

GÉNESIS, LIBRETAS PERSONALIZADAS

MICHELLE CASTELLANOS BUITRAGO

JORGE WILMER LOZANO PEDRAZA

OPCIÓN DE GRADO III

FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO

BOGOTÁ

2018

TABLA DE CONTENIDO

Descripción idea de negocio	5
Objetivo General	5
Objetivos específicos	5
Valores corporativos	6
Problema	7
Misión	7
Visión	8
Promesa Valor	8
Perfilación del cliente	8
Necesidades	8
Expectativa	9
Soluciones Actuales	9
Frustraciones:	11
Mercado	12
Estructura organizacional	13
Normatividad en cuanto al recurso humano	13
Contrato de trabajo	13
Periodo de prueba	13
Terminación del contrato de trabajo	14
Indemnización por terminación del contrato	15
Salario	15
Jornada laboral	16
Obligaciones del empleador	16
Vacaciones	16
Seguridad Social	16
Pensiones	16
Salud	16
Prima de servicios	17

Otras obligaciones laborales	17
Manual de funciones - Cargograma	17
Director general	17
Diseñador Gráfico.	20
Prensista	21
Aprendiz de Diseño Gráfico:	¡Error! Marcador no definido.
Auxiliar Administrativo Contable	¡Error! Marcador no definido.
Asesor	24
Disposiciones Legales.	26
Plan de Ordenamiento Territorial POT	29
Ministerio de Industria y Comercio	29
Ficha técnica del producto	31
Proceso y procedimiento	32
Infraestructura	35
Muebles y enseres	¡Error! Marcador no definido.
Maquinaria y Equipo	¡Error! Marcador no definido.
Equipo de Cómputo y comunicaciones	¡Error! Marcador no definido.
Maquinaria y Equipo:	¡Error! Marcador no definido.
Materia Prima e Insumos	39
Plan de producción:	¡Error! Marcador no definido.
Plan de compras:	¡Error! Marcador no definido.
Costos de Producción:	¡Error! Marcador no definido.
Costos directos e indirectos (mes)	¡Error! Marcador no definido.
Capacidad de producción	¡Error! Marcador no definido.
Capital de trabajo	45
Bibliografía	57

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Descripción idea de negocio

La idea de negocio es generar libretas personalizadas con temática en la diversidad cultural de 3 principales ciudades de Colombia, con el uso responsable de los materiales a implementar; papel a base de fibra de caña de azúcar y tintas ecológicas, cuyo fin es proteger el medio ambiente, disminuir la contaminación y detener la tala indiscriminada de árboles. Permitiendo su venta en la Feria Ambar Dae - Zona G de la ciudad de Bogotá y el uso de la plataforma digital Instagram para exponer los modelos de las agendas y poder generar ventas online en cualquier parte del país o del exterior con el uso del botón de Pagos Seguros en Línea - PSE.

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para posicionar a la empresa Génesis en el mercado de libretas personalizadas en la ciudad de Bogotá, con el uso de materiales amigables con el medio ambiente que aproveche las oportunidades que presenta el mercado, atendiéndolo con valor agregado diferenciador y que le permita competir apropiadamente en él.

Objetivos específicos

- Analizar el producto, las facilidades con relación al cliente y las necesidades que tiene el mercado actual, para implementar una oferta de valor diferencial.
- Definir las principales características para el personal administrativo en conjunto a los roles que cumplirán dentro de la organización.

- Determinar las disposiciones legales dentro del marco legal y el plan de ordenamiento territorial para evitar futuras sanciones.
- Evaluar la actividad económica del proyecto desde el punto de vista de inversión en activos fijos, capital de trabajo, presupuesto de ingresos, análisis de costos, presupuesto de personal, otros gastos y deducciones tributarias.
- Analizar al mercado y desarrollar el plan de mercadeo para interactuar en dicho

mercado en pro a últimas tendencias tecnológicas de difusión.

