

Innovative panel

William Esteban Calvo Hernández, Yeisson Humberto Perez Celis.
Octubre 2018.

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior.
Bogotá D.C.
Opción De Grado I I– Creación De Empresa

TABLA DE CONTENIDO

Objetivo	6
Introducción	7
Desarrollo de la idea	8
Objetivo general.....	9
Marco legal	9
ESTATUTOS SOCIALES	10
TITULO I.....	10
TITULO II	11
TITULO III.....	12
TITULO IV.....	13
TITULO V	15
CAPITULO I	15
CAPITULO II.....	17
TITULO VI.....	19
TITULO VII	20
TITULO VIII	22
TITULO IX.....	23
Misión.....	26
Visión.....	27

Valores	27
Objetivos específicos	27
Análisis de PESTEL	28
Análisis de las cinco fuerzas de Porter	30
El poder de negociación de los proveedores.....	30
El poder de negociación de los compradores	30
Amenaza de nuevos entrantes.....	30
La amenaza de productos sustitutos	30
Rivalidad competitiva dentro de una industria	30
Fuerza inductora	31
Fuerzas opositoras.....	31
Cadena de valor	32
Abastecimiento	32
Desarrollo tecnológico.....	32
Recursos Humanos	32
Infraestructura.....	32
Estrategia competitiva (Componente Innovador)	33
1. ESTUDIO DE MERCADOS.....	33
Objetivos del estudio de mercado.....	33
Segmentación.....	34
Metodología de estudio de mercado	34
Análisis concluyente	35

Plan de Marketing.....	36
Primera etapa: Reconocimiento	36
Segunda etapa: buscar inversionistas.....	36
Estrategias de productos	37
Estrategia de precios	37
Estrategia de publicidad.....	37
Desarrollo de marca	37
Logo y slogan.....	38
Ventaja Competitiva	38
Ventaja comparativa	38
Estrategia de promoción	39
Promociones o estrategias.....	39
Campana publicitaria	39
Estrategia de distribución.....	39
Canales de distribución.....	39
Logística.....	40
Demanda.....	40
Pedidos.....	40
Transporte.....	40
Cobros.....	40
Ejecución comercial.....	41

Habilidades Comerciales	41
Preguntar	41
Escuchar	41
Empatizar	42
Estimular	42
Convencer	42
Habilidades Administrativas	42
Técnicas	42
Humanas	42
Conceptuales	43
Proyección de ventas	43
Política de cartera	43
Plan de mercado	43
Conclusiones	45
Bibliografía y Cibergrafía	46

Objetivo

En este proyecto buscamos utilizar las energías renovables de una forma diferente para ayudar al medio ambiente y que sea de gran ayuda para la vida cotidiana de las personas de la sociedad.

Introducción

Los paneles solares, son dispositivos tecnológicos que pueden aprovechar la luz solar convirtiéndola en energía que puede ser utilizada en la vida cotidiana.

Hay varios tipos de paneles solares como: fotovoltaicos, térmicos, termodinámicos y los paneles solares caseros.

En este trabajo trabajaremos con los fotovoltaicos, estos fueron los primeros paneles que demostraron que el autoabastecimiento es posible mediante el aprovechamiento de la energía proveniente del sol. Este tipo de paneles puede ser de cualquier tamaño, desde pocos centímetros hasta decenas de metros.

Su funcionamiento se base en la incidencia de los rayos del sol en el panel, por lo que es básica su correcta orientación. La luz del sol transmite energía a los electrones, permitiendo así que estos se separen de protones y neutrones y “escapen” del panel en forma de electricidad. Si bien este tipo de paneles solares tuvo mucho éxito en su momento, hoy en día ya ha caído un poco en desuso debido a que son demasiado aparatosos, tienen un alto coste y no ofrecen un rendimiento tan bueno como otros tipos de paneles solares.

Desarrollo de la idea

Decidimos usar este tipo de panel para nuestro proyecto porque es un dispositivo poco utilizado en algo personal, algo pequeño para ayudar a la gente con una problemática actual la cual es mantener nuestros dispositivos electrónicos cargados en cualquier momento, además es un dispositivo que promueve las energías limpias o renovables. Nuestro proyecto se basa en agregar un compartimiento a cualquier tipo de maleta donde se ubicaría el panel solar. Este dispositivo al ser pequeño no estorbara a las personas en su rutina además le ayudaría a solucionar la problemática de la batería de los dispositivos electrónicos, y de una forma ayudaría al medio ambiente.

Este producto es relativamente económico a comparación de los otros dispositivos que permiten cargar por cierto lapso de tiempo ciertos dispositivos como los celulares, nuestro producto les ofrece a nuestros clientes solucionar este problema sin necesidad de estar conectados a un tomacorriente sin poder moverse, al estar instalado el panel solar en las maletas en cualquier momento del día nuestros dispositivos van a tener batería en todo momento. Esta idea nos da libertad de desplazarnos hacia cualquier lado, ayuda al medio ambiente al ser energías renovables las que utilizamos.

El principal inconveniente en nuestro producto es la creencia de las personas de que en los días nublados o lluviosos no se cargará el dispositivo, pero los paneles solares son funcionales en todo momento del día porque se alimentan de los rayos UV, aunque también se plantea la idea de adaptar un sistema que almacene la energía que se recoja durante el tiempo de alta radiación solar, para que el dispositivo siempre tenga reservas de energía.

Nuestro mercado se enfocaría a las personas jóvenes las cuales hoy en día siempre están conectados a través de algún dispositivo electrónico y por esta razón en todo momento necesitan energía en un su dispositivo, además las personas siempre necesitan moverse

de un lugar para otro, siendo nuestro producto ideal para ellos, al tener siempre una opción que no les limite su movimiento y que les ayude a cargar sus dispositivos en cualquier momento y lugar.

Objetivo general

Buscar de una manera diferente e innovadora los diversos usos de la energía solar creando un producto donde podremos suplir algunas de las problemáticas de la comunidad actual como lo son los altos costos de energía y contribuir con el medio ambiente.

Marco legal

DOCUMENTO PRIVADO DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA S.A.S

“Innovative panel S.A.S”

Entre los suscritos a saber William Esteban Calvo Hernández mayor de edad, con domicilio en la ciudad de Bogotá., de nacionalidad colombiana, de estado civil 1014286234 de Bogotá, identificado con cédula de ciudadanía número soltero y Yeisson Humberto Perez Celis mayor de edad, con domicilio en la ciudad de Bogotá., de nacionalidad colombiana, de estado civil soltero, identificado con cédula de ciudadanía número 1023022960 de Bogotá celebramos el presente contrato de sociedad, el cual se regirá por los siguientes estatutos:

ESTATUTOS SOCIALES

“Innovative panel S.A.S”

NOMBRE

TITULO I

ACCIONISTAS, RAZÓN SOCIAL, DOMICILIO Y DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO PRIMERO. -ACCIONISTAS: Son accionistas de la sociedad y su participación es de

Socio	Participación	Capital
William Esteban Calvo Hernández	50%	\$500.000
Yeisson Humberto Perez Celis	50%	\$500.000
Capital total	100%	\$1'000.000

ARTÍCULO SEGUNDO. -RAZÓN SOCIAL: La razón social de la compañía será

“Innovative panel S.A.S”

ARTÍCULO TERCERO. -DOMICILIO: La Sociedad tendrá su domicilio social en la ciudad de cra 111 a # 88 b 51 en la República de Colombia, y se podrán establecer sucursales o agencias dentro o fuera del país.

