, recopilando datos relevantes y analizando sus resultados

Registrar y comprobar los documentos que se utilicen en las operaciones comerciales y administrativas.

atención a clientes

Mantener la confidencialidad en el manejo de la información.

ELABORÓ:

JOSE DAVID GARCIA

director comercial

REVISÓ:

**JORGE
SANTODOMINGO**

gerente

V/B. S.G.C:

PERFIL DEL CARGO	FECHA: 23/08/2018	VERSIÓN: 1
SHARK TOOLS		
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO: ASISTENTE DE ADMINISTRACION		
AREA / PROCESO : ADMINISTRATIVA		
REPORTA A: DIRECCION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA		
2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO		
Ejecutar los procesos administrativos del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, revisando y realizando cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.		
3. COMPETENCIAS		
3.1. EDUCACION		
Bachiller Mercantil, más curso de Técnicas de Oficina por lo menos seis (6) meses de experiencia.		
3.2 . FORMACIÓN		
El manejo y métodos de oficina. Técnico Superior Universitario en Administración. Redacción, ortografía y sintaxis.		
3.3. HABILIDADES		
Tratar en forma cortés al personal de la Institución y público en general. Comprender la información que va a procesar. Analizar declaraciones de impuestos. Tener iniciativa. Expresarse claramente en forma oral y escrita.		
3.4 . EXPERIENCIA		
Cinco (5) años de experiencia progresiva de carácter operativo en funciones de ejecución y tramitación de procesos administrativos.		
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES		
Realiza seguimiento a los pagos para su cancelación oportuna. Realiza solicitudes de dotación de equipos y materiales para la dependencia. Redacta y transcribe correspondencia y documentos diversos. Atiende e informa al público en general. Recibe licitaciones y/o licitación de los proveedores. Archiva y lleva el control de los documentos del área.		

5. RESPONSABILIDADES

Es responsable directo de títulos y valores.
 Maneja en forma directa un grado de confidencialidad medio.
 Las decisiones que se toman se basan en instrucciones específicas
 Pagos de Gerencia y consignaciones
 atención a clientes
 Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
 Lleva el control presupuestario del gasto y disponibilidad de la partida de viáticos.

ELABORÓ: JOSE DAVID GARCIA director comercial	REVISÓ: JORGE SANTODOMINGO gerente	V/B. S.G.C:
PERFIL DEL CARGO	FECHA: 23/08/2018	VERSIÓN: 1
SHARK TOOLS		

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: ASISTENTE CONTABLE

AREA / PROCESO : ADMINISTRATIVA

REPORTA A: DIRECCION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA

2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

Contribuir con los procesos y procedimientos contables y financieros, con el fin de brindar información contable comprensible, útil, pertinente, confiable, veraz y oportuna.

3. COMPETENCIAS

3.1. EDUCACION

técnico o tecnólogo en procesos contables o en carreras afines

3.2 . FORMACIÓN

Conocimientos actualizados contabilidad y tributaria
 Conocimiento como mínimo de un programa contable

3.3. HABILIDADES

Trabajo en equipo
 Nivel Alto en herramientas Office
 Orientación al servicio

 Iniciativa, creatividad, prudencia y proactividad.

3.4 . EXPERIENCIA

Experiencia en un puesto similar de al menos 3 años

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

manejo y control de inventarios
el manejo o gestión de cartera
conciliaciones bancarias
la proyección de estados financieros e informes contables o financieros
la preparación y proyección de las declaraciones tributarias
compras
Sueldos
pago servicios
Depreciaciones

5. RESPONSABILIDADES

Clasificar, preparar, codificar y registrar cuentas, facturas y otros estados.
Procesar, verificar y preparar balance de prueba y registros financieros
Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios
Preparar y presentar informes sobre la situación financiera que exijan los entes de control
Liquidar impuestos de rete fuente y aportes parafiscales
Realizar otras funciones de oficina como: mantener el archivo y sistemas de registro
Analizar los estados financieros.
facturación en dependencia y bajo la supervisión del o de la contable.
Llevar a cabo tareas de soporte administrativo, como la gestión de los cobros de los proveedores

ELABORÓ: JOSE DAVID GARCIA director comercial	REVISÓ: JORGE SANTODOMINGO gerente	V/B. S.G.C:
PERFIL DEL CARGO	FECHA: 23/08/2018	VERSIÓN: 1
SHARK TOOLS		

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: CONTADORA

AREA / PROCESO : ADMINISTRATIVA

REPORTA A: GERENCIA GENERAL

2. OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

Colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa.

3. COMPETENCIAS

3.1. EDUCACION
<ul style="list-style-type: none"> • Contador público con grado universitario
3.2 . FORMACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de actualización contable • Tributarios • Excelentes habilidades de análisis cualitativo y cuantitativo • Capacidad numérica, de lenguaje y conocimientos contables y financieros
3.3. HABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • 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
3.4 . EXPERIENCIA
De 2 a 4 años en empleos iguales
4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES
causación de facturas de compra comprobantes de egreso conciliaciones bancarias notas de contabilidad Realizar facturación Bancos Declaraciones Tributarias. Elaboración y entrega de informes financieros. Programación e información del pago a proveedores. Medios Magnéticos NIIF Supervisar y controlar la operación financiera Brindar la información oportuna sobre la liquidez y las transacciones comerciales elaboración y análisis de estados financieros,

5. RESPONSABILIDADES

- Decidir en el aspecto contable de la empresa.
- Actualizar la información contable en sistema, garantizando que la misma cuente con las especificaciones dadas.
- Realizar, Revisar y aprobar los diferentes impuestos que está obligado a presentar la empresa
- Elaborar el estado de resultados y el balance general de la empresa.
- Ser parte integral en el proceso de implementación de gestión de calidad con el fin de cumplir la política y objetivos de calidad de la empresa.
- Informar ante los diferentes organismo de control a los cuales la empresa este obligada a rendir informes.
- Efectuar de acuerdo con las órdenes e instrucciones de Gerente, otras labores que le sean asignadas relacionadas con su perfil.

ELABORÓ:

JOSE DAVID GARCIA

director comercial

REVISÓ:

**JORGE
SANTODOMINGO**

gerente

V/B. S.G.C:

2.7 Costos Administrativos

PROYECCIÓN DE COSTOS DE OPERACIÓN						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
GASTOS DE PERSONAL	14.040.617	14.503.957	14.982.588	15.477.013	15.987.755	74.991.931
Total Costos	14.040.617	14.503.957	14.982.588	15.477.013	15.987.755	74.991.931

2.8 Tipos de Contratación

Contrato de trabajo a término fijo.

El contrato de trabajo a término fijo está regulado por el artículo 46 del código sustantivo del trabajo, que señala las siguientes reglas.

- El contrato de trabajo a término fijo debe constar siempre por escrito y su duración no puede ser superior a tres (3) años, pero es renovable indefinidamente.
- Si antes de la fecha de vencimiento del término estipulado, ninguna de las partes avisare por escrito a la otra su determinación de no prorrogar el contrato, con una antelación no inferior a treinta (30) días, éste se entenderá renovado por un período igual al inicialmente pactado, y así sucesivamente.

- No obstante, si el término fijo es inferior a un (1) año, únicamente podrá prorrogarse sucesivamente el contrato hasta por tres (3) períodos iguales o inferiores, al cabo de los cuales el término de renovación no podrá ser inferior a un (1) año, y así sucesivamente.

Duración máxima del contrato de trabajo a término fijo

El contrato de trabajo a término fijo tiene una duración máxima de 3 años, pero puede ser renovado indefinidamente por un periodo que no puede exceder de los 3 años.

Es decir que no se puede firmar un contrato a término fijo de 4 años, pero uno de 3 años se puede renovar o prorrogar por un año, o por el mismo tiempo. Contrato de trabajo a término indefinido

El contrato a término indefinido es una de las formas de duración de una relación laboral consideradas por el artículo 45 del código sustantivo del trabajo en Colombia.

Se considera que existe un contrato de trabajo a término indefinido cuando en él no se pacta un tiempo de duración, cuando no se pacta una fecha de terminación, es decir, **no se define en el contrato cuándo se terminará ni cuánto durará**, por tanto no es posible determinar la fecha de terminación.

Según el artículo 45 del código sustantivo del trabajo, la duración de un contrato de trabajo se puede pactar por un tiempo determinado, por la duración de la obra o labor, por la ejecución de un trabajo transitorio u ocasional, o por término indefinido.

La duración indefinida del contrato de trabajo se puede pactar de forma expresa en el contrato, o se puede inferir si no se pacta ninguna duración. Así, si en el contrato de trabajo no se hace ninguna mención sobre la fecha o el tiempo en que se terminará, se entenderá que es a término indefinido. Esto sucede muy a menudo en el contrato verbal, el cual en todo caso se entiende a término indefinido, de manera que si se quiere un contrato a término fijo, es preciso hacer un contrato por escrito.

2.9 Gastos de Personal

PROYECCIÓN PERSONAL OPERATIVO						
NÓMINA PARA EL PERSONAL						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Sueldos Basicos						
Operador Logistico	781.242	807.023	833.655	861.165	889.584	4.172.669
Aux de Mercadeo	781.242	807.023	833.655	861.165	889.584	4.172.669
Conductores	781.242	807.023	833.655	861.165	889.584	4.172.669
Asistente Administrativo y Contable						
	781.242	807.023	833.655	861.165	889.584	4.172.669
Asistente Comercial	781.242	807.023	833.655	861.165	889.584	4.172.669
Total Sueldos	3.906.210	4.035.115	4.168.274	4.305.827	4.447.919	20.863.344
Prestaciones						
Cesantía (mes)	325.516	336.258	347.355	358.817	370.658	1.738.605
Intereses de Cesantía (mes)	3.255	3.363	3.474	3.588	3.707	17.386
Vacaciones (mes)	162.889	168.264	173.817	179.553	185.478	870.001
Prima de Servicios (mes)	325.516	336.258	347.355	358.817	370.658	1.738.605
Total Prestaciones Sociales mes	817.177	844.143	872.000	900.776	930.502	4.364.598
Parafiscales y seguridad social						
Aporte en Salud Eps (mes)	332.028	342.985	354.303	365.995	378.073	1.773.384
Aporte en Pensión (mes)	468.745	484.214	500.193	516.699	533.750	2.503.601
Arp (mes)	31.250	32.281	33.346	34.447	35.583	166.907
Caja Compensación Familiar	138.606	143.357	148.087	152.974	158.022	741.047
I.C.B.F.	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0
Total aportes Patronales	970.629	1.002.836	1.035.930	1.070.115	1.105.429	5.184.939
Auxilio de transporte	88.211					
Auxilio de transporte x 5 empleados	441.055	\$ 451.199	\$ 466.089	\$ 481.470	\$ 497.358	2.337.171
TOTAL ADMINISTRACION	5.694.015	5.882.094	6.076.203	6.276.718	6.483.850	30.412.881

2.10 Gastos de puesta en Marcha

SHARK TOOLS					
Monto:	48.218.943,61	Pesos	Interés anual:	17.46%	TEA
Cuotas:	36	mensuales	Interés Men:	1.35%	TEM
Sistema:	COLOMBIA		Entidad	Bancolombia	
			seguro de vida	57.862,73	

3. ESTUDIO TECNICO

3.1 Objetivos del estudio Técnico

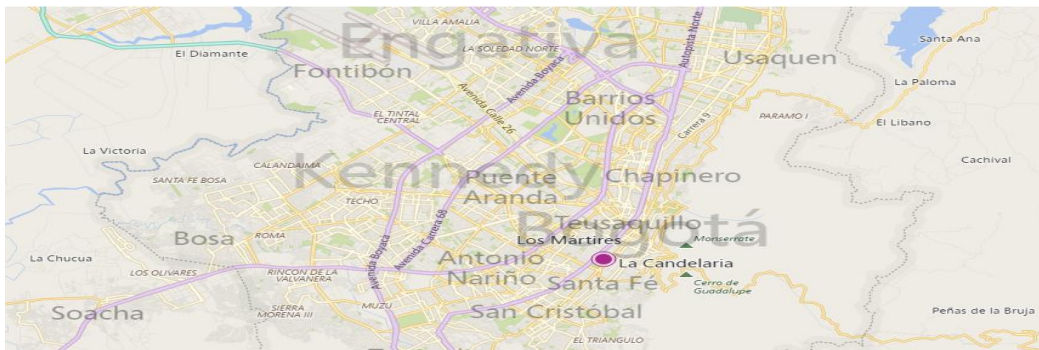
Implementar propuestas de negocio satisfaciéndolas necesidades de los clientes en la adquisición de todo tipo de herramientas y materiales para la construcción en general, con una gran variedad de productos a precios cómodos de óptima calidad y por ende garantizados.

Tamaño del proyecto

- Se maneja una base de datos para llevar un control de nuestros clientes.
- En el tema operativo seremos eficaces ya que contamos con unidades de empaque que nos facilita el alistamiento y el envío de la mercancía.
- Estaremos atendiendo un promedio de 200 personas al día.
- Inicialmente estaremos ubicados en el barrio Carvajal que es donde vamos a tener la bodega y las oficinas.

Localización

MACRO LOCALIZACION





MICRO LOCALIZACION

Se tendrá una bodega con oficinas para el almacenamiento y el manejo administrativo de la empresa teniendo un lugar para el cargue de los vehículos se tendrán maquinarias de ayuda mecánica como montacargas, estibadores, área de empaque, equipos de computo para facturación y procesos administrativos (compras y facturación).