- Diagnosticar los riesgos del mercado, técnicos, económicos y financieros.
- Fabricar 4.200 libretas ejemplares en el primer año y 7.000 copias para el segundo año, teniendo presente 3 tipos de diseños de portada.
- Crear un perfil en la red social de Instagram, para finalizar el primer año con 4.000 seguidores, de los cuales, 1000 seguidores realizarán por lo menos una compra de manera online. Para el segundo año multiplicar esta cifra a 8.000 seguidores y 3.000 ventas por este canal.
- Promover acciones o vincularse a esfuerzos particulares o gubernamentales tendientes a el turismo en Colombia con uso Responsable del medio ambiente.

Valores corporativos

Para nuestra organización es importante construir de forma participativa los valores y la ética con los cuales seremos representativos, con un manejo eficiente de los recursos, certificando el desarrollo sostenible del entorno, predominando el bien común sobre el interés particular.

- **Solidaridad:** Nos sentimos comprometidos con el medio ambiente y la mejora continua del Ecoturismo en nuestro país.
- **Honestidad:** Realizamos todas nuestras operaciones con transparencia y el mejor desempeño.
- **Responsabilidad:** Trabajamos con dedicación, en consecuencia, con nuestros deberes y derechos como distribuidores, acordes con nuestro compromiso con la organización.
- **Respeto:** Escuchamos y valoramos las opiniones de nuestros clientes, buscando armonía en las relaciones comerciales, laborales e interpersonales.
- **Confianza:** Brindamos seguridad al ofrecer los mejores productos a un precio justo entre la variable calidad - precio de manera razonable.

Problema

En la industria gráfica se implementa a menudo el uso del papel para impresiones de agendas, cuadernos, libros, revistas, afectando directamente al ecosistema, Según *A Tree for Each American & Paper Association (2016)* al querer proveer de 942 libros de 100 páginas o 1.200 revistas, en promedio se utilizan 2 toneladas de madera dura y densa provenientes de árboles como robles, nogales, entre otros. Que afectan directamente a la contaminación y deforestación de los recursos naturales.

Misión

Somos una empresa que cuenta con responsabilidad social y ambiental, especializada en la producción y comercialización de libretas personalizadas, que a través de un equipo humano comprometido, eficiente, competente e innovador logramos

contribuir a la disminución de huella de carbono con proveedores certificados en Responsabilidad Social para avalar materiales de óptima calidad y responsables con el medio ambiente.

Visión

Para el año 2023 queremos ser reconocidos en Colombia como una empresa referente para la distribución de libretas personalizadas, con materiales de calidad, destacándonos por nuestra responsabilidad social y por nuestra capacidad de innovación.

Promesa Valor

Las libretas tendrán una oferta de valor enfocada a los paisajes, fauna, arquitectura, de las principales ciudades de Colombia (Bogotá, Medellín y Cartagena) permitiendo admirar la belleza de cada una de estas ciudades enfocadas al tema eco, garantizando el uso de materiales responsables con el medio ambiente.

Perfilación del cliente

Necesidades

- Se considera que el cliente requiere de productos que cuenten con el uso de materiales responsables con el medio ambiente.
- Se contempla que el cliente requiere de elementos impresos bajo sellos de confiabilidad bajo la conciencia eco, que permitan evadir las emisiones de CO2 en el ambiente, con el uso de tintas a base de aceites vegetales.
- Se percibe que el cliente requiere de productos bajo un consumo responsable, que permita la reutilización luego de su uso, permitiendo preservar los recursos naturales.

- Se considera que el cliente requiere de una empresa que tenga en cuenta todos los ciclos de producción, tanto en sus proveedores como en la distribución de los mismos.
- Se evidencia que el cliente requiere de un producto que tenga en cuenta la calidad vs el precio.

Expectativa

- Con base a las necesidades del cliente potencial, se contempla que buscan un producto que cumpla bajo el régimen de responsabilidad social, para ello la elaboración de las libretas contará con proveedores que implementan la responsabilidad ambiental en los materiales a adquirir, garantizar la compra de tintas ecológicas a proveedores certificados. Contando con un producto que tiene presente cada detalle y atractivo visual, desde su diseño, color, textura, tamaño y materiales hasta los elementos empleados para su empaque y distribución.
- El cual permitirá al cliente una experiencia eco, al hacerse acreedor de un producto que tiene en cuenta sus necesidades en pro al medio ambiente y que tendrá como obsequio una semilla de árbol por cada libreta comprada que podrá sembrarla donde crea pertinente.