ARTÍCULO CUARTO. -DURACIÓN: La sociedad se constituye por término ilimitado.

TITULO II

OBJETO SOCIAL

ARTÍCULO QUINTO. -OBJETO SOCIAL: La sociedad tendrá como objeto principal

las siguientes actividades:

Venta de paneles solares

Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

En desarrollo de su objeto social la sociedad podrá:

1. a) Celebrar y ejecutar en cualquier lugar todo acto o contrato cualesquiera operaciones comerciales o civiles que estén directamente relacionadas con su objeto social.
2. b) Representar firmas nacionales o extranjeras, que tengan que ver con el objeto social.
3. c) Comprar, vender, gravar, dar o tomar en arriendo bienes inmuebles. d) Dar y recibir dinero a cualquier título, con interés o sin él, con garantías o sin ellas.
4. e) Girar, aceptar, negociar, descontar, endosar, adquirir, avalar, protestar, pagar letras de cambio, pagarés, cheques y en general, toda clase de títulos valores y demás documentos civiles y/o comerciales, o aceptarlos en pago.
5. f) Tomar parte como sociedad accionista en otras compañías que tengan un objeto social similar o complementario al propio, mediante el aporte de dinero o bienes o la adquisición de acciones o parte de ellas, fusionarse con otras sociedades o absorberlas.
6. g) Abrir establecimientos de comercio para desarrollar su objeto social
7. h) Transigir, desistir y apelar decisiones arbitrales o judiciales en las cuestiones que tenga interés frente a terceros, a los asociados mismos o a sus trabajadores.

El objeto social puede ser indeterminado, los tercetos que van a contratar con las SAS no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividad que lo conforman

TITULO III

CAPITAL Y ACCIONES

ARTÍCULO SEXTO. -CAPITAL: La sociedad tiene un capital autorizado [JN3] de un millón de pesos (\$1.000.000) moneda legal colombiana, dividido en mil acciones (1.000) ordinarias de valor nominal de mil pesos (\$1.000) cada una.

A la fecha de constitución de la sociedad, el capital suscrito [JN4] un millón de pesos (\$1.000.000) moneda legal colombiana, dividido en mil acciones (1.000) ordinarias de valor nominal de mil pesos (\$1.000) cada una.

A la fecha del presente documento el capital pagado [JN5] un millón de pesos (\$1.000.000) moneda legal colombiana, dividido en mil acciones (1.000) ordinarias de valor nominal de mil pesos (\$1.000) cada una.

El pago del capital se puede diferir por un plazo máximo de dos años sin que sea necesario el aporte mínimo de ningún monto. La sociedad puede acordar la forma en que se realizara el pago del capital.

En Colombia está permitida que la aportación de los socios, se realice mediante dinero, el aporte de un bien, industria (trabajo) e incluso un derecho, por lo que, a manera de ejemplo, es posible que se haga la cesión de una promesa de compraventa, un pleito o un nombre comercial.

PARÁGRAFO: La responsabilidad personal de los socios queda limitada al monto de sus respectivos aportes de conformidad a lo dispuesto en el artículo 1 de la Ley 1258 de 2008.

TITULO IV

ACCIONES

ARTÍCULO SÉPTIMO. -CARACTERÍSTICAS. Las acciones en que se divide el capital social serán ordinarias, nominativas y de capital, las cuales confieren a su titular el derecho de emitir un voto por acción. Por decisión absoluta de la Asamblea de Accionistas podrán crearse diversas clases y distintas series de acciones; sus términos y condiciones serán los previstos en la Ley para la clase o serie de acciones que sean emitidas.

Es posible crear diversas clases y series de acciones,

Acciones de pago, aquellas con las cuales se puede cancelar obligaciones laborales, caso en el cual, es necesario ajustarse a lo dispuesto en la legislación laboral respecto a los pagos en especie, puesto que el hecho de pagar a un empleado con acciones, constituye un pago en especie.

Acciones privilegiadas; (Implican mayores derechos en la votación)

Acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto;

Acciones con dividendo fijo anual

PARÁGRAFO: El registro de los accionistas de la sociedad, se hará en el Libro de Registro de Accionistas inscrito en la Cámara de Comercio de la ciudad de Domicilio, indicando sus datos personales y las características de las acciones.

ARTÍCULO OCTAVO. -NEGOCIACIÓN Y SUSCRIPCIÓN PREFERENCIAL.

Las acciones ordinarias y las clases o series que se creen, serán libremente negociables, sin embargo, en su negociación o en toda nueva emisión de acciones, sea cualquiera su clase o serie, los accionistas tendrán derecho a suscribirlas preferencialmente, en una cantidad proporcional a su participación en el capital social.

El accionista que pretenda negociar libremente sus acciones, primero deberá solicitar al Gerente de la sociedad de su intención de negociarlas, para agotar el derecho de suscripción preferencial.

Éste dará traslado a los accionistas dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a que fue recibida la noticia, indicando el número, valor de acciones a negociar y la forma de pago.

Una vez recibida la oferta, los accionistas dispondrán de cinco (5) días hábiles para manifestar por escrito su interés de adquirir dichas acciones. Vencido el plazo, y si no han sido adquiridas en todo o parte por los accionistas, las acciones serán libremente negociables.

Es posible establecer excepciones al derecho de preferencia como la transferencia de fiducias de tipo mercantil, o por el contrario está la posibilidad de prohibir la negociación de acciones por un término no superior a 10 años. Este término puede ser prorrogado por periodos adicionales siempre y cuando no exceda de 10 años.

Es recomendable que se establezca los mecanismos y mayorías necesarias para la adquisición de acciones propias.

Es recomendable regular en artículos separados lo relativo a

EXPEDICIÓN DE TITULOS

TITULOS PROVICIONALES

CONTENIDO DE LOS TÍTULOS

EXPEDICIÓN DE DUPLICADOS

MORA EN EL PAGO DE ACCIONES SUSCRITAS

INDIVISIBILIDAD DE LAS ACCIONES

TRANSMISIÓN DE ACCIONES POR SUCESIÓN O POR SENTENCIA

JUDICIAL

EMBARGO DE ACCIONES

CESIÓN DE LOS DERECHOS INHERENTES A LA CALIDAD DE ACCIONISTA

TITULO V

ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD

ARTÍCULO NOVENO. -ESTRUCTURA DE LA SOCIEDAD. La organización y dirección de la sociedad estarán a cargo de la Asamblea de Accionistas y del Gerente.