3.2 Ficha técnica del Producto (B/S)

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

LOS MÁS RELEVANTES

TALADRO ½

Principales Ventajas:

- Motor de 7.8 Amperes, provee alto rendimiento y protección contra sobrecarga.
- Velocidad alta/baja para perforación de alta velocidad o aplicaciones de alto torque.
- Doble modo: Rotomartillo/Taladro para madera, acero o aplicaciones de mampostería.
- Diseño liviano para menor fatiga del usuario.
- Gatillo de goma de dos dedos para más comodidad.
- Mango lateral de 360° con varilla de profundidad ofrece mayor control, versatilidad y más precisión del ajuste de profundidad

Ficha Técnica:

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| • Amperes | 7.8 Amps. |
| • Watts | 700 W |
| • Velocidad sin carga | 0-1,100/0-2,700 rpm |
| • Tamaño del portabrocas | 1/2" |
| • Tamaño del mandril | 13 mm |
| • Golpes por minuto | 0-19,000/0-46,000 gpm |
| • Peso de la herramienta | 2.2 kg |



PULIDORA 4 1/2

DEWALT

D28114

Esmeriladora de Angulo 4-1/2" (115mm)

Características y Beneficios

- Motor de 10 amp. CA/CD, 11.000 rpm, diseñado para una remoción más rápida de materiales y mayor protección contra sobrecarga
- Dust Ejection System™ que brinda más durabilidad al eliminar las partículas de polvo que ingresan en la herramienta a través de los orificios de ventilación
- Liberación del disco Quick-Change™ que permite una remoción del disco más fácil y rápida sin tener que usar una llave
- Electronic Control(TM) que provee de tecnología múltiple avanzada que da durabilidad y lo hace fácil de usar.
- La protección dual incrementa la seguridad del motor evitando daños por polvo .
- Brazo para cepillo de una pieza que evita que el cepillo quede atascado debido al acceso de polvo



Especificaciones

Amps 120 V	12 Amps
Salida máxima de vatios	1,400 W
Velocidad	11,000 rpm
Usa discos de más RPM	12,000 rpm
Bloqueo del eje	SI
Eje roscado	5/8"-11
Longitud de la herramienta	13 " (330mm)
Peso de la herramienta	2 Kg

Incluye

- Mango lateral de dos posiciones
- Disco con centro deprimido
- Protector ajustable sin llave
- Llave



DESTORNILLADOR MANUAL

TRUPER® DESTORNILLADOR JUEGO

33 Puntas

1/4"



FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

Código: DMP-33

- ⊖ 5 Planas de 3.5 a 7 mm
- ⊕ 4 Philips de PH0 a PH3
- 3 Cuadradas de S1 a S3
- ⊛ 9 Torx de T5 a T40
- ⊕ 4 Pozidriv de PZ0 a PZ3
- 8 Hexagonales de 5/64" a 9/32"

Puntas de acero al cromo vanadio
Porta puntas magnético

TALADRO / ATORNILLADOR

3.5Lbs
1.6Kg
Más compacto
y más liviano

DCD791

27% MÁS PODER
460 UWO MOTOR
SIN ESCOBILLAS DE
ALTO RENDIMIENTO

MANDRIL DE METAL
ACCIÓN DE AJUSTE
POR REPETICIÓN

ERGONOMÍA MEJORADA
MANGO BALANCEADO PARA
MAYOR COMFORT

**INTERRUPTOR DE
VELOCIDAD VARIABLE**
SELLADO RESISTENTE AL
POLVO Y LA HUMEDAD

LUZ LED 20X MÁS FUERTE
LUZ DE TRABAJO DE
60 LUMENS, CON
MODO DE LINTERNA
DE 20 MINUTOS

2 VELOCIDADES

Posición	1	2
RPMS	0-550	0-2,000

20v MAX
IÓN DE LITIO

SOLIDEZ GARANTIZADA.™

INHALAMBRICO 20 VOLTIOS

TORNILLERIA AUTOROSCANTE

FICHA TÉCNICA TORNILLERIA AUTOROSCANTE	Códigos	6127871
		607882
		6112881
		607892
		607855

TABLA DE SELECCIÓN

Código	Norma	Cabeza	Mortaja	Ø arandela EPDM (1)	Material/Recubrimiento (2)	Material a taladrar
DIN 7981	DIN 7981	Alomada	Phillips	---	Acero / Cincado	Acero
DIN 7981	DIN 7981	Alomada	Phillips	---	Inoxidable A2 (AISI 304)	Aluminio
DIN 7982	DIN 7982	Avellanada	Phillips	---	Acero / Cincado	Acero
DIN 7982	DIN 7982	Avellanada	Phillips	---	Inoxidable A2 (AISI 304)	Aluminio
DIN 7983	DIN 7983	Gota sebo	Phillips	---	Acero / Cincado	Acero
AUROS	DIN 6928	Hexagonal con valona	---	16, 18, 25	Acero / Cincado	Acero

(1) Características arandela EPDM según Ficha Técnica ARVUL.

(2) Recubrimientos:

cincado $\geq 3 \mu\text{m}$ según ISO 4042 A1J.

cincado negro $\geq 3 \mu\text{m}$ según ISO 4042 A1N.

FICHA TÉCNICA TORNILLERIA AUTOROSCANTE	Códigos	6127871
		607882
		6112881
		607892
		607855

1. DIN-7981

Huella Philips



Materiales



Acero



Posibilidad en inoxidable



Disponible en diferentes colores

Propiedades



Phillips



Cabeza alomada





Autorroscante Punta C

1.1. Datos

Código	ST 2.9	ST 3.5	ST 3.9	ST 4.2	ST 4.8	ST 5.5	ST 6.3
d _k : diámetro cabeza [mm]	5.45	6.7	7.3	8.0	9.4	10.6	12.3
k: espesor cabeza [mm]	2.2	2.6	2.8	3.05	3.55	3.95	4.55
Mortaja Phillips nº	1	2	2	2	2	3	3
R: radio cabeza [mm]	4.4	5.4	5.8	6.2	7.2	8.2	9.5
D: diámetro exterior rosca [mm]	2.90	3.53	3.90	4.22	4.80	5.46	6.25
d: diámetro interior rosca [mm]	2.18	2.64	2.92	3.10	3.58	4.17	4.88
p: paso rosca [mm]	1.1	1.3	1.3	1.4	1.6	1.8	1.8
y: longitud de punta ≤ [mm]	2.6	3.2	3.5	3.7	4.3	5	6
l: longitudes [mm]	6.5 -- 25	6.5 -- 32	9.5 -- 50	9.5 -- 90	9.5 -- 120	13 -- 120	16 -- 120
l _g : longitud máxima de rosca [mm]	--	--	--	--	90	90	90
Código punta de instalación (punta Phillips)	PUPHC 01 PUPHL 01	PUPHC 02 PUPHL 02	PUPHC 02 PUPHL 02	PUPHC 02 PUPHL 02	PUPHC 02 PUPHL 02	PUPHC 03 PUPHL 03	PUPHC 03 PUPHL 03




















TORNILLO AUTOPERFORANTE 3/4"

TORNILLO AUTOPERFORANTE 3/4"

IMAGEN	APLICACIÓN
	 <ul style="list-style-type: none">• Fijación de tejas sobre estructura de cubierta.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

<ul style="list-style-type: none">• Nominal: #14.• Longitud: 3/4".• Material: Acero templado cementado.• Cabeza hexagonal.• Recubrimiento: Zincado y L.L.	<ul style="list-style-type: none">• Entre caras (A): 3/8".• Diámetro: 6.2 mm.• Rango perforación: 2.8 - 5.6.• Punta broca: 3/8".• Velocidad de perforación: máximo 2500 RPM
---	---

	PRODUCTO	REFERENCIA	USOS	CAJAS DE:	Unidad de Empaque
1	TORNILLO 6X1" Punta Aguda Autoperforante	 TAP6X1LXUN	Fijar placa de yeso espesor = 1/2" o 12,7 mm	13.000 Unidades	100 - 500 1000 Unidades
2	TORNILLO 7X7/16" Punta Aguda Tipo pan Autoperforante	 TAP7/16EXUN	Fijar perfil con perfil en Cal. 26/24 cuando se usa placa de yeso	20.000 Unidades	100 - 500 1000 Unidades
3	TORNILLO 6X1 5/8" Punta Aguda Autoperforante	 TAPAV6X15/8	Fijar placa de yeso de espesor = 5/8" o 15.9 mm	6.000 Unidades	50 Unidades
4	TORNILLO 6X2" Punta Aguda Autoperforante	 TAP6X2	Fijar DOBLE placa de yeso de espesor = 1/2" o 12.7 mm	4.500 Unidades	50 Unidades
5	TORNILLO 6X1" Punta Broca Autoperforante	 TP8AV6X1	Fijar placa de fibrocemento hasta de espesor = 10mm	13.000 Unidades	100 Unidades
6	TORNILLO 7X1 1/4" Punta Broca Autoperforante	 TPB7X1 1/4	Fijar placa de fibrocemento hasta de espesor = 14mm	8.500 Unidades	100 Unidades
7	TORNILLO 6X1 5/8" Punta Broca Autoperforante	 TP8AV6X15/8	Fijar placa de fibrocemento hasta de espesor = 17mm	4.500 Unidades	50 Unidades
8	TORNILLO 8X1" Punta Broca Autoperforante	 TP8EP8X1	Fijar placa de fibrocemento de espesor = 10mm y en perfilería hasta Cal. 20	5.000 Unidades	100 Unidades
9	TORNILLO 8X1" Punta Aguda Autoperforante con cabeza extraplana	 TAPEP8X1	Fijar placa de fibrocemento hasta de espesor = 10mm y en perfil Cal. 22 ó menores cuando se avellana manualmente	7.000 Unidades	100 Unidades
10	TORNILLO 8X 1/2" Punta Broca Autoperforante con cabeza extraplana	 TP8EP8X1/2	Fijar perfil con perfil en Cal. 20 cuando se usa placa de fibrocemento	10.000 Unidades	100 Unidades
11	TORNILLO 8X 1/2" Punta Aguda Autoperforante con cabeza extraplana	 TAPEP8X1/2	Fijar perfil con perfil en Cal. 24 ó menores cuando se usa placa de fibrocemento	13.000 Unidades	100 Unidades
12	TORNILLO 8X 3/4" Punta Aguda Autoperforante con cabeza extraplana	 TAPAV8X3/4	Fijar placa de fibrocemento hasta de espesor = 8mm en perfil Cal. 24 ó menores cuando se Avellana manualmente	10.000 Unidades	100 Unidades
13	TORNILLO 8X1 1/4" Punta Broca autoperforante con aletas, cabeza con estrías autoavellan	 TP8X1 1/4A	Fijar placa de fibrocemento hasta de espesor = 10mm, Autoavellan	6.000 Unidades	100 Unidades
14	TORNILLO 8X1 3/4" Punta Broca autoperforante con aletas, cabeza con estrías autoavellan	 TP8X1 3/4A	Fijar placa de fibrocemento hasta de espesor = 20mm, Autoavellan	4.000 Unidades	50 Unidades
15	TORNILLO 6X 3/4" Punta Aguda Autoperforante Y Autoavellan	 TAPAV6X3/4	Fijar placa de fibrocemento de espesor = 6mm	18.000 Unidades	100 Unidades
16	TORNILLO 7X7/16" Punta Broca Tipo pan Autoperforante	 TPBP7/16	Fijar perfil con perfil en Cal. 20 ó menores cuando se usa placa de yeso	16.000 Unidades	100 Unidades
17	PUNTA LARGA 1/4 X PH 2 X 50 mm	 HPPL2	Puntas desmontables para fijación de tornillos cabeza Phillips en uso de herramientas eléctricas	Paquetes de 50 Unidades	VENTA POR UNIDAD
18	PUNTA CORTA 1/4 X PH 2 X 25 mm	 HPPC2	Puntas desmontables para fijación de tornillos cabeza Phillips en uso de herramientas eléctricas	Paquetes de 50 Unidades	VENTA POR UNIDAD
19	PUNTA CORTA CON COPA 1/4 X PH 2 X 25 mm	 HPPCC2	Puntas desmontables para fijación de tornillos cabeza Phillips en uso de herramientas eléctricas	Paquetes de 50 Unidades	VENTA POR UNIDAD

3.3 Descripción del Proceso

Inicialmente tenemos una jefatura donde se trazan todas las metas y donde se empieza a direccionar haciendo una planeación, una organización, una ejecución y un control de las acciones que se van a realizar estableciendo objetivos y demás donde se va a manejar toda la parte administrativa.

Luego se va a manejar todo el tema comercial donde se va a manejar el tema de ventas la cual nuestros vendedores llegaran donde el cliente y ofrecerán nuestro portafolio y donde nuestros Mercaderistas después que se haya hecho la negociación se encargaran de visitarlos para organizar y dar impulso del producto en venta.

Y por último todo el tema logístico que es el de llegada de la mercancía a la bodega su respectiva revisión, ingreso al kardex o inventario y su debido almacenaje ahí se procede al alistamiento y envió de la mercancía a su destino final que es el cliente.