Soluciones Actuales

Tienda Larin Laran

Productos: Cuentan con elementos de uso personal (calzado, vestuario, accesorios uso cotidiano en papelería, decoración de espacios, regalos).

Organización Comercial: Es una tienda virtual de Colombia, conformada por dos (2) diseñadores independientes desde el año 2013. Venden sus productos en toda Colombia, Estados Unidos y Latinoamérica. Sus métodos de pago los realizan por medio de PSE, Baloto, Efecty y tarjeta de crédito y la realización de pagos a través de PAYU LATAM.

Distribución Comercial: Sus envíos son gratuitos y se hacen en Colombia (4 días hábiles), Estados Unidos y Latinoamérica, en el proceso de compra y envío se hace un seguimiento a los productos desde el día en que se paga, cuando se despacha y le llega al cliente.

Comunicación: Es realizada a sus clientes de manera netamente virtual, desde la visualización del producto hasta la realización de pagos, los comprobantes y seguimiento desde correo electrónico.

- **Tienda Shuz Shuz (www.holashuz.com)**

Productos: Encuadernación, portaplapices, billeteras y porta tecnología, maletas y bolsos, elementos para cocina, almohadones, muñecos y almohadas, productos especiales y/o por encargo.

Organización Comercial: Shuz Shuz es una tienda de diseño de objetos hechos a mano, que realiza su idea de negocio a partir de dos oficios tradicionales: Encuadernación y serigrafía manual. Nace en el año 2012 en la ciudad de Bogotá y su empresa es netamente off line,

Distribución Comercial: Sus productos únicamente se venden en el local que se encuentra ubicado en la Cra. 13 No. 77 - 32 de Bogotá - Colombia. el horarios de lunes a viernes de 11 a.m. a 7 p.m.

Comunicación: Al manejar una venta off line, mantienen comunicación directa con los usuarios en la tienda, además de sus productos ofrecen también pedidos por encargo con especificaciones de los clientes.

- **Hojas (www.hojas.com.co)**

Productos: Ofrece todo tipo de accesorios para la oficina y la escuela (agendas, carpetas, morrales, cuadernos, loncheras, cartucheras, tarjeteros, etc.),

Organización Comercial: “Hojas” es una marca Colombiana de diseño de artículos para el colegio, accesorios, regalos, objetos de decoración para escritorios de oficina.

Distribución Comercial: En Bogotá “Hojas” cuenta con tres puntos de venta situados en la zona rosa, Centro Comercial Andino y Centro Comercial Hacienda Santa Bárbara, para conseguir productos a nivel nacional se realiza la compra a través de una virtual con envíos a toda Colombia, con facilidades de pago con PayU, tarjetas de crédito y débito, PSE, Baloto y Efecty.

Comunicación: Al manejar una venta off line, mantienen comunicación directa con los usuarios en la tienda, además de sus productos ofrecen también pedido por encargo.

Frustraciones:

La primera frustración que presenta el cliente con las soluciones actuales es que dichas empresas no cuentan con una certificación del manejo adecuado del papel y la implementación de materiales en pro al medio ambiente.

La segunda frustración de los clientes con las soluciones actuales es que al llegar los productos adquiridos de manera online, no están empacados de manera ecológica, al implementar bolsas de plástico o cajas poco amigables con el medio ambiente.

La tercera frustración que presentan los clientes con las soluciones actuales es que los diseños no están ajustados para todo tipo de género, al implementar colores pastel que resultan poco varoniles y en el caso de las mujeres un estilo algo repetitivo por la misma situación de los colores.

Mercado

Hombres y Mujeres entre los 25 a 35 años de edad, apasionados por el turismo y la responsabilidad con el medio ambiente, estudiantes o graduados de carreras profesionales con alta inclinación por los paisajes, la fotografía, la cultura, la arquitectura y diversos aspectos que conforman la biodiversidad y la responsabilidad con el medio ambiente.