CAPITULO I

ASAMBLEA DE ACCIONISTAS:

ARTÍCULO DÉCIMO. -COMPOSICIÓN, FUNCIONES Y REUNIONES: La Asamblea de Accionistas ejercerá como funciones las establecidas en el artículo 420 del Código de Comercio.

Las SS.AA.SS. permite que los accionistas celebren acuerdos sobre cualquier asunto lícito, por lo que es perfectamente posible pactar sobre, sindicación del voto, representantes de las acciones, restricciones para transferir, sucesión por causa de muerte de alguno de los socios. Es perfectamente posible incluso establecer un protocolo de familia

ARTÍCULO UNDÉCIMO. -REUNIONES La Asamblea de Accionistas podrá reunirse en el domicilio social o fuera de él, en reuniones ordinarias, extraordinarias, universales, por derecho propio, por comunicación simultánea, o de primera o segunda convocatoria, aunque no esté presente un quórum universal, siempre y cuando se cumplan con los requisitos de convocatoria y quórum que se establecen en los Artículos Décimo Segundo y Décimo Tercero de los Estatuto.

Siempre que se haya cumplido lo estipulado respecto a la convocatoria- Las SAS permiten que los accionistas puedan reunirse por fuera del domicilio social, aunque no está presente un quórum universal,

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO. -CONVOCATORIA: Para todas las reuniones, incluyendo en las que se aprueben balances de fin de ejercicio u operaciones de transformación, fusión o escisión, la Asamblea de Accionistas será convocada por el Gerente, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles anteriores a la reunión, en la cual se deberá indicar el orden del día a tratar en la reunión.

PARÁGRAFO PRIMERO: En el aviso de primera convocatoria podrá incluirse la fecha en que habrá de realizarse la reunión de segunda convocatoria, en caso de no llevarse a cabo la primera reunión, en todo caso deberá observarse los términos de ley para su celebración.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados o al derecho de inspección, mediante comunicación escrita enviada al Gerente, antes, durante o después de la sesión correspondiente.

Es posible renunciar al derecho a ser convocados antes, durante y después de la junta.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO. -QUÓRUM DELIBERATORIO Y DECISORIO: La Asamblea de Accionistas deliberará con uno o varios accionistas que representen cuanto menos la mitad más una de las acciones suscritas. Salvo que la Ley disponga una mayoría calificada, las decisiones se tomarán mediante el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente la mitad más una de las acciones presentes al momento de tomar la decisión.

A las SS.AA.SS. no le es aplicable la prohibición respecto a que los empleados ya administradores de la sociedad puedan representar en la junta de socios acciones diferentes a las propias.

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO. -ACTAS: De las decisiones tomadas en las Asambleas de Accionistas se deberá dejar constancia de las determinaciones en actas que serán asentadas en el Libro de Actas de la sociedad.

CAPITULO II

GERENTE

ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO. -DESIGNACIÓN: La representación legal y dirección administrativa de la sociedad estará a cargo del Gerente, quien será nombrado por la Asamblea de Accionistas. En caso de ser nombrado por la Asamblea de Accionistas, será nombrado un Suplente, quien reemplazará al Gerente en sus faltas absolutas, temporales o accidentales.

Las SAS solo se encuentran obligadas a tener revisor fiscal cuando sobrepase el límite al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior de activos por cinco mil salarios mínimos Y/O sus ingresos brutos durante el año inmediatamente anterior sean o excedan al equivalente a tres mil salarios mínimos.

PARÁGRAFO: La designación del Gerente y Suplente será por el término que designe la Asamblea de Accionistas, si esta no lo fija, se entenderá designado indefinidamente.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO. -FUNCIONES: El Gerente o Suplente además de las funciones y atribuciones legales, podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos para la ejecución del objeto social o las actividades directamente

relacionadas con la existencia y funcionamiento de la sociedad, que no hayan sido atribuidas expresamente a otro órgano social.

Sugerimos las siguientes funciones

Ejecutar los acuerdos y resoluciones de la Asamblea General de Accionistas. 2) Ejercer la representación legal de la sociedad en todos los actos y negocios sociales, pudiendo delegarla en el suplente. 3) Representar a la sociedad judicial y extrajudicialmente, ante terceros y ante cualquier clase de autoridades judiciales y administrativas, pudiendo constituir mandatarios o apoderados judiciales y extrajudiciales. 4) Celebrar libremente los actos y contratos relacionados con el desarrollo del objeto social, salvo aquellos establecidos en el artículo 43 relativo a las funciones de la asamblea. 5) Convocar a la asamblea general de accionistas a reuniones ordinarias y extraordinarias. 6) Presentar a la Asamblea General de Accionistas el proyecto de presupuesto anual de ingresos y egresos. 7) Presentar a la asamblea general, los estados financieros del ejercicio junto con el proyecto de distribución de utilidades y demás anexos explicativos. 8) Rendir cuentas en los casos previstos por la ley. 9) Someter a arbitraje o transigir las diferencias que la sociedad tenga con terceros. 10) Nombrar y remover los funcionarios cuya designación no corresponda a la Asamblea General de Accionistas. 11) Velar porque todos los funcionarios de la compañía cumplan estrictamente sus deberes y poner en conocimiento de la Asamblea cualquier irregularidad o falta grave en que incurrieren. 12) Ejecutar la política laboral de la empresa. 13) Las demás funciones que le correspondan de acuerdo con lo previsto en la ley y en estos estatutos.

Es importante nombrar un representante legal Suplente para la falta permanente o absoluta del representante legal, en caso de que se quiera limitar su poder para eliminar riesgos de sus posibles actuaciones, sugerimos la siguiente limitación

Parágrafo El suplente del gerente tendrá las mismas funciones del Gerente con las siguientes limitaciones. POR LA MATERÍA. La compra o venta de Bienes, la constitución de cualquier derecho real sobre los bienes de la compañía, la celebración de préstamos en calidad de deudor.

POR LA CUANTÍA. Podrá comprometer a la compañía hasta un monto de 5 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes

TITULO VI

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO. -CAUSALES DE DISOLUCIÓN. La sociedad se disolverá por las siguientes causales:

1. Por voluntad de los accionistas adoptada en la Asamblea de Accionistas, por un número por un número plural de accionistas que represente por lo menos la mitad más una de las acciones presentes en la reunión;
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
4. Por orden de la autoridad competente.
5. Cuando ocurran pérdidas que reduzcan el patrimonio neto por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito;

La disolución de la sociedad podrá evitarse, mediante la adopción de medidas por parte de la Asamblea de Accionistas o del Gerente, según corresponda, de acuerdo a la causal sobrevenida y a las condiciones y a los términos establecidos en la Ley.

Los accionistas cuentan con un plazo de 18 meses para enervar la causal 5 de disolución.

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO. -LIQUIDACIÓN: Disuelta la sociedad, su

liquidación se hará por el Gerente o por la persona que para ello nombre la Asamblea de Accionistas. La liquidación se efectuará de conformidad al procedimiento establecido para las sociedades de responsabilidad limitada y de acuerdo con las disposiciones legales vigentes.