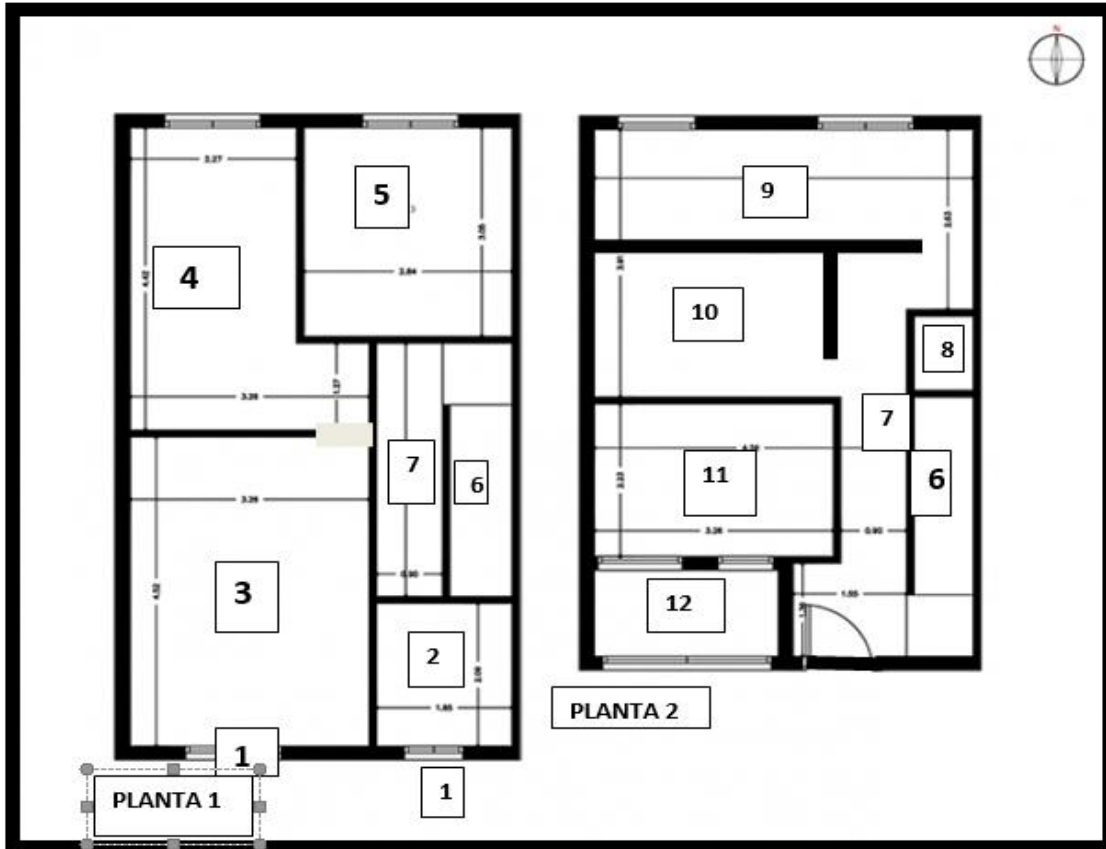
3.4 Procedimientos

- Se capacita al personal de ventas.
- Asesor de ventas perfila el cliente.
- Contactar al cliente vía telefónica o de forma presencial para coordinar la visita.
- Se muestra presentación y propuesta.
- Muestra de catálogo de productos.
- Se realiza negociación con los clientes.
- Entrega de mercancía al cliente.

3.5 Infraestructura (Áreas Requeridas)

- jefatura o gerente
- dirección administrativa
- dirección comercial
- ventas comerciales
- Mercadeo
- Dirección operaciones y logística
- Coordinación de bodega
- Área logística (Transporte, conductores).

3.6 Mapa y/o Plano



- 1) Accesos
- 2) Sala de espera
- 3) Bodega de cargue
- 4) Bodega de almacenamiento
- 5) dirección de operaciones logísticas
- 6) Escaleras
- 7) Pasillos
- 8) Baños
- 9) Comedor (cafetería)
- 10) Sala de espera
- 11) Oficinas administrativas
- 12) Oficina gerente

3.7 Maquinaria y equipo MONTACARGAS O APILADORES

2.2 APILADORES

AUTOPROPULSADOS:

Pueden ser de tracción y elevación eléctrica o de tracción manual y elevación eléctrica.



TRANSPALETA ELECTRICA MOTORIZADA

2.1 TRANSPALETA

TRANSPALETA MOTORIZADA:

Pueden ser de tracción y elevación eléctrica o de tracción eléctrica y elevación manual. También pueden ser con conductor a bordo (de pie, apoyado o sentado) o sin conductor a bordo.



TRANSPALETA MANUAL

2.1 TRANSPALETA

TRANSPALETA MANUAL:

Para su movimiento y elevación requieren la fuerza de una persona. Fácil manejo y mantenimiento.



APILADORES MANUALES

2.2 APILADORES

APILADORES MANUALES:

De tracción y elevación manual. Es un vehículo de carga y transporte de corta distancia que se utiliza principalmente en almacenes y estanterías de paletización para colocar la mercancía y transportarla a corta distancia.



MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MONTACARGAS O APILADORES	1	2.000.000	2.000.000
TRANSPALETA ELECTRICA MOTORIZADA	1	1.500.000	1.500.000
TRANSPALETA MANUAL	1	1.000.000	1.000.000
APILADORES MANUALES	1	800.000	800.000
TOTAL			5.300.000

3.8 Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ARCHIVADORES	2	250.000	500.000
ESTANTERIA	5	1.000.000	5.000.000
SILLAS	5	100.000	500.000
ESCRITORIOS	5	120.000	600.000
DOTACION OFICINAS	1	400.000	400.000
TOTAL			7.000.000

3.9 Herramientas

HERRAMIENTAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
VENDEDORES	3	756.000	2.268.000
MATERIAL POP	1	1.000.000	1.000.000
TABLET VENDEDOR	3	650.000	1.950.000
TOTAL			5.218.000

3.10 Materias Primas e Insumos

MATERIA PRIMA					
#	NOMBRE DEL PRODUCTO	REFERENCIA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	DESTORNILLADOR PALA # 1	D 546	100	5.500	550.000
2	DESTORNILLADOR PALA # 2	D435	100	6.500	650.000
3	DESTORNILLADOR ESTRELLA # 1	D856	100	7.500	750.000
4	DESTORNILLADOR ESTRELLA # 2	D657	100	8.500	850.000
5	TIJERAS DE CORTE DE METAL	D534	30	24.000	720.000
6	DISCOS ABRASIVOS 4 1/2 PG	D876	80	4.500	360.000
7	DISCOS ABRASIVOS 7 PG	D546	80	6.500	520.000
8	DISCOS ABRASIVOS 9 PG	D123	70	8.500	595.000
9	JUEGO DE PUNTAS BRISTOL	D234	30	15.000	450.000
10	TORNILLOS DRYWALT X 100	D345	1.000	4.500	4.500.000
11	TORNILLOS METAL X 100	D567	500	4.000	2.000.000
12	TORNILLOS MADERA X 100	D789	1.000	4.500	4.500.000
13	ALICATES	D453	100	13.000	1.300.000
14	HOMBRESOLOS	D655	100	25.000	2.500.000
15	MARTILLOS	D101	100	8.500	850.000
16	TALADROS	D25901	80	180.000	14.400.000
17	ROTOMARTILLOS	D25404	30	350000	10.500.000
	TOTAL				45.995.000

3.11 Equipo de Comunicación y Computación

EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TELEFONOS	5	80.000	400.000
RADIOS DE COMUNICACIÓN	3	150.000	450.000
ESCANER	2	250.000	500.000
COMPUTADORES	5	1.000.000	5.000.000
IMPRESORAS	3	350.000	1.050.000
TOTAL			7.400.000

3.12 Plan de Producción

Inicialmente se pedirán las cantidades relacionadas para empezar el negocio con sus respectivos precios ya pactados, además que es un producto que ya viene fabricado y se irán pidiendo dependiendo de la demanda de ventas que tengamos.

Después de que llega el producto o los productos se almacenan en una bodega donde los operadores logísticos ingresan la mercancía al Kardex y se refleje en el inventario, se almacenara y se revisara de que venga en perfectas condiciones distribuyéndola en los diferentes puntos asignados dependiendo del producto.

De acuerdo a las ventas de nuestros asesores se hará una factura correspondiente a lo asignado en las negociaciones después de realizado el pago saldrá automáticamente una hoja de pedido a nuestra bodega indicando que ya está el pago y que se debe empezar el alistamiento de la mercancía y a despacharse enrutándola en los carros de transporte asignados y entrega de pedido a nuestro cliente.

Se realizara la entrega de la mercancía y se hará el respectivo montaje del local y exhibiciones correspondientes a la negociación.

3.13 Plan de compras

PLAN DE COMPRAS	VALOR TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	5.300.000
MUEBLES Y ENSERES	7.000.000
HERRAMIENTAS	5.218.000
MATERIA PRIMA	45.995.000
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACION	7.400.000
TOTAL	70.913.000

3.14 Costos de Producción

PROYECCIÓN DE COSTOS DE OPERACIÓN Y/O PRODUCCION						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
GASTOS DE PERSONAL	14.040.617	14.503.957	14.982.588	15.477.013	15.987.755	74.991.931
Total Costos	14.040.617	14.503.957	14.982.588	15.477.013	15.987.755	74.991.931

3.15 Costos Fijos

COSTOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SUELDOS	1	14.040.617	14.040.617
ARRIENDOS	1	1.500.000	1.500.000
GASTOS DE OFICINA	1	200.000	200.000
GASTOS DE ADMON	1	150.000	150.000
PAGO DE OBLIGACIONES FINANCIERAS	1	150.000	150.000
TOTAL			16.040.617

3.16 Costos Variables

COSTOS VARIABLES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MATERIA PRIMA	1	45.995.000	45.995.000
AGUA	1	200.000	200.000
LUZ	1	250.000	250.000
TELEFONO	1	100.000	100.000
TOTAL			46.545.000

3.17 Costos Unitarios

COSTO UNITARIO				
	NOMBRE DEL PRODUCTO	REFERENCIA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO
1	DESTORNILLADOR PALA # 1	D 546	1	5.500
2	DESTORNILLADOR PALA # 2	D435	1	6.500
3	DESTORNILLADOR ESTRELLA # 1	D856	1	7.500
4	DESTORNILLADOR ESTRELLA # 2	D657	1	8.500
5	TIJERAS DE CORTE DE METAL	D534	1	24.000
6	DISCOS ABRASIVOS 4 1/2 PG	D876	1	4.500
7	DISCOS ABRASIVOS 7 PG	D546	1	6.500
8	DISCOS ABRASIVOS 9 PG	D123	1	8.500
9	JUEGO DE PUNTAS BRISTOL	D234	1	15.000
10	TORNILLOS DRYWALT X 100	D345	1	4.500
11	TORNILLOS METAL X 100	D567	1	4.000
12	TORNILLOS MADERA X 100	D789	1	4.500
13	ALICATES	D453	1	13.000
14	HOMBRESOLOS	D655	1	25.000
15	MARTILOS	D101	1	8.500
16	TALADROS	D25901	1	180.000
17	ROTOMARTILLOS	D25404	1	350000

3.18 Punto de Equilibrio

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
EMPRESA S.A.S.						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS BRUTAS	411.999.996	424.359.996	437.090.796	450.203.520	463.709.625	2.187.363.932
Menos:						
Costo de Venta	254.871.360	263.623.858	272.682.693	282.058.587	291.762.637	1.364.999.134
Compras Mp / Inventarios	250.071.360	258.823.858	267.882.693	277.258.587	286.962.637	1.340.999.134
Nomina Operativa	0	0	0	0	0	0
Costos indirectos de fabricacion	0	0	0	0	0	0
Depreciación Operativa	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	24.000.000
Utilidad Bruta en Ventas	157.128.636	160.736.138	164.408.103	168.144.933	171.946.988	822.364.798
Menos:						
Gastos de Administración	126.351.248	136.048.893	145.883.315	155.859.028	165.980.693	702.358.677
Amortización de Diferidos	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	450.000
Utilidad Operacional	30.687.388	24.597.245	18.434.788	12.195.905	5.876.295	91.791.621
Menos: Gastos Financieros	1.400.000	1.156.553	957.512	744.538	516.655	4.775.258
Util Antes de Impuestos	29.287.388	23.440.692	17.477.276	11.451.368	5.359.640	87.016.364
Menos Provisión de Impuestos	0	0	4.369.319	5.725.684	4.019.730	14.114.733
Utilidad Neta	29.287.388	23.440.692	13.107.957	5.725.684	1.339.910	72.901.631
Punto de Equilibrio	306.664.612	332.180.236	358.362.113	385.237.996	412.836.890	1.726.109.233

3.19 Impactos del proyecto

Impacto social

- Reducción de necesidades al tener productos novedosos.
- Mayor disponibilidad de tiempo para dedicar a actividades personales y laborales.

Impacto económico

- Incremento en la competitividad que permita un mejor posicionamiento.

Impacto institucional

- Uso de recursos humanos y tecnológicos de acuerdo a una planeación y organización para su buen aprovechamiento.

4. ESTUDIO LEGAL

4.1 Objetivo del Estudio Legal

El objetivo del estudio legal es determinar las implicaciones técnicas y económicas que se deriven de la normativa legal que regula la instalación y operación del proyecto.

4.2 Marco legal

SHARK TOOLS es una sociedad por acciones simplificada, de carácter comercial vinculada a la superintendencia de industria y comercio de conformidad por lo establecido por las leyes, resoluciones y artículos aquí establecidos.

* Leyes Ley 1231 de 2008. Por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones. Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para

promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000. Publicada en el Diario Oficial No. 45.628. Marco normativo de la Promoción de la Mi pyme en Colombia.

* Resoluciones Resolución 0001 del 14 de febrero de 2008 del Consejo Superior de Microempresa. Por la cual se adoptan los estatutos internos del Consejo Superior de Microempresa. Resolución 0002 del 2 de abril de 2008 del Consejo Superior de Microempresa. Por la cual se adoptan los elementos del plan de acción del Sistema Nacional de apoyo a las MiPymes - Microempresa - por parte del Consejo Superior de Microempresa.

El artículo 33 de la Constitución Política de Colombia enmarca la actividad económica y la iniciativa privada bajo el principio de la libertad y dentro de los límites del bien común.

4.3 Concepto de empresa

El **concepto de empresa** revela un trasfondo filosófico que permite conocer la importancia que tienen además de las actividades que se realizan y los recursos que se utilizan las personas y sus conversaciones en el funcionamiento de toda empresa.

Por ello, resulta muy conveniente que toda persona que está vinculada a una empresa conozca cuál es el concepto de empresa, con la finalidad de que tengan un panorama más completo de lo que es en esencia una empresa.

4.4 Clasificación de las My Pimes

En Colombia el segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 conocida como la Ley MiPymes y sus modificaciones (Ley 905 de 2004).

Clasificación de las empresas año 2018

Tamaño	Activos Totales SMMLV
Microempresa	Hasta 500 (\$390.621.000)
Pequeña	Superior a 500 y hasta 5.000 (\$3.906.210.000)
Mediana	Superior a 5.000 y hasta 30.000 (\$23.437.260.000)
Grande	Superior a 30.000 (\$23.437.260.000)
SMMLV para el año 2018 \$781.242	

4.5 Clasificación internacional de actividades económicas (ciiu)

Con el propósito de clasificar las actividades económicas de los empresarios del país de la manera más precisa, las cámaras de comercio del país, a partir del año 2000, se rigen por la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de todas las actividades económicas.