Localizados en la ciudad de Bogotá, especialmente en la localidad de Engativá y Chapinero entre los estratos 3 y 4. Disponiendo de ingresos superiores a los \$ 2'500.000

Hombres y mujeres extranjeros entre los 25 a 40 años de edad, provenientes de México, Brasil, Ecuador y Estados Unidos que gustan por disfrutar del turismo y conocer nuevas culturas y países, que en su visita les parece agradable y les genera empatía llevar consigo un recuerdo que marque su instancia de tiempo en la ciudad que haya sido de su agrado y sobre todo adquirir productos responsables con el medio ambiente.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Estructura organizacional

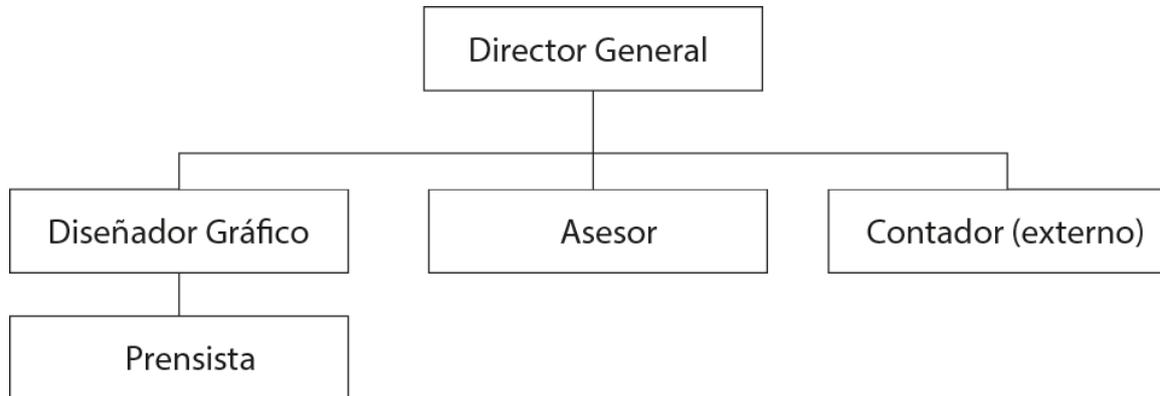


Figura 1. Descripción del cargograma de Génesis, proporcionada por el autor.

Normatividad en cuanto al recurso humano (Sarmiento Verbel, 2012)

Contrato de trabajo

El equipo de trabajo estará atado con un contrato de trabajo a término fijo de 6 meses con prórroga del contrato en 3 oportunidades para los Asesores, Auxiliar Administrativo Contable y Prensista. Para el Gerente General y Diseñador Gráfico será a través de un contrato a término indefinido.

Periodo de prueba

No excede los dos meses y estará escrito en la firma de contrato incluyendo su duración, permitiendo evaluar la aptitud del trabajador y su condición laboral una vez inicie su etapa laboral.

En los contratos de trabajo a término fijo cuya duración sea inferior a un año, el período de prueba no excederá la quinta parte de la duración pactada originalmente, sin que exceda los dos meses. Durante la vigencia del período de prueba cualquiera de las partes

puede terminar el contrato sin previo aviso con conocimiento de las dos partes y si quien termina el contrato es el empleador, no está obligado a indemnizar al empleado.

Terminación del contrato de trabajo

El contrato de trabajo termina por las siguientes causas:

- Mutuo acuerdo.
- Expiración del plazo pactado en los contratos a término fijo.
- Liquidación o clausura definitiva de la empresa y suspensión de actividades por parte de la empresa por más de 120 días. En estos casos se requiere permiso previo del Ministerio de Protección Social.
- Terminación unilateral con justa causa, invocada por el trabajador o el empleador, de acuerdo con las justas causas establecidas en la ley, en el reglamento interno de trabajo o en el contrato de trabajo.
- Renuncia del empleado.
- El haber sufrido engaño por parte del trabajador al presentar certificados falsos para su admisión.
- Todo acto de violencia en que incurra el trabajador en sus labores.
- Todo daño material causado intencionalmente a los edificios y objetos relacionados con el trabajo.
- Toda negligencia grave que ponga en peligro la seguridad de las personas o de las cosas.
- Los actos inmorales o delictuosos cometidos por el trabajador en el lugar de trabajo.
- Que el trabajador revele los secretos técnicos, comerciales o asuntos de carácter reservado, con perjuicio para la empresa.