TITULO VII

CONTROVERSIAS

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO. - ARBITRAMENTO. Las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o con sus administradores, en desarrollo del contrato social, incluida la impugnación de determinaciones de la Asamblea de Accionistas con fundamento en cualquiera de las causas legales, se someterán a la decisión de un Tribunal de Arbitramento que se conformará y funcionará de acuerdo con el reglamento que para el efecto establezca la Cámara de Comercio del domicilio social. Los árbitros deberán ser ciudadanos colombianos en ejercicio de sus derechos civiles, abogados titulados con tarjeta profesional vigente, y el laudo se emitirá en derecho.

Es recomendable que se pacten causales de exclusión de accionistas como sanción máxima como por ejemplo el no pago de los aportes, o un comportamiento que infrinja los estatutos reiteradamente

Las diferencias que surjan entre los accionistas, ya sea por una oferta de compra, una intención de venta o una situación que haga insostenible la permanencia de los dos, suele solucionar con uno de estos mecanismos

“Putt Option” u Opción de Venta:

Derecho irrevocable que tiene una de las partes a vender, y la otra, la obligación de comprar.

“Call Option” u Opción de Compra:

Derecho irrevocable que tiene una de las partes a comprar, y la otra, la obligación de vender.

Requisitos comunes a las opciones:

- Concesión de una parte, a favor de la otra, de una facultad de decidir.
- Esta facultad ha de ser libre y exclusiva, dependiendo absolutamente de la voluntad del optante.
- La concesión habrá de recaer sobre una concesión no condicionada.
- Fijación de un plazo para el ejercicio, transcurrido el cual, el derecho prescribe.

“Drag Alone” o Cláusula de Arrastre: (protege a los mayoristas)

Es cuando una de las partes (optante) decide vender sus acciones a un tercero, ésta tendrá el derecho a vender, y la otra parte (concedente) la obligación a vender a ese tercero, en las mismas condiciones pactadas por el optante.

“Tag Alone” o Cláusula de Acompañamiento: (protege a los minoristas)

El concedente tendrá la obligación de asegurarse de que, en caso de compra, se les ofrece a sus socios (optantes) la misma oportunidad en participar en la transmisión en las mismas condiciones y a prorrata de su participación.

Este tipo de cláusulas sirven para neutralizar los efectos expropiatorios de las ventas ineficientes para el valor conjunto de la sociedad. La finalidad radica en que uno de los socios no liquide su participación en la sociedad transfiriendo su parte a un tercero y se apropie de un porcentaje del excedente que no le correspondería según lo pactado.

Tiro mejicano:

El oferente lanza una oferta sobre el paquete de acciones objeto de la compraventa, las que son propiedad del receptor de la oferta. El receptor tendrá derecho a:

- Aceptar la oferta realizada por el oferente.

Obligar al oferente, a que sea él quien Venda sus acciones por el mismo precio que él ofreció en su momento.

Suelen establecerse varios “tiros” u opciones, de manera que pueda llegarse a un precio más ajustado a la realidad. Si se establece un número impar de tiros, la decisión final estará en manos de quién lanzó la primera oferta. Si, por el contrario, se establecen un número par de tiros, la decisión final estará en manos de quien inicialmente recibió la oferta. Opciones tomadas de <http://www.salvalex.com/es/doctrina/129-mercantil/10-clausulasde-salidas.html>

TITULO VIII

EL BALANCE, LA DISTRIBUCION DE UTILIDADES Y LA RESERVA ARTÍCULO VIGESIMO - BALANCE GENERAL. - Anualmente al 31 de diciembre de cada año, se cortarán las cuentas para hacer el inventario y el balance general correspondiente, así como el estado de pérdidas y ganancias del respectivo ejercicio. El balance, el inventario, los libros y las demás piezas justificativas de los informes, serán depositados en las oficinas de la sociedad con una antelación de cinco (5) días hábiles al señalado para la reunión de la Asamblea, con el fin de que puedan ser examinados por los accionistas.

ARTÍCULO VIGESIMO PRIMERO. - APROBACIÓN DEL BALANCE. - El balance debe ser presentado para la aprobación de la Asamblea General de Accionistas por el Representante Legal con los demás documentos a que se refiere el Artículo 446 del Código de Comercio. Dentro del término establecido en la ley, El Representante Legal remitirá a la Superintendencia, si es el caso, una copia del balance y de los anexos que lo expliquen y justifiquen, junto con el Acta en que hubieren sido discutidos y aprobados.

ARTÍCULO VIGESIMO SEGUNDO. - RESERVA LEGAL. - De las utilidades

líquidas de cada ejercicio se tomará el diez por ciento (10%) para constituir e incrementar la reserva legal hasta cuando alcance un monto igual al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO VIGESIMO TERCERO. - RESERVAS OCASIONALES. - La Asamblea General de Accionistas podrá crear o incrementar reservas ocasionales, siempre y cuando tengan un destino especial y con sujeción a las disposiciones legales.

ARTÍCULO VIGESIMO CUARTO. DIVIDENDOS: - Hechas las reservas a que se refieren los artículos anteriores, así como las apropiaciones para el pago de impuestos, se repartirá como dividendo las utilidades líquidas obtenidas en cada ejercicio, o el saldo de las mismas si tuviere que enjugar pérdidas de ejercicios anteriores. El pago del dividendo se hará en proporción al número de acciones suscritas y se cancelará en dinero efectivo en las épocas que acuerde la Asamblea General, salvo que con el voto del ochenta por ciento (80%) de las acciones representadas en la reunión se decida cubrirlo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad.

ARTÍCULO VIGESIMO QUINTO. - DIVIDENDOS NO RECLAMADOS

OPORTUNAMENTE. - La sociedad no reconocerá intereses por los dividendos que no sean reclamados oportunamente, los cuales quedarán en la caja social en depósito disponible a la orden de sus dueños.

TITULO IX

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

ARTÍCULO VIGÉSIMO SEXTO. - NOMBRAMIENTOS. La Asamblea de

Accionistas hace los siguientes nombramientos:

Señor@ William Esteban Calvo Hernández identificad@ con cédula de ciudadanía número 1014286234 domiciliado de Bogotá Como representante legal, quien en este mismo instrumento acepta su elección.

Señor@ Yeisson Humberto Perez Celis identificada con cédula de ciudadanía número 1023022960 domiciliado de Bogotá Como representante legal Suplente, quien en este mismo instrumento acepta su elección.

Para constancia se firma en Bogotá D.C. a los _____ (__) días del mes de _____ del año dos mil Dieciocho (2018).

_____ William

Esteban Calvo Hernández

CC.

_____ Yeisson Humberto Perez Celis

CC.

NOTAS A LOS ESTATUTOS.