El Código CIIU fue elaborado por la Organización de Naciones Unidas y la revisión 4 es una adaptación para Colombia hecha y revisada por el DANE.

4.6 Clasificación de las sociedades

Las sociedades comerciales pueden clasificarse de diferentes formas:

Tenemos las sociedades de hecho, las sociedades irregulares, las sociedades civiles, las sociedades colectivas, las sociedades en comandita simple, las sociedades de capital e industria, las sociedades accidentales o de participación, las sociedades en comandita por acciones, las sociedades anónimas.

Las sociedades de personas

- Sociedad colectiva; está constituida por dos o más personas que pueden ser naturales o también pueden ser jurídicas que no poseen calidad de socios pero que pueden aportar dinero o bienes y la responsabilidad que tienen es ilimitada y solidaria.
- Sociedad en Comandita Simple; se forma, se crea o se constituye entre uno o más socios que son gestores o colectivos que comprometen su responsabilidad solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales y los socios comanditarios que comprometen su responsabilidad, pero solamente hasta el monto de los aportes que realizaron.

Sociedades de capital

- Sociedad anónima: es la que se forma con socios accionistas y el capital que aporten está representado en acciones.

Sociedades mixtas

- Sociedad de responsabilidad limitada: El capital se encuentra dividido en cuotas o aportes de interés social de igual valor.

4.7 Constitución legal

Constituir legalmente nuestra empresa nos permite que ésta sea legalmente reconocida, que califique como sujeto de crédito, que podamos emitir comprobantes de pago, y que podamos producir, comercializar y promocionar nuestros productos o servicios con autoridad y sin restricciones.

4.8 Registro único tributario (RUT)

El **RUT o Registro Único Tributario** permite identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades, en su caso, que sean contribuyentes declarantes del impuesto de la renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio. Se entiende en esta clasificación los siguientes casos:

- Responsables del régimen común y los pertenecientes al régimen simplificado
- Agentes retenedores
- Importadores
- Exportadores
- Resto de usuarios aduaneros
- Resto sujetos a obligaciones administradas por la U.A.E , DIAN que requiera inscripción.

4.9 Requisitos del registro mercantil

De acuerdo con el artículo 19 del Código de Comercio las obligaciones del comerciante son:

- Matricularse en el Registro Mercantil y realizar su renovación anualmente.
- Inscribir en el Registro Mercantil todos los actos, libros y documentos.
- Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales.
- Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades.
- Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles.
- Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

El incumplimiento de las anteriores obligaciones se sanciona con multas económicas impuestas por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) de hasta 17 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV).

4.10 Resolución de Facturación DIAN

Las personas o entidades obligadas a expedir factura deberán solicitar autorización de la numeración ante la División de Recaudación o la dependencia que haga sus veces de la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales correspondiente a su residencia o domicilio fiscal, cuando se expidan por medio de talonarios o por computador. Para este efecto, los interesados o sus apoderados deberán presentar la solicitud por intervalos de numeración consecutiva ante la Administración respectiva, ya sea personalmente O por correo certificado. Quienes utilicen el sistema de facturación por computador deben solicitar la autorización del software, salvo que se utilice papel de facturación con la preimpresión de los requisitos señalados en el artículo 617 del Estatuto Tributario. Si resultare insuficiente la facturación, el interesado deberá solicitar autorización de nueva numeración.

4.11 Obligaciones de registro

Es obligación de los comerciantes registrarse en el registro mercantil que lleva la cámara de comercio de lugar donde tiene su establecimiento de comercio o donde ejerce su actividad comercial.

El objetivo del registro mercantil es llevar el registro de los comerciantes y de todas las actividades que estos realizan, el registro mercantil se caracteriza por el principio de la publicidad ya que cualquier persona puede tener acceso a el de conformidad con lo establecido en el artículo 26 del código de comercio, el cual establece lo siguiente:

El registro mercantil tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exigiere esa formalidad.

El registro mercantil será público. Cualquier persona podrá examinar los libros y archivos en que fuere llevado, tomar anotaciones de sus asientos o actos y obtener copias de los mismos.

Es obligatorio inscribir en el registro mercantil los siguientes actos:

- Quienes ejerzan de manera profesional el comercio, dicho registro se deberá efectuar dentro del mes siguiente al que hayan iniciado su actividad.

- Las sentencias que declaren la interdicción judicial de cualquier comerciante, la posesión de cargos que inhabiliten para seguir ejerciendo el comercio, la liquidación obligatoria.
- La modificación o revocación de la administración de la empresa del comerciante.
- Cuando se abren establecimientos de comercio o sucursales, todos los actos que modifique la propiedad o la administración de estos.
- Los libros de contabilidad, las decisiones tomadas por las asambleas o juntas de socios.
- Los embargos y demandas.
- Las reformas estatutarias, designación de representantes, la liquidación de la sociedad, el nombramiento y remoción de los liquidadores.
- Todos aquellos actos que la ley ordene su correspondiente registro.

El artículo 28 del código de comercio, trae la lista de los actos que obligatoriamente deben inscribirse en el registro mercantil, sin embargo, este mismo artículo en su último numeral deja la puerta abierta para todos los actos que la ley haga obligatoria su inscripción, es decir, que esta lista no es taxativa.

Las inscripciones se probarán con el certificado expedido por la cámara de comercio o falta de este por inspección judicial practicada a registro mercantil, de acuerdo con lo establecido por el código de comercio.

4.12 Revisión técnica de seguridad (bomberos)

Concepto técnico emitido por el Cuerpo Oficial de Bomberos de Bogotá mediante una visita ó inspección técnica ocular para la revisión del sistema de protección contra incendios (SPCI) y las condiciones de seguridad humanas (SH) en edificaciones y establecimientos.

INSPECCIÓN El Concepto Técnico de Bomberos es la apreciación técnica emitida por el Cuerpo Oficial de Bomberos de Bogotá a través de la cual se revisan las condiciones de seguridad humana, riesgos de incendio, materiales peligrosos y sistemas de protección contra incendios que se presentan en las edificaciones o establecimientos del distrito. También se realizan las pruebas de presión a las redes hidráulicas del establecimiento; dirigido a: Todos los sectores.

4.13 Normas sanitarias y de salud (Secretaría de Salud)

Condiciones de trabajo Deberá cumplirse lo establecido en la Resolución 2117 de 2010, en cuanto a:

- Infraestructura w Condiciones sanitarias
- Condiciones de seguridad
- Señalización y demarcación de áreas
- Sistema eléctrico
- Botiquín de primeros auxilios
- Manejo de residuos
- Suministro de alimentos y bebidas
- Desinfección del ambiente

Condiciones de bioseguridad Con base en el manual de bioseguridad elaborado en cada establecimiento, se deberá garantizar el cumplimiento de:

- Conductas básicas de bioseguridad
- Uso de elementos de protección personal
- Técnicas de higiene de manos
- Implementación de procedimientos de limpieza, desinfección y esterilización
- Normas de seguridad para el uso de productos cosméticos
- Gestión integral de residuos
- Control de los factores de riesgo ocupacionales

4.14 Normas de fabricación de alimentos y medicamentos (Invima)

Es el documento expedido por la autoridad sanitaria correspondiente (Invima), mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar e importar un alimento con destino al consumo humano.

4.15 Normatividad ambiental (Secretaría de Ambiente)

La CN incorpora este principio al imponer al Estado y a las personas la obligación de proteger las riquezas culturales y naturales (Art. 8), así como el deber de las personas y del ciudadano de proteger los recursos naturales y de velar por la conservación del ambiente (Art. 95). En desarrollo de este principio, en el Art. 58 consagra que: " la propiedad es una función social que implica obligaciones y, como tal, le es inherente una función ecológica "; continúa su desarrollo al determinar en

el Art. 63 que: " Los bienes de uso público, los parques naturales, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la Nación y los demás bienes que determine la Ley, son inalienables, imprescriptibles e inembargables ".

4.16 Contratación personal.

Cuando las empresas llegan a Colombia muchas veces tienen como objetivo la generación de empleos nuevos y para eso deben elegir personal para conformar el equipo de trabajo perfecto, pero, ¿qué se necesita para la contratación de personal en Colombia? Lo primero que debe contemplar es que la regulación laboral en Colombia sigue los parámetros generales de la Organización Internacional de Trabajo (OIT).

De manera local, la entidad encargada de esa regulación es el Ministerio de Trabajo que tendrá en cuenta los lineamientos de la OIT para asegurar el bien de los empleados y de las empresas colombianas. Además, existen 4 acuerdos fundamentales que deben ser seguidos por aquellos inversionistas internacionales que decidan establecer sus compañías en el país:

- Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso u obligatorio.
- Las empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.
 - Las empresas deben apoyar la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Además de la normatividad general, en PROCOLOMBIA queremos acompañarlo para que su proceso de contratación de personal en Colombia sea todo un éxito.

Sobre este punto, la clave está en saber qué tipo de contrato es el que más le conviene según las tareas de los empleados:

- Contratos a término indefinido: es el más común entre las empresas colombianas. Consiste en firmar un acuerdo entre el empleado y el empleador. Aquí se fija un salario, los horarios y se acuerda un término indefinido del contrato.
- Contratos a término fijo: la característica principal en estos contratos es que hay una fecha límite de duración que es de tres años, además de tener que quedar por escrito el acuerdo.

- Contrato por obra o labor: se utiliza cuando existen proyectos puntuales y se emplea durante un tiempo determinado. El pago se realiza dependiendo del tiempo trabajado y la indemnización no puede ser menor a quince días.
- Contrato ocasional, accidental o transitorio: se pacta cuando el empleado realiza labores distintas a las que corresponden a su cargo y se da cuando su duración es inferior a un mes.
-

4.17 Contratación de clientes y proveedores

Del mismo modo que las empresas firman contratos con personas para que estas desarrollen determinadas tareas en la compañía, ya sea de manera interna, ya sea de manera externa, también las empresas firman contratos de carácter comercial entre sí con el fin de expandir y hacer crecer sus respectivos negocios.

Estos contratos pueden ir desde el simple arrendamiento de locales, y/o instalaciones, hasta grandes alianzas entre gigantes internacionales, pasando por el leasing de vehículos o contratos de franquiciado.

En numerosas ocasiones, estos contratos parten de una estrategia de externalización de procesos y/o servicios de la cual ambas salen beneficiadas: la empresa que contrata, porque reduce costes y elimina trámites burocráticos, entre otras ventajas; la empresa contratada, porque directamente incrementa su volumen de negocio.

Un buen ejemplo lo podemos encontrar en el sector del marketing y la publicidad. La inmensa mayoría de empresas contratan estos servicios de imagen corporativa, gestión de redes sociales, campañas publicitarias, etcétera a otras empresas especializadas en ello, principalmente agencias de publicidad.

Otro ejemplo lo encontramos en las firmas tecnológicas como Apple, Samsung, Lenovo, Microsoft, Xiaomi, HTC, Huawei, y un larguísimo etcétera que contratan con otras empresas la fabricación de los componentes de sus dispositivos (lentes para la cámara, baterías, procesadores, etcétera) así como el ensamblaje de los mismos e incluso su posterior transporte y distribución.

Son sólo dos ejemplos, pero los casos son realmente múltiples y variados. Como decíamos, todos estos contratos, evidentemente, reportan beneficios para ambas partes pues de lo contrario, simplemente, no se llegarían a firmar.

Dada la amplia variedad de posibilidades en estas relaciones de tipo comercial entre empresas, también existe una amplia tipología de contratos definidos básicamente por su finalidad. A continuación, veremos algunos de esos contratos que protagonizan el mercado actual entre empresas.

1. Contrato para una alianza nacional o internacional entre empresas. Lo más habitual es un contrato empresarial según el cual dos compañías a nivel local, regional, nacional o internacional se alían con el fin de hacerse más fuertes en su sector.
2. Contrato para una empresa mixta constituida en sociedad de capital, cuando dos empresas se asocian creando una tercera empresa de capital común cuyos detalles de participación y demás serán reflejados en dicho contrato.
3. Contrato para la venta comercial de productos, ya sea a nivel nacional o internacional, según el cual se establecen los derechos y obligaciones, reglamento general, sanciones por incumplimiento de contrato, etcétera.
4. Contrato para el suministro de productos a largo plazo, normalmente firmado entre un proveedor de productos manufacturados y un cliente cuando se prevén sucesivas transacciones durante un largo período de tiempo. Sería lo contrario al contrato de transacción única.
5. Acuerdo de fabricación. En este caso el cliente acuerda con un fabricante el diseño, fabricación y entrega de determinados productos que, posteriormente, el cliente integrará como productos propios finales.
6. Contrato para la distribución de productos manufacturados entre proveedor y distribuidor sin que el primero tenga por qué ser necesariamente el fabricante. Por ejemplo, los acuerdos de distribución firmados por Apple con empresas como K-Tuin, Fnac, etcétera.
7. Contrato para agencia comercial según el cual un agente comercial negocia la compra – venta de productos y/o servicios en representación de un tercero.
8. Contrato de prestación de servicios que detalla la forma y el momento o período en el que se prestarán determinados servicios, por ejemplo, de consultoría.

4.18 Normas Tributarias

Selecciona las principales normas fiscales que afectan a la imposición directa (IRPF, Impuesto sobre el Patrimonio, Impuesto sobre Sociedades, Sucesiones y Donaciones...), indirecta (IVA, IGIC, ITPAJD, Impuestos Especiales...) y local (Ley Reguladora de las Haciendas Locales), así como las de carácter general y de gestión tributaria (Ley General Tributaria, Reglamento general del régimen sancionador tributario, Reglamento general de recaudación, Reglamento de gestión e inspección tributaria, etc.).

Presenta sus contenidos actualizados al periodo impositivo vigente, con advertencias de los preceptos suprimidos, añadidos o modificados, indicando en cada momento la referencia de la norma modificadora y la fecha de aplicabilidad y aquella Jurisprudencia que ha incidido directamente en el articulado de la normativa. Todo ello junto a otras útiles informaciones como las notas de concordancia entre la Ley y su Reglamento, o las remisiones puntuales a otras disposiciones de desarrollo.