- El deficiente rendimiento o ineptitud en el trabajo.
- La inexecución sin razones válidas por parte del trabajador, de las obligaciones convencionales o legales.
- El reconocimiento al trabajador de una pensión de jubilación o invalidez estando al servicio de la empresa.

Si el empleador despide al trabajador argumentando cualquiera de las justas causas mencionadas anteriormente, no está obligado a indemnizarlo. Si por el contrario, lo despide sin j

Indemnización por terminación del contrato

En los contratos a término indefinido la indemnización se pagará así:

a) Para trabajadores que devenguen un salario inferior a diez (10) salarios mínimos mensuales legales:

1. Treinta (30) días de salario cuando el trabajador tuviere un tiempo de servicio no mayor de un (1) año.

2. Si el trabajador tuviere más de un (1) año de servicio continuo se le pagarán veinte (20) días adicionales de salario sobre los treinta (30) básicos del numeral 1, por cada uno de los años de servicio subsiguientes al primero y proporcionalmente por fracción.

Salario

Se contempla el pago de Salario mínimo legal vigente (SMLV) para el aprendiz y un salario básico para Asesores y Asistente financiero.

Jornada laboral

El horario laboral serán 8 horas de lunes a viernes de 8: 00 a.m. a 5:00 p.m. y sábados de 8:00 a.m. a 12.00 p.m. con 1 hora de almuerzo que dispondrá el jefe a cargo.

Obligaciones del empleador

Vacaciones

Descanso remunerado que paga el empleador al trabajador equivalente a 15 días hábiles de vacaciones por cada año de servicio. La mitad de las vacaciones puede ser compensada en dinero durante la vigencia del contrato, previo permiso del Ministerio de Protección Social

Seguridad Social

Esto comprende pensiones, salud y riesgos profesionales.

Pensiones

El sistema cubre los riesgos de invalidez, vejez y muerte por causa común. Tiene dos regímenes independientes, uno administrado por el Instituto de Seguros Sociales -ISS- que maneja un fondo común y otro de capitalización individual a cargo de las administradoras de fondos de pensiones. La contribución a cualquiera de estos regímenes es del 15% del salario mensual del empleado, de las cuales tres cuartas partes están a cargo del empleador, y una cuarta parte le corresponde al trabajador.

Salud

El sistema cubre las contingencias que afectan la salud del trabajador y de su familia que están establecidas en el programa de atención denominado Plan Obligatorio de Salud - POS- y la maternidad.

Prima de servicios

Equivalente a 15 días de salario por el tiempo laborado durante el semestre. Esta prestación se paga el 30 de junio y el 20 de diciembre, o a la terminación del contrato de trabajo

Otras obligaciones laborales

Dotación, subsidio familiar, Auxilio de transporte, licencia de maternidad, licencia de paternidad

Manual de funciones - Cargograma

- **Director general**

Dependencia: Administrativa

Función básica: Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención

Actividades:

- Ejecutar las actividades asignadas, en concordancia con las leyes, políticas, normas y reglamentos, que rigen en el país, por lo que deberá mantenerse permanentemente actualizado.
- Dirigir la formulación de los planes operativos de la compañía con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos estratégicos definidos por la Junta Directiva.

- Coordinar las operaciones de los tres cargos para asegurar que se integren los planes operativos y se orienten a la visión Empresarial.
- Controlar la ejecución del presupuesto de la compañía con el fin de asegurar que los recursos se utilicen de manera eficiente y se destinen a los fines planificados.
- Representar a GÉNESIS en negociaciones o relaciones con proveedores y clientes con el fin de comunicar las decisiones o políticas de la Empresa.
- Controlar el desarrollo de los proyectos de inversión o de mejora tanto en los procesos de apoyo como en las áreas sustantivas con el fin de asegurar la consecución de los objetivos planificados.
- Coordinar con el equipo de trabajo, la formulación de políticas, objetivos, estrategias, metas corporativas y cursos alternativos de acción en el corto, mediano y largo plazo para el desarrollo de los procesos sustantivos y de apoyo logístico, con la finalidad de promover un desarrollo armonioso de las actividades tendientes a cumplir la misión de la Empresa.
- Analizar, evaluar y aprobar los planes y programas de trabajo de las áreas,
- Supervisar y controlar su cumplimiento y velar porque se ajusten a las políticas generales y objetivos planteados por la Empresa.
- Mantener informado a su personal sobre las decisiones y asuntos relacionados con las áreas a su cargo, tanto a nivel general de la Empresa como a nivel específico.
- Asistir a reuniones, seminarios, conferencias y otras actividades en representación de la Empresa dentro y fuera del país si es el caso en promover la visión de la empresa.