Recomendamos que en caso de que la sociedad pretenda establecer alguna de los aspectos más importantes para solventar las controversias entre los socios, lo haga en el momento de la constitución, pues posteriormente su determinación requerirá del voto unánime de los mismos.

RESTRICCIONES A LA LIBRE NEGOCIABILIDAD DE LAS ACCIONES.

AUTORIZACIÓN PARA LA TRANSFERENCIA DE ACCIONES.

EXCLUSIÓN DE ACCIONISTAS

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS.

Más información en el artículo Desventajas de las SAS léalo aquí [DESVENTAJAS SAS](#)

[JN1]El nombre debe incluir las siglas S.A.S, Debe confirmarse en el registro de homonimia http://aplica.ccb.org.co/ccbconsultas/consultas/RUE/consulta_empresa.aspx

[JN2]Las SS.AA.SS. permiten tener una duración definida o indefinida, en caso de estipularse luego de cumplir dicho término deberá modificarse los estatutos para que la compañía siga subsistiendo

[JN3]El capital autorizado corresponde al valor acordado por los Accionistas como el monto que en un futuro previsible será necesario para desarrollar el objeto de la compañía.

[JN4]El capital suscrito es el que al momento de la constitución se determina como necesario, y se emite por parte de la sociedad a los accionistas, las diferencias con el capital autorizado se dejan en cartera para ser emitido y colocado posteriormente entre los accionistas o terceros. Es esta suma la que es garantía para terceros.

[JN5]El capital pagado es el que es efectivamente ha sido desembolsado por lo accionistas

[JN6]Es la facultad que asiste a los actuales accionistas de adquirir, en proporción al porcentaje de participación que cada uno de ellos tenga en el capital social, con exclusión de extraños, las acciones que la sociedad mantiene en reserva, o las que resulten de un eventual aumento de capital autorizado.

[JN7]A todo suscriptor de acciones deberá expedírsele por la sociedad el título o títulos que justifiquen su calidad de tal...

[JN8]Mientras el valor de las acciones no esté cubierto íntegramente, sólo se expedirán certificados provisionales...

[JN9] Los títulos se expedirán en series continuas, con las firmas del Representante Legal y en ellos se indicará: ...

[JN10] En los casos de hurto o robo de un título nominativo, la sociedad lo sustituirá.

[JN11] Cuando un accionista esté en mora de pagar las cuotas de las acciones que haya suscrito, no podrá...

[JN12]. Las acciones emitidas por la sociedad, son indivisibles y, en consecuencia, cuando por cualquier causa legal o convencional una acción pertenezca...

[JN13] La transmisión de acciones a título de herencia o legado se acreditará con la correspondiente hijuela de adjudicación. En caso de que...

[JN14] Las acciones podrán ser objeto de embargo y enajenación forzosa. El embargo se...

[JN15] Los accionistas solo podrán ceder uno o más derechos inherentes a la calidad de accionista, previa autorización de la Asamblea General de Accionistas con el voto favorable de un número (Bogotá, 2018)

Misión

Somos una pequeña empresa orientada al manejo de energías renovables para el uso cotidiano, buscamos ayudar a las personas en su vida diaria a través de paneles solares que les ayudarían a las personas que son muy dependientes de la tecnología a mantener su forma de vida en todo momento ya que no tendrían el impedimento de la batería. Nuestro objetivo en el momento es la capital del país (Colombia), nos hemos fijado que la sociedad actual se ha vuelto demasiado dependiente de la tecnología y tenemos el gran impedimento que nuestros dispositivos electrónicos se descargan frecuentemente y no tenemos acceso inmediato a una toma eléctrica ya que por lo general debemos estar cambiando de lugares en todo momento.

Visión

Esperamos que en el futuro este proyecto sea de gran utilidad para la sociedad y tenga una excelente acogida en el mercado, esperamos en unos años tener una empresa reconocida y bien posicionada en el campo de las energías limpias, para lograr esto el enfoque de nuestra empresa es brindar un producto bueno tanto para el planeta como para los clientes.

Valores

Para proyectar la visión de la empresa con éxito, INNOVATIVE PANEL contempla como pilares ciertos valores corporativos que marcan la imagen y esencia de empresa y con la cual los socios y trabajadores se identifican:

Conjugar un equipo humano motivado, fomentando el desarrollo por competencias y extendiendo los valores de la organización a todo el equipo.

Cuidar la incorporación de capital humano altamente experimentado y/o cualificado que asegura la calidad y diferenciación de los servicios y productos ofertados.

Apostar por la incorporación de los mejores jóvenes talentos.

Conjugar la experiencia y capacidad en gestión empresarial en sus órganos de dirección.

Establecer las alianzas y acuerdos estratégicos y comerciales necesarios para ser la mejor opción de nuestros clientes y aumentar la llegada al mercado.

Apostar por los Centros Tecnológicos como fuente para la innovación.

Objetivos específicos

- Innovar con un producto que no es tan conocido en el mercado actual
- Ayudar a la recuperación del medio ambiente
- Dar una posible solución a los altos costos de la energía tradicional
- Generar ingresos

- Contribuir con un modelo que permita demostrar de una manera eficaz la producción de energía a partir de paneles solares

Análisis de PESTEL

Este análisis se realiza con el fin de poder identificar las oportunidad y amenazas, esto nos ayuda a elaborar un plan de negocio, plan estratégico, plan de marketing y plan financiero.

Reconociendo todos los factores externos para aminorar los riesgos y consecuencias a la hora de poner en marcha nuestro negocio. (Trenza, 2018)

FACTORES EXTERNOS	LOCALES
POLITICO	Se refiere a las instituciones políticas que afectan a la empresa como son la ley 590 de 2000 Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas, ley 905 de 2004 Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes. Ley 1014 de 2006 fomento a la cultura del emprendimiento.
ECONOMICO	Bogotá es una zona de enfoque de trabajo la mayoría de personas tienen su dinero y su costumbre es invertir en las nuevas tecnologías ya sea por necesidad o simplemente estatus
SOCIAL	Bogotá es una ciudad donde casi todas las personas en el día no permanecen en la casa manteniendo contacto por medio de aparatos electrónicos lo que daría un alto impacto a nuestro producto

TECNOLOGÍA	Es el campo que más se utiliza en esta ciudad todo ronda en torno a la tecnología y a la necesidad de comunicación que se produce por el tiempo que las personas pasan por fuera de su casa esto hace indispensable el uso del celular por ejemplo
ECOLOGICO	Por lo general Bogotá es una ciudad con un clima muy cambiante, pero esto no sería impedimento para producir nuestro producto ya que en el
	día se verían lapsos de bastante sol con lo cual nuestro producto se alimentaria
LEGAL	<p>En está podemos encontrar las leyes para el consumidor ley 1480 de 2011, ley antimonopolio Constitución Política de 1991. Artículos 333 y 334. Decreto Ley N°. 2153 de 1992 por el cual se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio.</p> <p>Decreto N°. 1302 de 1964 por el cual se reglamenta la Ley 155/59 sobre Prácticas Restrictivas Comerciales.</p> <p>Ley N°. 155/59 de 1959 sobre Prácticas Restrictivas Comerciales.</p> <p>Decisión 285 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena contentiva de las Normas para Prevenir o Corregir las Distorsiones en la Competencia Generadas por Prácticas Restrictivas de la Libre Competencia. Leyes de protección y salud ley 1751 de 2015.</p>

Análisis de las cinco fuerzas de Porter

El poder de negociación de los proveedores

Los elementos necesarios para la elaboración del producto son distribuidos por pequeñas empresas con las cuales se planea una negociación de los materiales al por mayor para de esta manera ahorrar en costos; los proveedores de esta industria son relativamente débiles o poco conocidos.