La documentación se encuentra estructurada sistemáticamente por materias tributarias. La citada organización sistemática coincide con la seguida en otras obras como Todo Fiscal.com o Prontuario Fiscal, con la finalidad de facilitar la consulta a los usuarios que puedan disponer de varios de los indicados títulos, así como para favorecer el atributo de complementariedad como argumento promocional.

Dispone de un índice general al comienzo de la misma, así como de los correspondientes índices de cada uno de los capítulos. Se edita anualmente justo después de la publicación oficial de la mayoría de disposiciones reformadoras de la legislación tributaria tales como la Ley de Presupuestos del Estado, de esta forma garantiza la actualidad de la mayoría de sus contenidos hasta la siguiente edición de la obra.

Totalmente adecuada para utilizarla como manual de consulta en colectivos docentes y también como material documental en seminarios, cursos, congresos, etc

5. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT

5.1 Stake Holders

HOLDERS	PROVEEDORES	CLIENTES	COMPETIDORES	ACCIONISTAS	EMPLEADOS
Partes interesadas		todo tipo de estrato			gerente
	mundial de tronillos	cliente constructor	ferreteria rino	jorge luis santodomingo	jefaturas
	sumatec	independiente	dester		operarios, conductores
	tornillos y partes	ferretero y ocasional	ilumec	jose david garcia nova	aux administrativa

5.2 Identificación de las Necesidades del Stake Holders (Hipótesis)

Identificar, determinar, clasificar y definir las partes interesadas y de cuáles serán los requisitos para poder acceder a las franquicias y ferreterías **SHARK TOOLS** y quienes componen nuestra estructura.

5.3 Identificación de los Beneficios y expectativas (Hipótesis)

Identificar claramente los temas determinantes en la negociación con nuestros clientes para que llegue a creer en nosotros y que sienta que es la mejor decisión que ha tomado.

- Precios competitivos
- Producto altamente de calidad
- Variedad de productos
- Tiempos de entrega (inmediata)

- Productos innovadores

5.4 Identificación de las Soluciones Actuales (Hipótesis)

Identificar las posibles ventajas que vamos a tener por encima de nuestra competencia y que le podemos ofrecer a nuestros clientes.

- Ahorro en Tiempos
- Practicidad
- Exclusividad en los productos
- Acompañamiento personalizado

5.5 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones (Hipótesis)

- Mala Calidad
- Baja Accesibilidad
- Incumplimiento
- Innovación
- Precios Elevados

5.6 Mercado

5.6.1 Identificación de TAM, SAM y TM

TAM

Nos vamos a enfocar en competir con las ferreterías pequeñas y las microempresas así nos podremos posicionar de manera más rápida y fácil.

SAM

Ofreceremos nuestros productos a los clientes emprendedores que tienen una idea de negocio en el tema ferretero y los cuales se van a convertir en nuestros clientes potenciales.

TM

Mis principales compradores van a ser las personas independientes y el cliente constructor, el cliente ocasional o regular se va a convertir en nuestro comprador más probable.

6 ESTUDIO DE MERCADOS

6.1 Objetivos del Estudio del Mercado

Conocer el flujo de clientes en punto de ventas, mercancía más comprada por parte de los clientes, principales competidores en la zona, precios de la competencia, y estudiar la viabilidad del negocio.

ESTUDIO COMPETENCIA EN FONTIBON:



CLL 17 N 108-19



MEDIO	MAÑANA	TARDE	PROMEDIO HORA
CARRO	6	2	4
MOTO	2	1	2
PEATÓN	28	21	25
TOTALES	36	24	31

Kra 97 N 16-27 variante



MEDIO	MAÑANA	TARDE	PROMEDIO HORA
CARRO	-	-	-
MOTO	-	1	1
PEATÓN	21	17	19
TOTALES	21	18	20



MEDIO	MAÑANA	TARDE	PROMEDIO HORA
CARRO	7	3	5
MOTO	6	2	4
PEATÓN	19	25	22

CLL 17 N 103^a – 33



MEDIO	MAÑANA	MEDIO DÍA	TARDE	PROMEDIO HORA
CARRO	2	1	2	2
MOTO	1	0	2	2
PEATÓN	11	9	13	11
TOTALES	14	10	17	

CONSOLIDADO COMPETENCIA FONTIBÒN

	TORNILLOS 777777	TORNILLOS 777777	TORNILLOS 777777 MUNDO	BOGOTANA DE TORNILLOS
MEDIO DE TRANSPORTE				
	CLL.17 KRA.108A	KRA.97 DIAG.106	CLL.17 KRA.103B	CLL.17 KRA.103A
CARRO	4	-	5	2
MOTO	2	1	4	2
PEATON	25	19	39	11
TOTALES	31	20	48	14
HORARIOS	8 AM - 6 PM	8 AM - 6 PM	8 AM - 6 PM	8 AM - 6 PM
HORAS SERVICIO	10	10	10	10
ESTIMADO CLIENTES DÍA	310	200	480	140

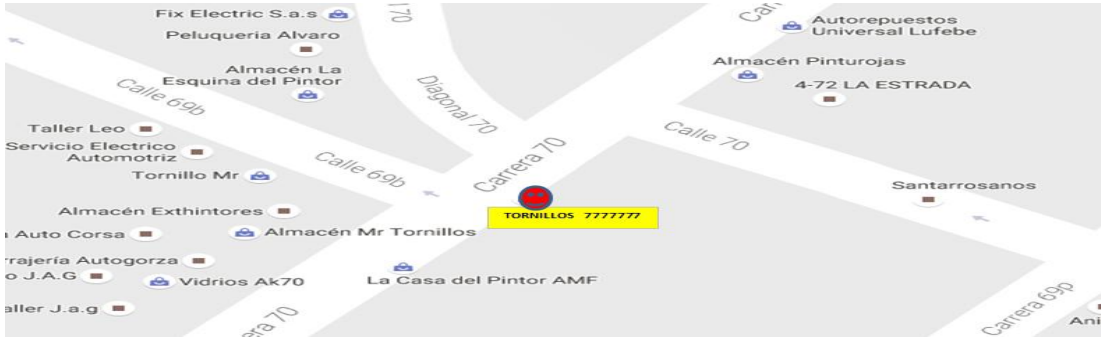
ESTUDIO DEL 7 DE AGOSTO MUNDIAL DE TORNILLOS



MUESTRA	VEHÍCULOS	PEATONES
MAÑANA	1.504	628
MEDIO DÍA	1.618	577
TARDE	1.731	613
PROMEDIO HORA	1.618	606
HORARIO COMERCIO 8 AM - 5 PM		
ESTIMADO DÍA	16.180	6.060

AV ROJAS

TORNILLOS 77777777



AV ROJAS No 69-04



MEDIO TRANSPORTE	MAÑANA	MEDIO DIA	TARDE	PROMEDIO
CARRO	-	4	2	3
MOTO	5	4	12	7
PEATON	77	54	59	63
TOTALES	82	62	73	72
HORARIOS DE ATENCIÓN			8 AM - 6 PM	
TOTAL HORA DE SERVICIO			10	
ESTIMADO CLIENTES DIA			720	

ESTUDIO COMPETENCIA SANTA LUCIA



Tornillos y correas

AV caracas No 44 c – 66 sur



MEDIO TRANSPORTE	MAÑANA	MEDIO DIA	TARDE	PROMEDIO
CARRO	1	0	0	1
MOTO	5	1	1	2
PEATON	34	22	12	23
TOTALES	40	23	13	26
HORARIOS DE ATENCIÓN			7:30 AM - 5:30 PM	
TOTAL HORA DE SERVICIO			10	
ESTIMADO CLIENTES DIA			260	

Avenida caracas No 44 c – 55 sur

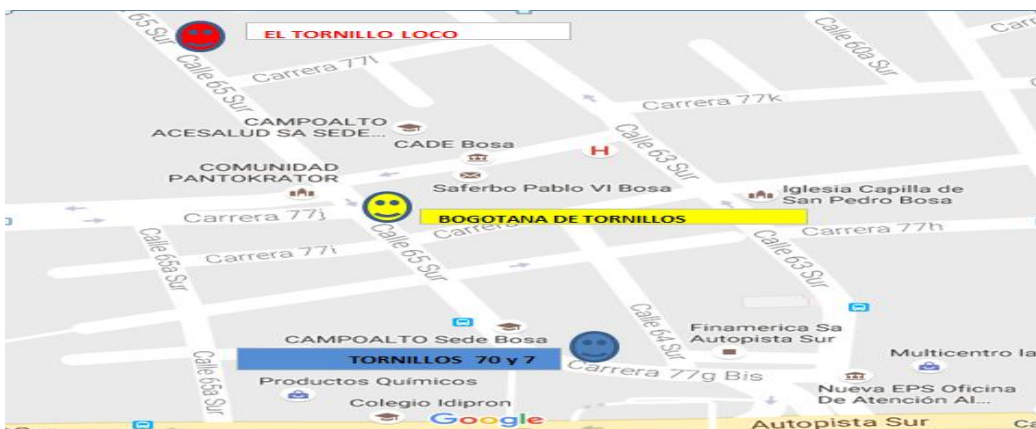


MEDIO TRANSPORTE	MAÑANA	MEDIO DIA	TARDE	PROMEDIO
CARRO	0	1	0	1
MOTO	0	0	1	1
PEATON	20	16	8	15
TOTALES	20	17	9	17
HORARIOS DE ATENCIÓN			7:30 AM - 5:30 PM	
TOTAL HORA DE SERVICIO			10	
ESTIMADO CLIENTES DIA			170	

Comparativo consolidado santa lucia

COMPETENCIA	TORNILLOS Y CORREAS	MUNDIAL DE TUERCAS Y HERRAMIENTAS
MEDIO DE TRANSPORTE		
CARRO	1	1
MOTO	2	1
PEATON	23	15
TOTALES	26	17
HORARIOS	7:30 AM - 5:30 PM	7:30 AM - 5:30 PM
HORAS SERVICIO	10	10
ESTIMADO CLIENTES DÍA	260	170

COMPETENCIA BOSA



Tornillos 70 y 7



MEDIO TRANSPORTE	MAÑANA	MEDIO DIA	TARDE	PROMEDIO
CARRO	0	1	0	1
MOTO	1	4	2	2
PEATON	26	17	14	19
TOTALES	27	22	16	22
HORARIOS DE ATENCIÓN			8:00 AM - 6:00 PM	
TOTAL HORA DE SERVICIO			10	
ESTIMADO CLIENTES DIA			220	

Bogotana de tornillos

CLL 65 sur No 77i-18



MEDIO TRANSPORTE	MAÑANA	MEDIO DIA	TARDE	PROMEDIO
CARRO	0	1	1	1
MOTO	2	2	1	2
PEATON	30	26	20	25
TOTALES	32	29	22	28
HORARIOS DE ATENCIÓN			8:00 AM - 6:00 PM	
TOTAL HORA DE SERVICIO			10	
ESTIMADO CLIENTES DIA			280	

EL TORNILLO LOCO

CLL 65 sur No 77L 36



Comparativo consolidado Bosa

COMPETENCIA	TORNILLOS 70 Y 7	BOGOTANA DE TORNILLOS	EL TORNILLO LOCO
MEDIO DE TRANSPORTE			
CARRO	1	1	5
MOTO	2	2	3
PEATON	19	25	31
TOTALES	22	28	39
HORARIOS	8 AM - 6 PM	8 AM - 6 PM	8 AM - 5:30 PM
HORAS SERVICIO	10	10	9 1/2
ESTIMADO CLIENTES DÍA	220	280	371

ESTUDIO COMPETENCIA SOACHA



TORNILLOS DEL SUR

Cr 4 No 15-76



MEDIO TRANSPORTE	MEDIO DIA	TARDE	PROMEDIO
CARRO	1	3	2
MOTO	2	1	2
PEATON	28	26	27
TOTALES	31	30	31
HORARIOS DE ATENCIÓN	7:30 AM - 6:00 PM		
TOTAL HORA DE SERVICIO	10 1/2		
ESTIMADO CLIENTES DIA	326		

COMPETENCIA PALOQUEMAO



MEDIO TRANSPORTE	MAÑANA	TARDE	PROMEDIO
CARRO	-	2	1
MOTO	3	5	4
PEATON	78	43	61
TOTALES	81	50	66
HORARIOS DE ATENCIÓN	8 AM - 5 PM		
TOTAL HORA DE	9		
ESTIMADO CLIENTES DIA	594		



MEDIO TRANSPORTE	MAÑANA	TARDE	PROMEDIO
CARRO	-	-	-
MOTO	5	2	4
PEATON	72	50	56
TOTALES	77	52	59
HORARIOS DE ATENCIÓN	8 AM - 5 PM		
TOTAL HORA DE	9		
ESTIMADO CLIENTES DIA	504		



MEDIO TRANSPORTE	MAÑANA	TARDE	PROMEDIO
CARRO	-	1	1
MOTO	4	2	3
PEATON	54	22	38
TOTALES	58	25	42
HORARIOS DE ATENCIÓN	8 AM - 5 PM		
TOTAL HORA DE	9		
ESTIMADO CLIENTES DIA	378		

COMPETENCIA			
	TORNILLOS 7-7-7	TORNILLOS Y PARTES	SUMATEC
MEDIO TRANSPORTE			
CARRO	1	-	1
MOTO	4	4	3
PEATON	65	56	38
TOTALES	66	60	42
ESTIMADO CLIENTES DIA	594	504	378

6.2 Segmentación

Shark tools va dirigida a aquellas personas que buscan tener su propia ferretería personas que tengan un conocimiento básico en manejo de herramientas y características, además personas que procuren dar mantenimiento regular a su casa o inmueble, encargados de construcciones que busquen el mejor rendimiento de los productos en el mercado y con asesoramiento de personal que cuenta con años de experiencia en el medio.