El poder de negociación de los compradores

En la industria de la tecnología y especialmente la parte de energías renovables el mayor poder de negociación es el de los compradores directos, esto porque no siempre se necesitan intermediarios para que el producto llegue a la mano de estas personas; por lo tanto, se busca que el comprador tenga un producto que les beneficie en sus vidas para que el poder de compra aumente y con esto la cantidad de consumidores.

Amenaza de nuevos entrantes

La mayor competencia en este sector del mercado en el cual se piensa competir son empresas ya constituidas, por lo que la amenaza de nuevos entrantes es poca.

La amenaza de productos sustitutos

Un número alto de sustitutos están disponibles en el mercado, tales como el power bank, Estuches de celulares con panel solar, manillas que cargan el celular entre otros. Para contrarrestar esto se debe competir con calidad y precio en el producto además de tener una buena idea de mercadeo y distribución del producto.

Rivalidad competitiva dentro de una industria

La competencia en el sector en que va a actuar nuestro producto es grande pero las marcas grandes y los grandes distribuidores son pocos, pero algunos son conocidos, analizando el

mercado la mejor manera de competir con estas empresas es por el precio con el que los compradores van a poder tener nuestro producto.

Fuerza inductora

Nuestro motivo para realizar este producto se ha basado en una visualización del tipo de Vida que maneja la sociedad actual en especial de los estudiantes y ejecutivos al observar el comportamiento de ellos, nos fijamos que somos una sociedad consumidora de tecnología en grandes cantidades, los principales servicios de tecnología con los que los usuarios interactúan son celulares, portátiles elementos que dependen de una batería, volviendo esta necesidad de tener esta batería cargada nuestro enfoque de negocio. Por tal motivo decidimos realizar como producto un panel solar en las maletas, ya que es un producto que le da libertad al usuario desplazarse y que suplente la necesidad de la batería en cualquier lugar y momento que la necesite. En especial en una ciudad como Bogotá que es una sociedad que en todo momento está activa. sus personas por lo general pasan muy poco tiempo fuera de su hogar y surge la necesidad de la comunicación, necesidad que es suplida por los celulares.

Fuerzas opositoras

Uno de los factores que más afectan a nuestra empresa es el económico no poseemos un alto capital para empezar a producir nuestro producto a niveles masivos, tampoco para realizar una gran campaña publicitaria para hacer más vistoso nuestro producto ante toda la sociedad, es por esto que se genera la necesidad de conseguir inversionistas para poder hacer llegar nuestro producto a más personas. Pero conseguir estos inversionistas a la vez se vuelve una tarea difícil ya que nuestro producto es nuevo y poco utilizado actualmente no se puede saber el impacto real que pueda llegar a tener en la sociedad.

Cadena de valor

Abastecimiento

Buscaríamos un proveedor de los paneles solares que es la materia prima más importante para poner en marcha nuestro negocio

Desarrollo tecnológico

En este campo la parte técnica se ve más relacionada a la instalación del circuito para que cualquier dispositivo se pueda cargar

Recursos Humanos

La mano de obra se vería limitada a los socios mientras se puede automatizar el proceso

Infraestructura

La infraestructura de nuestra empresa se reduce a equipos de cómputo de mesa, portátiles y celulares para realizar pruebas

Las operaciones manuales que manejamos son la instalación del panel con su respectivo circuito

Logística interna primero se instala las conexiones y adaptadores de carga al panel luego este se instala en la maleta

Logística externa el producto se le entrega al cabo de 2 a 3 horas ya que en el caso que el cliente nos proporcione su maleta para la instalación del dispositivo, en el caso contrario se le brinda el dispositivo de inmediato si adquiere una maleta totalmente nueva

Marketing y ventas el proceso de publicidad es a través de las redes sociales el tipo de venta es de tipo directo ya que nosotros tenemos contacto directo con el cliente

para ver su nivel de satisfacción

Servicios el servicio prestado se basa en un panel solar que es capaz de cargar

los dispositivos electrónicos en cualquier lugar y momento

Estrategia competitiva (Componente Innovador)

Nuestro producto se enfoca en los paneles solares instalados en las maletas; actualmente este tipo de producto se puede encontrar en el mercado lo que pasa es que es un producto demasiado costoso para cualquier persona por ser nuestros competidores empresas internacionales y ya reconocidas en el mercado, nosotros ofrecemos como alternativa comprar únicamente el dispositivo y este adaptarlo a las maletas de nuestros clientes, con el fin de reducir los costos o si también lo desean pueden adquirir un morral completamente nuevo con el dispositivo instalado.

1. ESTUDIO DE MERCADOS

Objetivos del estudio de mercado

Nuestra empresa solo ofrecería un producto el cuál sería el panel solar instalado en las maletas. Este producto sería más para los estratos medio y alto no tanto por el coste del producto si no por el tipo de vida rutinaria que lleva este grupo de personas y su mayor obligación a estar conectados a los aparatos electrónicos todo el día ya sea por costumbre o sus labores diarias.

Los canales por los cuales haríamos que la gente conociera nuestro producto serían principalmente las redes sociales, ya que es a este tipo de personas que siempre están conectadas a las que queremos incitar con nuestro producto.

Segmentación

Los estudiantes serían el tipo de cliente más involucrado con nuestro producto, ya que estos a todo momento están necesitando mantener sus aparatos electrónicos con la batería cargada para poder realizar sus trabajos y mantenerse en contacto.

Los ejecutivos serían otro tipo de cliente potencial por que requieren estar conectados para poder realizar sus funciones.

Metodología de estudio de mercado

Realizar una serie de encuestas para ver la aceptación y el impacto que este producto tendría en nuestros clientes potenciales, al tener una cantidad de encuestas suficientes de los principales consumidores estas encuestas las aplicaremos en la zona céntrica de la ciudad de Bogotá más específicamente en la localidad de la candelaria con una población de 22.243 personas, procederemos a analizar los datos para tener una idea generalizada de la aprobación aproximada de nuestro producto. Teniendo en cuenta la información que tenemos pasaríamos a una fase de prueba donde ofertaríamos nuestro producto en pequeñas cantidades para ver qué tan acertadas fueron las encuestas y si es viable, que fallos y aceptación real tiene. Teniendo en cuenta toda esta investigación de mercado ya teniendo un análisis más profundo el siguiente paso es implementar nuestro producto de manera total ya que tenemos una idea mucho más clara de cuantos clientes les llama la atención nuestro producto y así saber cuánta materia prima necesitamos y poder tomar más decisiones de marketing para poder seguir mejorando para atraer más personas. (Alcaldía mayor de Bogotá, 2018)

Análisis concluyente

Analizando el mercado este producto puede ser bien aceptado en el mercado en el que se quiere competir, hay empresas con gran renombre, ejemplo en Colombia la de mayor renombre que distribuye este producto es la empresa Totto, analizando el mercado creemos que existe la posibilidad de entrar con fuerza al mercado por la diferencia en los precios ya que nuestro producto es notablemente más económico que el de la empresa ya nombrada. El problema es entrar a competir con la calidad y la cantidad de puntos de venta de esta empresa, por esto hay que estructurar un buen plan de mercadeo y tener una calidad excelente en nuestro producto.

Según el análisis que hemos realizado a través de las encuestas encontramos que la mayor parte de la aceptación está dentro de los estudiantes universitarios y trabajadores, encontramos que la mayoría de estas personas utilizan demasiado su dispositivo móvil entre 6 a 8 horas la mayor parte de los encuestados a los cuales la batería de sus dispositivos móviles no les alcanza para todo el día, También podemos observar que les gustaría más obtener el producto en una tienda física lo cual nos indicaría que nos tocaría buscar una zona céntrica para ubicar nuestra tienda con el fin de que todos tengan un fácil acceso a la tienda por su gran nivel de aceptación ya que el 68,9% de los encuestados les gustaría obtener este producto, además de esto verificamos que a las personas les gustaría obtener de una vez el producto con la maleta aunque también tiene gran aceptación solamente el ser instalado el dispositivo en su maleta actual este tipo de producto le genera confiabilidad a las personas porque les garantiza poder tener sus dispositivos cargados en cualquier momento y con la confianza de que no va a tener afectaciones en sus dispositivos.

Plan de Marketing

Nuestro objetivo final es conseguir una empresa reconocida en el campo de las energías renovables, esperamos ir organizando la empresa cada vez mejor para obtener más inversionistas e ir ganando reconocimiento y más puntos de venta donde nuestro producto se vea exhibido para que este sea más visible para cualquier persona en cualquier sitio.

En el momento nuestro punto principal de venta se encuentra retirado de las zonas comerciales de alto impacto lo que hace más complicada su comercialización. Por medio de la publicidad a través de las redes sociales es que se planea dar a conocer nuestro producto, ya que los clientes potenciales en los cuales nos estamos enfocando son todos aquellos que están conectados todo el día a través de la red. Al hacer este tipo de publicidad sería muy visible para este tipo de clientes.

Primera etapa: Reconocimiento

Se buscaría dar a conocer el producto por medio de la publicidad de redes sociales, porque en este tipo de redes es que encontraremos a nuestros clientes principales, a los cuales les llamaría la atención ver un producto que les sería útil en su vida diaria y sin estorbarles y brindándoles libertad.

Segunda etapa: buscar inversionistas

Se buscarían personas o empresas que vean el potencial de nuestro producto y que les gustaría invertir en el para poderlo masificar en todo el mercado y en diferentes regiones no solo en la zona céntrica de Colombia, también sería una inversión importante por la publicidad ya que tendría una mayor visibilidad ante los ojos de cualquier persona que le pueda llegar a interesar este producto por su estilo de vida y no solo a los ejecutivos y estudiantes.

Estrategias de productos

Dar una solución rápida por medio de un producto el cual se basa en las necesidades básicas de nuestro nicho de mercado, nos apoyamos en una idea ya existente, que se acomode a todo tipo de nivel social. Dando una salida rápida, efectiva, económica y de buena calidad para el cliente y su necesidad

Estrategia de precios

Determinar el valor del producto comparando con los precios de nuestros competidores, y así poder fijar un precio que se acomode al mercado actual generándonos ganancias sin recurrir a la competencia desleal.

Estrategia de publicidad

Como ya se conoce nuestra estrategia de publicidad será la voz a voz iniciando por personas cercanas (familia, amigos, compañeros del trabajo y/o de estudio) y así dando a conocer un producto de buena calidad y de un costo manejable en la economía actual, que suple las necesidades que el cliente necesita. Además de difundir nuestro producto por medio de las redes sociales ya que en este tipo de redes encontraremos a nuestros clientes potenciales.

Desarrollo de marca

Por medio de nuestro logotipo y nombre nos queremos hacer identificar de una manera fácil y creativa basándonos en un modelo innovador que se encaje a las necesidades varias de la comunidad de hoy y que ayude a una de las problemáticas que nos afectan actualmente como es el daño al medio ambiente.

Logo y slogan



¡Deja que el sol haga el trabajo!

Ventaja Competitiva

Nuestro negocio se caracteriza por dar una alternativa al alza de los precios de la energía y también ayudando al medio ambiente, nuestra empresa va dirigida a las personas que no pueden acceder a las maletas convencionales con paneles solares ya que son muy costosas, nuestros mayores competidores son marcas reconocidas como Tutto que ya cuentan con un producto similar, pero de muy alto precio como ya mencionamos anteriormente y por esto nuestro producto es más asequible.

Ventaja comparativa

Comparando este producto con las competencias que encontramos en el mercado nos damos cuenta la diferencia de precios, ya que no todos los sectores sociales de la sociedad colombiana podrían acceder fácilmente a este precio; nuestra idea es que este producto sea útil y se adecue a el bolsillo de todas las personas de la sociedad colombiana que lo deseen utilizar y les sea útil para sus vidas.

Estrategia de promoción

Como sabemos los elementos tecnológicos son los de mayor demanda en el mercado hoy en día, por lo tanto, nuestra idea o estrategias de promoción son:

Promociones o estrategias

1. eventos públicos, concursos o ventas a domicilio esto para que el consumidor final tenga un mayor acercamiento al producto.
2. Impulsar de una manera fuerte por redes sociales a través de concursos en donde se den muestras gratuitas el producto, esto sabiendo que por medio de las redes sociales el producto puede abrirse gran espacio y ganar nombre en el mercado.

Campaña publicitaria

Como ya se mencionó en el punto anterior las estrategias la idea es unificar de una manera eficaz las diferentes estrategias, apuntando a que el producto tenga un importante reconocimiento en el mercado ante los consumidores.

Estrategia de distribución

Nuestra forma de distribución sería de una forma directa es decir sin necesidad de terceros. Tendríamos contacto con los clientes para saber su nivel de satisfacción con el producto que le estamos ofreciendo, este tipo de distribución nos ayudaría para abrírnos más a recibir sugerencias y críticas constructivas para mejorar en las cosas que busca el cliente con nuestro producto.

Canales de distribución

Nuestro canal principal de distribución sería tipo producto – cliente ya que nos estamos guiando por una estrategia de venta directa, y al ser un producto nuevo en el mercado es difícil conseguir un tercero que quiera realizar una inversión para tener un producto que no

es reconocido por la sociedad actual y que no sepa del impacto que pueda llegar a tener este panel solar.