6.3 Metodología del Estudio de Mercado

se aplicó un estudio de campo en donde se ubicó unos de los principales competidores y más fuertes de la zona, se le hizo un conteo de clientes en 3 etapas que son comprendidas de la siguiente manera, muestra o conteo uno en horas de la mañana, conteo 2 a medio día, y último conteo en horas de la tarde.

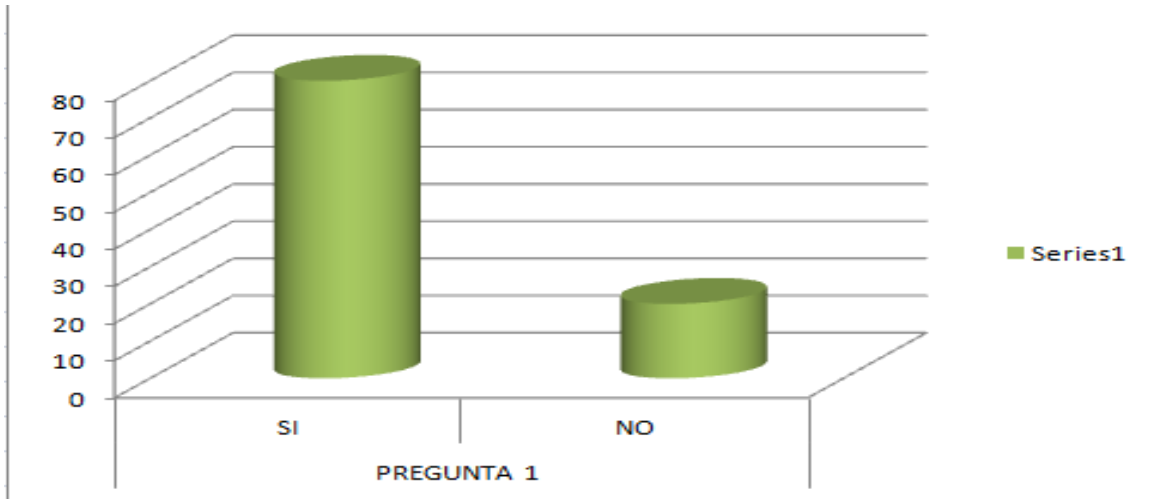
6.4 Análisis Concluyente

Se encuestaron 100 personas en los cuales se les pregunto diferentes formas de ver el negocio de las franquicias y ferretería

Pregunta 1

¿Le gustaría tener su propio negocio de franquicia de ferretería?

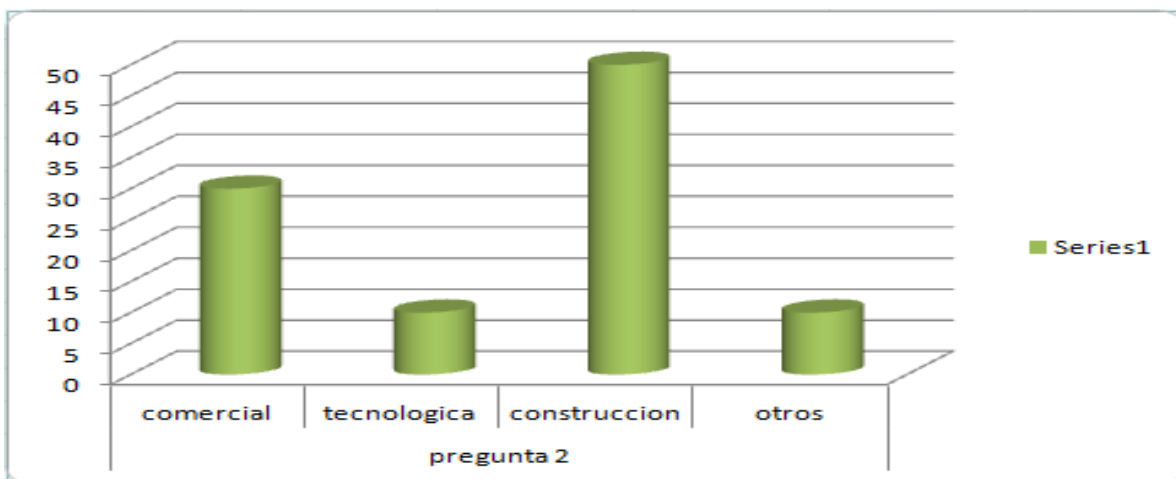
SI	80
NO	20



Pregunta 2

¿Cuál de las siguientes categorías describe la industria en la que trabaja?

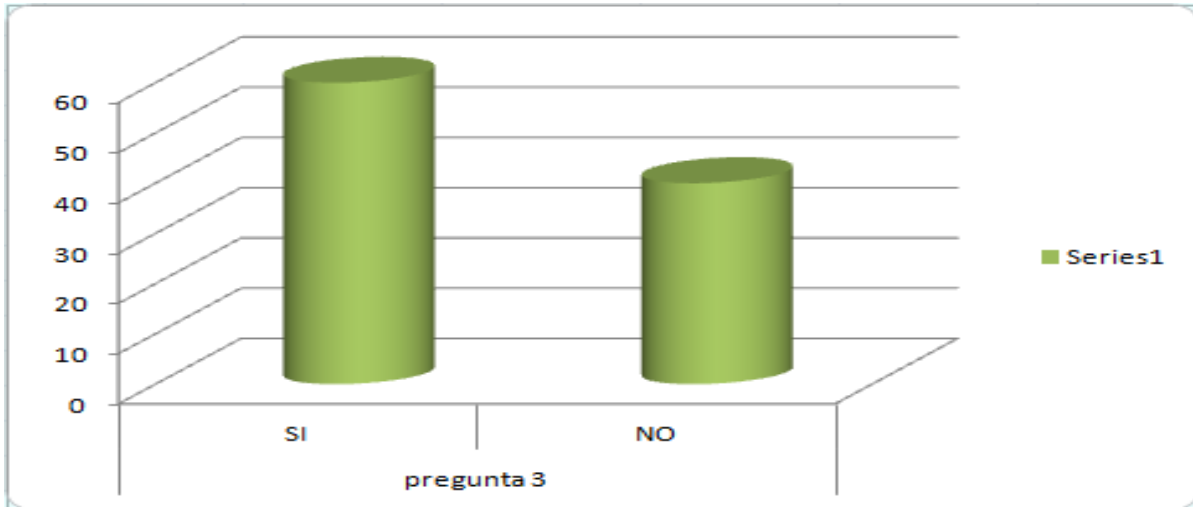
COMERCIAL	30
TECNOLÓGICA	10
CONSTRUCCIÓN	50
OTROS	10



Pregunta 3

¿Conoce el método o tema de franquicias?

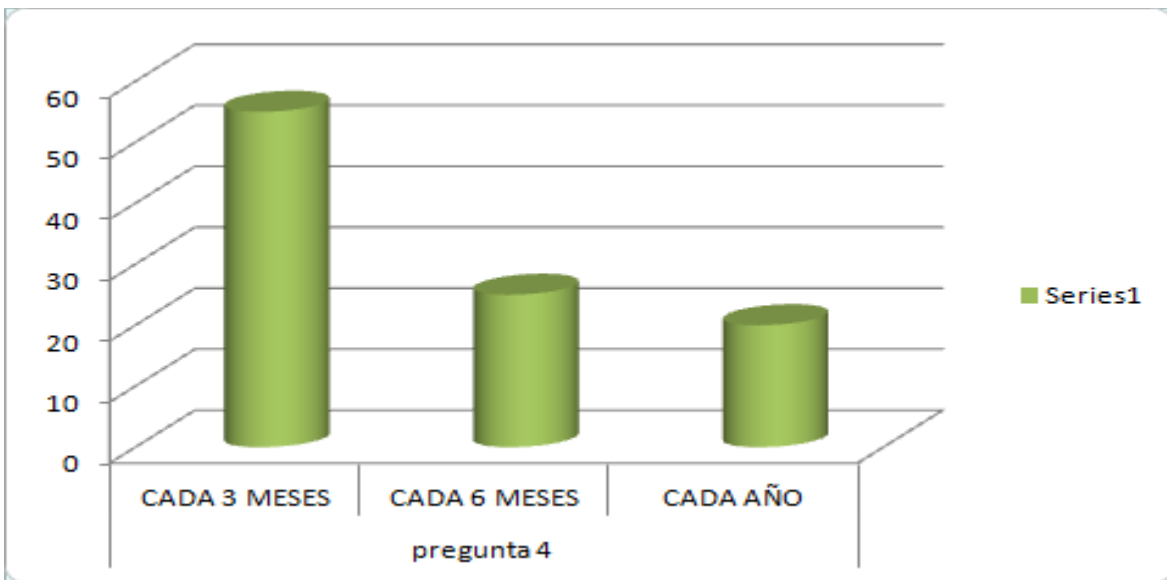
SI	60
NO	40



Pregunta 4

¿Con que frecuencia compra herramienta o productos de ferretería?

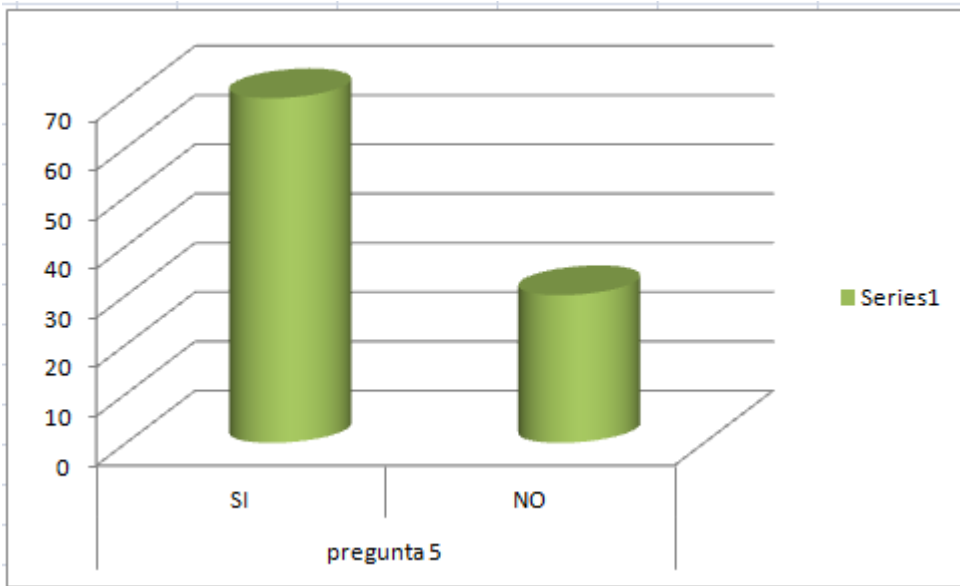
CADA 3 MESES	55
CADA 6 MESES	25
CADA AÑO	20



Pregunta 5

¿Le gustaría recibir asesoría para montar su propio negocio de ferretería de franquicia?

SI	70
NO	30



7 PLAN DE MARKETING



SHARK TOOLS

Los Detalles Hacen Las Mayores Diferencias

<http://felicillo2.wixsite.com/myhouse>



Suminramos todo tipo de tornillería drywall, hexagonal, milimétrica y pulgadas, golosos, Bristol con y sin cabeza, varilla roscada, tuercas, arandelas, herramienta eléctrica y manual para trabajo profesional y ocasional, entregamos a domicilio, se presta servicio de asesoría, se vende proyecto completo para que haga su propia ferretería.



<http://felicillo2.wixsite.com/myhouse>



HERRAMIENTA ELECTRICA



HERRAMIENTA MANUAL



<http://felicillo2.wixsite.com/myhouse>

7.1 Estrategia de Producto.

Se venderán en unidades de empaques de 5, 10, 100, 500, de tornillos en diferentes medidas.

Nuestros productos, se venderán, en bolsas plásticas de calibre 600 con la siguiente presentación:

Nuestro producto o tornillería se puede utilizar en distintas áreas, como lo son:

- Drywall
- Madera
- Lamina o metales
- Inoxidables
- Concreto
- La herramienta se podrá utilizar en:
- Metalmecánica
- Carpintería
- Demolición

Nuestros productos no tienen ni fortaleza ni debilidades frente a los productos de la competencia ya que poseen la misma y única descripción a nivel mundial, nosotros nos vamos a diferenciar y destacar por nuestro valor agregado como empresa, que es mantener el inventario personalizado por cada cliente para poder siempre mantener la disponibilidad del producto y mayor agilidad en el despacho del mismo, además de contar con una ficha técnicas personalizadas según cada cliente, para los productos que más consumen.



7.2 Estrategia de Precio

Los precios de lanzamiento se realizarán iguales a los de nuestro principal competidor, con el máximo de descuento que el da, para los clientes que nos compran al por mayor, en el caso de cliente al detal manejaremos un 10% por debajo de todos nuestros competidores.

7.3 Estrategia de Publicidad

Todos nuestros empaques tendrán nuestros logos y nombre de la empresa, se creará una página en Facebook en donde se les enviarán la invitación nuestros clientes, ya sean de las personas encargadas de compras o a la página de directa de la empresa, que nos pueden encontrar en Facebook como aherramientadetiburones.com

Adicional el primer vehículo que se adquiera para repartir la mercancía ira con todos los logos de la empresa, para clientes al por mayor que se les deje el mueble, el mueble será alusivo a la empresa con logo y nombre de nuestra empresa.

7.4 Desarrollo de Marca

Contáremos con un logo de un tiburón que sostiene una herramienta manual, se escogió el tiburón, porque demuestra imponencia, poder y fortaleza, que es lo que queremos demostrar para nuestros productos.

El nombre de nuestra empresa es **SHARK TOOLS**, que quiere decir herramienta de tiburones para que sea acorde con el logo.

7.5 Marca

Shark tools da tranquilidad y confianza en lo que hacemos y en lo que ofrecemos todo en pro de nuestros clientes.

7.6 Logo

- El color verde porque es un color llamativo y da vida a nuestro logo.
- El tiburón con la herramienta en la mano demuestra la fuerza, poder y la resistencia que tienen nuestros productos.
- En tornillo de forma ascendente indica que cada día queremos crecer más.
- La cinta envolviendo la palabra tools demuestra lo largo de la durabilidad de nuestros productos



7.7 Slogan

Juntos para alcanzar tu meta

7.8 Ventaja competitiva

Estudio permanente de las compras de nuestros clientes Con el fin de mantener disponibilidad inmediata y poder clasificar a nuestros clientes según la rentabilidad que aporten a nuestra empresa, esto nos permitirá tener un inventario proporcional al demandado, y por lo mismo se enviara un mensaje indirecto al cliente de excelente servicio, por lo menos para nuestros clientes de industria.

En el desarrollo tecnológico nos permitirá en optimizar comunicación y agilidad con nuestros clientes y van a sentir un servicio más personalizado, adicional de que inconscientemente se van a sentir parte de nuestra empresa al tener un usuario personalizado por cada cliente, la idea de este usuario es crear una dependencia del cliente con nuestra empresa, encontrando información de interés personalizado dirigida a cada cliente por aparte.

Con los incentivos dirigidos hacia los empleados y en especial a la fuerza de ventas es que se sientan motivados a incrementar las ventas y el buen servicio, mantener asesores mucho más capacitados y con conocimientos superiores a los vendedores de nuestra competencia.

En el área logística vamos a tener unidades de empaque, lo cual nos va reducir el tiempo de entrega hasta en un 50%, y en mano de obra lograremos reducir hasta el 50%. Lo cual nos reducirá costos y mejor servicio los cual terminará beneficiando al cliente.

7.9 Ventaja comparativa

Vamos a tener productos iguales a la competencia de igual calidad de igual precio o más bajos pero lo que nos diferencia es en la rapidez de entrega de los pedidos y el acompañamiento personalizado que tenemos con nuestros clientes

7.10 Estrategia de Promoción

Inicialmente se van a manejar diferentes descuentos después de 500000 pesos en compras de diferentes productos se les dará un 5%, también se va a manejar la mercancía en consignación teniendo muebles de exhibición y mostradores adicionalmente tendrán una persona que los visitara periódicamente para hacerles impulso a los productos.

Por la compra de una herramienta lleve la otra a mitad de precio

Combos de herramienta como:

Pulidora + taladro

Pulidora de 9" + pulidora de 4 ½"

Taladro percutor + taladro atornillador

Rotomartillo + taladro de rotación

7.11 Campaña Publicitaria

Se realizaran eventos en los cuales se harán demostraciones de las herramientas donde se demuestre el manejo y su tipo de uso, se entregaran volantes un promedio de 300 por día informando sobre nuestro servicio y/o producto y cada cliente que esté interesado y muestre el volante se le hará un descuento especial o se le dará un obsequio.

7.12 Estrategia de Distribución

La distribución será inicialmente en Bogotá y sus alrededores como Soacha, chía, Cajicá, etc. los envíos se realizarán en 2 motos que llevaran la mercancía a los diferentes puntos, también tendremos un Mercadería que tomara los pedidos, estos serán entregados en un plazo de 3 días hábiles y cuando un pedido sea grande en volumen se contratara un vehículo para la entrega esto solo sería eventualmente.

7.13 Canales

Se maneja un canal directo entre nosotros y el cliente ya que la transición de la mercancía va a ser mucho más rápida en el tema del despacho y entrega de la misma.

Otro que se podría manejar es la entrega de la mercancía proveedor cliente siempre y cuando el pedido sea bastante grande.

7.14 Logística

Se manejaran dos tipos de logística uno de entrada y uno de salida

ENTRADA

- adquisición del producto
- recepción
- entrada del transporte
- manejo de inventario
- almacenamiento del producto

SALIDA

- canal de reposición
- canal de pedidos
- salida del transporte
- distribución del producto
- valor agregado al proceso

7.15 Ejecución Comercial

Se empezara a revisar los productos con mayor rotación en el mercado y se harán apuestas de producto y negociación con los proveedores para adquirir promociones y así incrementar las ventas en tanto los productos de mayor rotación y como un impulso a los de menor rotación.

También se observaran nuevas propuestas y nuevos productos para ingresarlos a nuestro mercado haciendo negociaciones con los proveedores.

7.16 Habilidades Comerciales y Administrativas

- Capacidades argumentativas (ventajas y beneficios)
- Capacidad de despertar interés (captar la atención del cliente).
- Argumentar objeciones (cierre de la venta)
- Llegar a un acuerdo (negociación)

7.17 Proyección de ventas

SHARK TOOLS						
COMPORTAMIENTO DE CARTERA						
DESCRIPCIÓN	HORIZONTE DEL PROYECTO					TOTAL
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas	411.999.996	424.359.996	437.090.796	450.203.520	463.709.625	2.187.363.932
Menos: Saldo Final (*)	0	0	0	0	0	0
Ingreso por ventas	411.999.996	424.359.996	437.090.796	450.203.520	463.709.625	2187363932

7.18 Política de Cartera

Se manejaran dos tipos de cartera una que es a 15 y 30 días y la otra es por mercancía en consignación pero solo en ciertas referencias ya que se pagara hasta cuando el cliente la venda.

7.19 Presupuesto del plan de Mercado

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transporte de Producto Terminado	405.646	2.395.566	6.666.578	6.476.214	5.298.091
Papelería	50.000	65.000	75.000	90.000	90.000
Visitas Comerciales	500.000	1.000.000	1.040.000	1.081.600	1.124.864
Elaboración Propuesta Comercial	30.000	200.000	208.000	216.320	224.973
Despacho de Pedidos	40.000	200.000	240.000	289.200	362.946
Creación Sitio Web	500.000	200.000	208.000	216.320	224.973
Tarjetas de Presentación	11.500	13.000	13.780	14.469	15.337
Diseño e Impresión Afiche Publicitario		50.000	52.000	54.000	56.000
Servicio Posventa (llamadas)	20.000	500.000	600.000	636.000	674.160
Video Institucional		500.000	70.000	75.000	80.000
TOTAL	1.557.146	5.123.566	9.173.358	9.149.123	8.151.345

8 ESTUDIO FINANCIERO Y CONTABLE

8.1 Objetivo del Estudio Financiero

Todo el esfuerzo desarrollado por la gestión financiera debe tender hacia un fin, MAXIMIZAR EL VALOR DE LA EMPRESA ese fin corresponde, por lo general, al propósito de los accionistas, inversionistas o dueños, de incrementar su propia riqueza, es decir, su inversión. El valor de la empresa es un concepto muy complejo de entender en la vida práctica, pero podemos decir que se resume en el valor de mercado de cada acción o aporte social, y de que de alguna manera, a través del tiempo, el valor promedio de las acciones refleja el éxito o el fracaso de la gestión financiera.

8.2 Proyección de Ingresos

PROYECCIÓN - PROMEDIO INGRESOS MENSUALES	
Promedio Ventas	Vr Mes
Producto 1	34.333.333
Producto 2	
Producto 3	
Producto 4	
Producto 5	
Producto 6	
TOTAL	34.333.333

PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS OPERATIVOS						
INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Por Ventas						
Producto 1	411.999.996	424.359.996	437.090.796	450.203.520	463.709.625	2.187.363.932
Producto 2	0	0	0	0	0	0
Producto 3	0	0	0	0	0	0
Producto 4	0	0	0	0	0	0
Producto 5	0	0	0	0	0	0
Producto 6	0	0	0	0	0	0
Total Ingresos de operación	\$ 411.999.996	\$ 424.359.996	\$ 437.090.796	\$ 450.203.520	\$ 463.709.625	\$ 2.187.363.932

8.3 Proyección de Egresos

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	
Concepto	Vr Mes
Gastos de personal	0
Otros Gastos de personal (externos)	
Honorarios Contador	300000
Servicios Publicos	420000
Gastos papeleria y otros	40000
Publicidad	83333
Arriendo Oficina	500000
Diversos	350000
Depreciaciones Administrativas	
TOTAL	1693333

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de personal	105.278.352	108.752.537	112.341.371	116.048.636	119.878.241	562.299.138
Otros gastos de personal	0	0	0	0	0	0
Honorarios Contador	3.600.000	3.718.800	3.841.520	3.968.291	4.099.244	19.227.855
Servicios Publicos	5.040.000	5.206.320	5.378.129	5.555.607	5.738.942	26.918.997
Gastos papeleria y otros	480.000	495.840	512.203	529.105	546.566	2.563.714
Publicidad	999.996	1.032.996	1.067.085	1.102.299	1.138.674	5.341.050
Arriendo Oficina	6.000.000	6.198.000	6.402.534	6.613.818	6.832.074	32.046.425
Diversos	4.200.000	4.338.600	4.481.774	4.629.672	4.782.452	22.432.498
Depreciaciones Administrativas	752.900	752.900	752.900	752.900	752.900	3.764.500
Total Gastos Admon	126.351.248	130.495.993	134.777.515	139.200.328	143.769.093	674.594.177

8.4 Flujo de Caja

SHARK TOOLS						
FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS DE EFECTIVO						
Ingreso por ventas		\$ 561.600.000	\$ 589.680.000	\$ 619.164.000	\$ 650.122.200	\$ 682.628.310
EGRESOS DE EFECTIVO						
Compras Mp / Inventarios		\$ 381.600.000	\$ 394.956.000	\$ 408.779.460	\$ 423.086.741	\$ 437.894.777
Nómina Operativa		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Costos Indirectos de Fabricación		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Gastos Admon y Ventas		\$ 129.744.000	\$ 133.895.808	\$ 138.180.474	\$ 142.602.249	\$ 147.165.521
Pago de Impuesto de Renta		\$ 0	\$ 0	\$ 5.527.219	\$ 5.620.000	\$ 7.362.200
Pago de Dividendos			\$ 5.487.548	\$ 4.688.138	\$ 4.400.250	\$ 4.100.289
Pago de deuda		\$ 8.700.600	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
Total egresos de Efectivo		\$ 520.044.600	\$ 540.339.356	\$ 563.175.291	\$ 581.709.240	\$ 602.522.787
Flujo Neto de efectivo Operativo		\$ 41.555.400	\$ 49.340.644	\$ 55.988.709	\$ 68.412.960	\$ 80.105.523
Inversiones	-\$ 39.893.184					
Flujo Neto Total	-\$ 39.893.184	\$ 41.555.400	\$ 49.340.644	\$ 55.988.709	\$ 68.412.960	\$ 80.105.523
Mas: Saldo Inicial de Caja			\$ 41.555.400	\$ 64.768.900	\$ 83.378.000	\$ 102.564.800
Igual: Saldo Caja (Superavit o Deficit)		\$ 41.555.400	\$ 64.768.900	\$ 83.378.000	\$ 102.564.800	\$ 123.822.811
Flujo neto Acumulado	-39.893.184	\$ 81.448.584	\$ 130.789.228	\$ 186.777.937	\$ 255.190.897	\$ 335.296.420
Aporte del Emprendedor						
Flujo de Fondos						

8.5 Capital de trabajo

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
EMPRESA S.A.S.						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
Activos Corrientes						
Efectivo	0	29.510.992	53.669.477	74.194.759	94.933.111	118.289.199
Cuentas Por Cobrar		20.600.000	21.218.000	21.854.540	22.510.176	23.185.481
Inventarios						
Total Activos Corrientes		50.110.992	74.887.477	96.049.299	117.443.287	141.474.680
Activos No Corrientes						
No Depreciables						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
ACTIVOS FIJOS						
Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipos	0	0	0	0	0	0
Equipos Computo y comunic	3.040.000	3.040.000	3.040.000	3.040.000	3.040.000	3.040.000
Muebles y Enseres	1.449.000	1.449.000	1.449.000	1.449.000	1.449.000	1.449.000
Vehículos		24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000
Total Activo Fijo Depreciable	4.489.000	28.489.000	28.489.000	28.489.000	28.489.000	28.489.000
(-) Depreciación Acumulada		5.552.900	11.105.800	16.658.700	22.211.600	27.764.500
Total Activo Fijo Depreciable	4.489.000	22.936.100	17.383.200	11.830.300	6.277.400	724.500
Activos Diferidos	450.000	360.000	270.000	180.000	90.000	0
TOTAL ACTIVOS	4.939.000	73.407.092	92.540.677	*****	123.810.687	142.199.180
PASIVO Y PATRIMONIO						
Pasivos Corrientes						
Proveedores		40.011.418	41.411.817	42.861.231	44.361.374	45.914.022
Otros Pasivos Corrientes						
Porción Corriente Pasiv a Largo						
Pasivos Financieros a Corto Plazo						
Impuesto de Renta y Cree por Pagar		0	0	4.369.319	5.725.684	4.019.730
Total pasivos Corrientes	0	40.011.418	41.411.817	47.230.550	50.087.058	49.933.752
Pasivos No Corrientes						
Pasivos Financieros						
Cuentas por pagar		41.200.000	42.436.000	43.709.000	45.020.000	46.370.000
Total pasivos No Corrientes	*****	41.200.000	42.436.000	43.709.000	45.020.000	46.370.000
TOTAL PASIVOS	0	81.211.417	83.847.817	90.939.629	95.107.410	96.304.714
PATRIMONIO						
Capital	4.939.000	4.939.000	4,939.000	4,939.000	4,939.000	4,939.000
Utilidades Retenidas		0	23,429.911	42,182.464	52,668.830	57,249.377
Utilidades del Ejercicio		29,287.388	23,440.692	13,107.957	5,725.684	1,339.910
TOTAL PATRIMONIO	-7.804.325	8.692.860	17.119.969	17.119.969	28.703.277	45.894.466
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		73.407.092	92.540.677	108.059.599	123.810.687	142.199.180

CAPITAL DE TRABAJO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-7.804.325	8.692.860	17.119.969	28.703.277	45.894.466

8.6 Fuentes de Financiación /Apalancamiento

CRÉDITO BANCARIO						
DESCRIPCIÓN	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Valor del crédito	20.000.000					
Tasa de Interés	7,0%					
Saldo de Capital	20.000.000	20.000.000	16.522.186	13.678.739	10.636.251	7.380.788
Cuota Fija	4.877.814	4.877.814	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000
Pago Intereses		1.400.000	1.156.553	957.512	744.538	516.655
Abono a Capital		3.477.814	2.843.447	3.042.488	3.255.462	3.483.345