Logística

Para este proceso se deben tener en cuenta diferentes factores como son

Demanda

debemos tener un margen considerable para no producir en demasiada o muy poca cantidad, debemos tener un sondeo muy claro para tener una perspectiva de aceptación del producto.

Pedidos

conocer el canal por el cual el cliente nos puede contactar para comprar el producto y obtener su recibo que es la constancia de la adquisición del bien. En este caso las órdenes de compra se enviarían de forma electrónica ya que el contacto se realizaría por medio de las redes sociales o vía telefónica.

Transporte

se buscaría una entidad especializada en el envío de productos tecnológicos y que sea un poco reconocida para generar confiabilidad y seguridad con la entrega de los productos.

Cobros

Nuestra modalidad de cobro se va a manejar en primera instancia en efectivo más adelante cuando el proyecto esté dando las ganancias necesarias se empezará a manejar un cobro por medio magnético, también se adquirirá la facilidad de los créditos a corto mediano y largo plazo.

Ejecución comercial

Como ya hemos venido mencionando nuestro producto va dirigido a los estudiantes y empresarios que todo el tiempo necesitan de sus dispositivos de comunicación, a este tipo de personas nos enfocaríamos por el hecho de que nuestro producto al ser algo práctico y económico les ayudaría en su vida cotidiana, el precio de nuestro producto ronda cerca de los \$80.000 pesos colombianos es un precio asequible para cualquier tipo de persona de nuestro mercado a comparación de la competencia. Con el tema de las promociones los eventos que se realizarían los sorteos nos ayudaría a dar a conocer mucho más producto y así dar más credibilidad para el mercado, conseguir un reconocimiento en la sociedad para que agencias terceras también se interesen y se decidan a invertir en nuestro producto para hacer más llamativo el producto por parte del cliente y que sea más fácil su acceso, pero esto sería algo secundario ya que nuestra estrategia de distribución es de venta directa pero estos terceros también en parte nos ayudarían a generar reconocimiento.

Habilidades Comerciales

Preguntar

Mediante conversaciones recolectar información para saber de primera mano cuales son los problemas y necesidades del cliente, mediante preguntas abiertas ya que lo necesario es informarse y no realizar un cuestionario que pueda incomodar al cliente.

Escuchar

Es muy importante poner atención a las respuestas de los clientes, tener paciencia a la hora de escuchar las respuestas no lo interrumpas y respeta sus momentos de silencio. En caso tal de que no entender o no obtener la respuesta requerida volver a preguntar con diferentes términos y frases.

Empatizar

Saber interpretar y comprender las palabras del cliente, para ello es importante ponernos en su lugar para entender desde su punto de vista.

Estimular

Da a entender al cliente que tiene un problema o necesidad a la cual se le puede dar remedio.

Activar sus deseos de compra basándose en sus propias respuestas ya mencionadas para que sea difícil errar porque no se contradecirá.

Convencer

Es la hora de poner tus razones por las cuales el cliente debe comprar tu producto exponiendo y dando a conocer el producto de manera que el cliente se dé cuenta de la solución de su problema o necesidad llevando al cliente a un nivel de auto convencimiento.

Habilidades Administrativas

Técnicas

Tenemos plena confianza ya que nosotros mismos haremos el producto poniendo en práctica lo aprendido y llevando a cabo los estándares de calidad requeridos para el producto, ya que en ello no solo estamos ofreciendo un producto sino una carta de presentación a nuestra vida laboral.

Humanas

La colaboración mutua exposición de ideas y la experiencia nos dará un punto favorable para la creación y adecuación del producto.

Conceptuales

Se tomarán las mejores decisiones para reducir costos y aumentar ganancias sin necesidad de bajar la calidad de producto.

Proyección de ventas

AÑO	2017	2018	2019	2020	2021
VENTAS	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000
INGRESO	\$ 8.000.000				
100%					
		\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000
UTILIDAD		\$ 400.000	\$ 800.000	\$ 1.200.000	\$ 1.600.000
TOTAL		\$ 8.400.000	\$ 8.800.000	\$ 9.200.000	
CARGOS FIJOS					
SERVICIOS	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
NOMINA	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000
MATERIA PRIMA	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
TOTAL GASTOS	\$ 7.600.000	\$ 7.600.000	\$ 7.600.000	\$ 7.600.000	\$ 7.600.000
CAJA	\$ 400.000	\$ 800.000	\$ 1.200.000	\$ 1.600.000	\$ 2.000.000
TOTAL CAJA	\$ 2.000.000				

Política de cartera

Nuestra política de cartera se manejará por medio de pagos de contado y en efectivo, ya que no se cuenta con un capital muy amplio para ofrecer plazo a los clientes de pagar por cuotas, ya que este dinero es el que nos ayudaría a seguir produciendo cada vez más productos para poder adquirir más capacidad monetaria para poder tener nuevas políticas de cartera a futuro

Plan de mercado

Está basado en un vos a vos ya que es el método más confiable para la expiación del producto.

Primero llegando a los amigos y conocidos los cuales darán un calificado y una buena reseña del producto.

Luego a todos los estudiantes en general ya sean de colegios institutos o universidad los cuales tengan la problemática a solucionar.

Por último, llegaremos a las personas del común trabajador etc. para así dar por cumplido el plan de mercado

Conclusiones

Buscamos utilizar las energías renovables de una forma diferente para ayudar al medio ambiente y que sea de gran ayuda para la vida cotidiana de las personas de la sociedad. El enfoque de nuestro proyecto ayuda a las personas a mantener sus dispositivos móviles cargados con energías limpias en este caso la energía solar, para obtener esa energía almacenada utilizaremos un Power bank y el método de carga de este dispositivo será un panel solar fotovoltaico el cual estará instalado en las maletas de las personas para que no estorbe a las personas dentro de sus actividades diarias y sacarle el mayor provecho al panel solar.

Bibliografía y Cibergrafía

- Alcaldía mayor de Bogotá. (Abril de 2018). *Hábitat en cifras*. Obtenido de <http://habitatencifras.habitatbogota.gov.co/documentos/boletines/Localidades/Candelaria.pdf>
- Bogotá, C. d. (23 de 09 de 2018). *Camara de comercio de Bogotá*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>
- DANE. (20 de Octubre de 2018). *Dane*. Obtenido de Información estratégica: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>
- Energiza. (20 de Mayo de 2016). *Energiza*. Obtenido de <http://www.energiza.org/solar-fotovoltaica/22-solar-fotovoltaica/627-paneles-fotovoltaicos-concepto-y-tipos>
- Porter, M. E. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Harvard Business Review América Latina.
- Robben, X. (s.f.). *La cadena de valor de Michel Porter*. Economía y empresa 50 minutos.es.
- Trenza, A. (10 de 2018). *anatrenza*. Obtenido de <https://anatrenza.com/analisis-pestel/>