APORTES SOCIOS	
Nombres	Aportes
Socio 1	24.000.000
Socio 2	2.000.000
Socio 3	2.000.000
Total Aportes	28.000.000

8.7 Monto del préstamo

SHARK TOOLS						
Monto:	48.218.943,61	Pesos	Interés anual:	17.46	TEA	
Cuotas:	36	mensuales	Interés Men:	1.35%	TEM	
Sistema:	COLOMBIA		Entidad	Bancolombia		
			seguro de vida	57.862,73		
Cuotas	Abono a Capital	Abono a Intereses	Cuota mensual	seguro de vida	cuota mensual mas seguro	saldo
Saldo Inicial	-	-	-	57.862,73	-	48.218.943,61
1	1.049.044,26	650.955,74	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	47.169.899,35
2	1.063.206,36	636.793,64	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	46.106.692,99
3	1.077.559,64	622.440,36	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	45.029.133,35
4	1.092.106,70	607.893,30	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	43.937.026,65
5	1.106.850,14	593.149,86	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	42.830.176,51
6	1.121.792,62	578.207,38	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	41.708.383,89
7	1.136.936,82	563.063,18	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	40.571.447,07
8	1.152.285,46	547.714,54	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	39.419.161,61
9	1.167.841,32	532.158,68	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	38.251.320,29
10	1.183.607,18	516.392,82	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	37.067.713,11
11	1.199.585,87	500.414,13	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	35.868.127,24
12	1.215.780,28	484.219,72	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	34.652.346,96
13	1.232.193,32	467.806,68	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	33.420.153,64
14	1.248.827,93	451.172,07	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	32.171.325,71
15	1.265.687,10	434.312,90	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	30.905.638,61
16	1.282.773,88	417.226,12	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	29.622.864,73
17	1.300.091,33	399.908,67	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	28.322.773,40
18	1.317.642,56	382.357,44	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	27.005.130,84
19	1.335.430,73	364.569,27	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	25.669.700,11
20	1.353.459,05	346.540,95	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	24.316.241,06
21	1.371.730,75	328.269,25	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	22.944.510,31
22	1.390.249,11	309.750,89	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	21.554.261,20
23	1.409.017,47	290.982,53	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	20.145.243,73
24	1.428.039,21	271.960,79	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	18.717.204,52
25	1.447.317,74	252.682,26	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	17.269.886,78
26	1.466.856,53	233.143,47	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	15.803.030,25
27	1.486.659,09	213.340,91	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	14.316.371,16
28	1.506.728,99	193.271,01	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	12.809.642,17
29	1.527.069,83	172.930,17	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	11.282.572,34
30	1.547.685,27	152.314,73	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	9.734.887,07
31	1.568.579,02	131.420,98	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	8.166.308,05
32	1.589.754,84	110.245,16	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	6.576.553,21
33	1.611.216,53	88.783,47	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	4.965.336,68
34	1.632.967,95	67.032,05	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	3.332.368,73
35	1.655.013,02	44.986,98	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	1.677.355,71
36	1.677.355,70	22.644,30	1.700.000,00	57.862,73	1.757.862,73	0,01

8.8 El plazo

Nos pusimos la meta a largo plazo ya que contamos con 5 años para lograr los objetivos con una tasa de interés del 7%.

CRÉDITO BANCARIO

Número periodos (años)	5
Tasa de interés	7%

8.9 La amortización

Depreciación: desgaste por el uso, la obsolescencia o agotamiento del bien de capital. Relación con la amortización. · Puesto que la inversión se realiza al principio la amortización no implica un desembolso en efectivo, sino uno contable que permite ir recuperando el capital invertido y tiene efectos fiscales. · Su tratamiento en el flujo de fondos. · Para el cálculo de las amortizaciones, en los estudios de viabilidad se acepta generalmente la convención de que es suficiente aplicar el método lineal, sin valor residual. Las cuotas anuales uniformes se determinan como el cociente entre el valor de adquisición o construcción del bien y el número de años de vida útil que se prevé para el mismo. $\text{Cuota anual} = (\text{Valor inicial}) / (\text{Años de vida})$. · Criterio contable vs criterio fiscal. Ejemplo del caso de amortización acelerada.

8.10 El interés

CRÉDITO BANCARIO

Número periodos (años)	5
Tasa de interés	7%

ESTIMACIÓN DEL CRÉDITO	
Valor del crédito	20.000.000
Tasa de interés	7%

8.11 Balance de General

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
EMPRESA S.A.S.						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
Activos Corrientes						
Efectivo	0	29.510.992	53.669.477	74.194.759	94.933.111	118.289.199
Cuentas Por Cobrar		20.600.000	21.218.000	21.854.540	22.510.176	23.185.481
Inventarios						
Total Activos Corrientes		50.110.992	74.887.477	96.049.299	117.443.287	141.474.680
Activos No Corrientes						
No Depreciables						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
ACTIVOS FIJOS						
Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipos	0	0	0	0	0	0
Equipos Computo y comunic	3.040.000	3.040.000	3.040.000	3.040.000	3.040.000	3.040.000
Muebles y Enseres	1.449.000	1.449.000	1.449.000	1.449.000	1.449.000	1.449.000
Vehículos		24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000
Total Activo Fijo Depreciable	4.489.000	28.489.000	28.489.000	28.489.000	28.489.000	28.489.000
(-) Depreciación Acumulada		5.552.900	11.105.800	16.658.700	22.211.600	27.764.500
Total Activo Fijo Depreciable	4.489.000	22.936.100	17.383.200	11.830.300	6.277.400	724.500
Activos Diferidos	450.000	360.000	270.000	180.000	90.000	0
TOTAL ACTIVOS	4.939.000	73.407.092	92.540.677	*****	123.810.687	142.199.180
PASIVO Y PATRIMONIO						
Pasivos Corrientes						
Proveedores		40.011.418	41.411.817	42.861.231	44.361.374	45.914.022
Otros Pasivos Corrientes						
Porción Corriente Pasiv a Largo						
Pasivos Financieros a Corto Plazo						
Impuesto de Renta y Cree por Pagar		0	0	4.369.319	5.725.684	4.019.730
Total pasivos Corrientes	0	40.011.418	41.411.817	47.230.550	50.087.058	49.933.752
Pasivos No Corrientes						
Pasivos Financieros						
Cuentas por pagar		41.200.000	42.436.000	43.709.000	45.020.352	46.370.963
Total pasivos No Corrientes		*****	*****	*****	*****	*****
TOTAL PASIVOS	0	81.211.417	83.847.817	90.939.629	95.107.410	96.304.714
PATRIMONIO						
Capital	4.939.000	4.939.000	4.939.000	4.939.000	4.939.000	4.939.000
Utilidades Retenidas		0	23.429.911	42.182.464	52.668.830	57.249.377
Utilidades del Ejercicio		29.287.388	23.440.692	13.107.957	5.725.684	1.339.910
TOTAL PATRIMONIO		-7.804.325	8.692.860	17.119.969	29.703.277	45.894.466
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		73.407.092	92.540.677	108.059.599	123.810.687	142.199.180

8.12 Estado de Pérdidas y Ganancias- NO PAT

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
EMPRESA S.A.S.						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS BRUTAS	411.999.996	424.359.996	437.090.796	450.203.520	463.709.625	2.187.363.932
Menos:						
Costo de Venta	254.871.360	263.623.858	272.682.693	282.058.587	291.762.637	1.364.999.134
Compras Mp / Inventarios	250.071.360	258.823.858	267.882.693	277.258.587	286.962.637	1.340.999.134
Nomina Operativa	0	0	0	0	0	0
Costos indirectos de fabricacion	0	0	0	0	0	0
Depreciación Operativa	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	24.000.000
Utilidad Bruta en Ventas	157.128.636	160.736.138	164.408.103	168.144.933	171.946.988	822.364.798
Menos:						
Gastos de Administración	126.351.248	136.048.893	145.883.315	155.859.028	165.980.693	702.358.677
Amortización de Diferidos	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	450.000
Utilidad Operacional	30.687.388	24.597.245	18.434.788	12.195.905	5.876.295	91.791.621
Menos: Gastos Financieros	1.400.000	1.156.553	957.512	744.538	516.655	4.775.258
Util Antes de Impuestos	29.287.388	23.440.692	17.477.276	11.451.368	5.359.640	87.016.364
Menos Provisión de Impuestos	0	0	4.369.319	5.725.684	4.019.730	14.114.733
Utilidad Neta	29.287.388	23.440.692	13.107.957	5.725.684	1.339.910	72.901.631
Punto de Equilibrio	306.664.612	332.180.236	358.362.113	385.237.996	412.836.890	1.726.109.233

8.13 Indicadores Financieros

RATIOS DE LIQUIDEZ

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-------	-------	-------	-------	-------

Liquidéz < 1.5 Problemas a corto plazo. 2 > Circulante ocioso.

1,3 1,8 2,0 2,3 2,8

Prueba Acida = Ratio de tesorería. Aprox 1 ok, <1 Problemas del solvencia a corto plazo, >1 Tesorería osiosa,

1,3 1,8 2,0 2,3 2,8

Capital de trabajo (Expresado en miles de pesos)

10.100 33.476 48.819 67.356 91.541

1

RATIOS DE RENTABILIDAD

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-------	-------	-------	-------	-------

Rentabilidad patrimonial

-375% 270% 77% 20% 3%

Retabilidad de Activos

40% 25% 12% 5% 1%

Rentabilidad en Ventas

7% 6% 3% 1% 0%

Margen Bruto

38% 38% 38% 37% 37%

RATIOS DE SOLVENCIA

AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3 AÑO 4 AÑO 5

Endeudamiento Patrimonial

-1041% 965% 531% 331% 210%

Endeudamiento Total

111% 91% 84% 77% 68%

Apalancamiento Financiero

-941% 1065% 631% 431% 310%

RATIOS DE GESTIÓN

AÑO 1 AÑO 2 AÑO 3 AÑO 4 AÑO 5

Rotación de Activos

5,61 4,59 4,04 3,64 3,26

Rotación de Activos Fijos

14,46172 14,9 15,3 15,8 16,3

Días de Activo

64,1 78,5 89,0 99,0 110,4

Días de Activos

64,1 78,5 89,0 99,0 110,4

Rotación de Activos Corrientes

5,6 4,6 4,0 3,6 3,3

Días de Activo Corriente

64,1 78,5 89,0 99,0 110,4

Plazo de cobro

18,25 18,25 18,25 18,25 18,25

Plazo de pago

58,4 58,4 58,4 58,4 58,4

8.14 Valor Presente Neto (VPN)

	Actual	Pesimista	Optimista
Valor Presente Neto (VPN)	36.787.920	-15.472.047	89.047.888
Valor Presente Neto (Ingresos)	1.045.199.352	992.939.384	1.097.459.319
Valor Presente neto (Egresos)	979.472.432	979.472.432	979.472.432

8.15 Tasa Interna de Retorno (TIR)

	Actual	Pesimista	Optimista
Tasa Interna de retorno (TIR)	86%	-16%	157%

8.16 Tasa de Cambio

Se manejara así

En compra		4%
En venta		6%

8.17 Análisis Financiero

<i>Análisis de sensibilidad</i>						
SHARK TOOLS						
ANÁLISIS PROBABLE						
Análisis Actual	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos de Efectivo		370.799.996	381.923.996	393.381.716	405.183.168	417.338.663
Egresos de Efectivo		341.289.004	357.765.511	372.856.435	384.444.816	393.982.575
Flujo Neto de efectivo operativo		29.510.992	24.158.485	20.525.282	20.738.352	23.356.088
Inversiones	-28.939.000	0	0	0	0	0
Flujo Neto Total	-28.939.000	29.510.992	24.158.485	20.525.282	20.738.352	23.356.088
SHARK TOOLS						
ANÁLISIS PESIMISTA						
95%	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos de Efectivo		352.259.997	362.827.796	373.712.630	384.924.009	396.471.730
Egresos de Efectivo		341.289.004	357.765.511	372.856.435	384.444.816	393.982.575
Flujo Neto de efectivo operativo		10.970.993	5.062.285	856.196	479.193	2.489.155
Inversiones	-28.939.000	0	0	0	0	0
Flujo Neto Total	-28.939.000	10.970.993	5.062.285	856.196	479.193	2.489.155
SHARK TOOLS						
ANÁLISIS OPTIMISTA						
105%	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos de Efectivo		389.339.996	401.020.196	413.050.802	425.442.326	438.205.596
Egresos de Efectivo		341.289.004	357.765.511	372.856.435	384.444.816	393.982.575
Flujo Neto de efectivo operativo		48.050.992	43.254.685	40.194.367	40.997.510	44.223.021
Inversiones	-28.939.000	0	0	0	0	0
Flujo Neto Total	-28.939.000	48.050.992	43.254.685	40.194.367	40.997.510	44.223.021

Conclusiones

Este trabajo nos sirvió de cómo darle manejo a una empresa lo compleja y a la vez lo difícil que puede ser crear una empresa, pero pues eso se soluciona en el día a día y a las experiencias que tengamos comprendimos que una empresa puede a ser más que un sueño y que si contamos con los recursos y la actitud se pueden llevar a cabo. También de tener la mente abierta para todos los proyectos que tenemos y las ideas plasmadas en este trabajo.

Bibliografía

<http://fierros.com.co/revista/ediciones-2013/proyecciones-fierros-2013/economia-proyecciones/cual-sera-el-impacto-de-la-economia-para-el-sector-3.htm>

www.wikipedia.com

<http://www.andi.com.co/>

www.google.com

<http://www.5fuerzasdeporter.com/>

<https://www.gerencie.com/contrato-de-trabajo-a-termino-indefinido.html>

http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones/16277/leyes_marco_del_desarrollo_empresarial

<http://ejemplosde.org/empresas-y-negocios/valores-de-empresas/#ixzz5SM7qoKwr>

http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones/16277/leyes_marco_del_desarrollo_empresarial

<http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones/imprimir/2761/>

<http://www.ccb.org.co>