- Fomentar el interés y el entusiasmo del personal a su cargo para el logro de sus planes y metas.
- Velar porque en todas las dependencias de la Empresa se brinde un eficaz y eficiente servicio al cliente.
- Atender y resolver las consultas que le planteen sus subalternos relacionadas con la actividad a su cargo.
- Realizar las labores administrativas que se derivan de su función.
- Velar por el buen funcionamiento y uso de los equipos e instrumentos que utiliza en el desarrollo de las actividades, reportando cualquier anomalía o daño importante que se presente para evitar riesgos operativos.
- Brindar colaboración en situaciones de riesgo y siniestros que se presenten en la empresa.
- Participar activamente, colaborar y cumplir con todas las políticas, procedimientos y regulaciones relativas al aseguramiento de la calidad que desarrolle e implemente la empresa.

Perfil del cargo:

- Profesión: Administrador de empresas, Economista Financiero, Ingeniero Industrial, Ingeniero Civil o Ingeniero Ambiental.
- Experiencia: 3 años en la ejecución de labores relacionadas.
- Habilidades: Requiere mucha iniciativa y no supervisión, dado que le puede corresponder modificar, crear y elegir sobre métodos y procedimientos de trabajo

para lo cual requiere de criterio, capacidad de análisis, valoración e interpretación de datos e informaciones para programar actividades.

- Debe resolver situaciones muy variables distintas relacionadas con su área de trabajo o la de otros puestos, que requieren del razonamiento interpretativo o constructivo para obtener la solución.
- Su labor es evaluada mediante el análisis de la calidad de los informes que rinda, los aportes originales al trabajo que realiza, la eficiencia y eficacia en el desarrollo de los objetivos y la apreciación de los resultados obtenidos.
- Sobre todo que tenga un enfoque por la Responsabilidad Ambiental, que ejecute estrategias para Génesis que vayan acorde al buen uso de los suministros y de los productos a ofertar.

Pago: \$ 2'200.000

- **Diseñador Gráfico.**

Dependencia: Administrativa

Función básica: Realizar los diseños de las agendas, basados en el estudio de mercado realizado, crear campañas de activación y posicionamiento de marca.

Perfil del cargo:

- Profesional en: Diseñador Gráfico.
- Experiencia: 2 años de experiencia en creación de campañas publicitarias, con conocimiento en artes gráficas y acabados, con conocimiento en redes sociales y manejo de plataformas digitales.

- Habilidades: Manejo de programas de la Suite de Adobe (Illustrator, Photoshop, Indesign, Affter Effects, Premiere) campañas de promoción de manera virtual.
- Persona apasionada por el manejo de los recursos naturales, con iniciativa en responsabilidad ambiental, proactivo, responsable, organizada, honesta, empática y orientada a resultados en equipo.
- Inglés oral y escrito mínimo B2.
- Tener experiencia como freelancer, en proyectos de artes y acabados, con conocimiento en suministros de papel, interacción con proveedores.
- Ser organizado, puntual y tener una óptica de detalle y con visiones claras.
- Destreza para convencer e interactuar en diversos escenarios y roles con varios tipos de interlocutores.

Pago: \$ 1'800.000

Prensista

Dependencia: Administrativa - Diseñador Gráfico

Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia como auxiliar de impresión, con conocimiento en impresión para material ecológico y uso Responsable de tintas, materiales, sustratos e insumos para obtener material impreso logrando los máximos estándares de calidad del producto, mediante la aplicación de técnicas productivas necesarias para cumplir con las especificaciones exigidas por el cliente en su solicitud.

Función básica:

1. Graduar los diferentes sistemas de la máquina.

2. Graduar sistema de transporte y registro del sustrato.
3. Graduar sistema de salida de la prensa.
4. Alistar y montar planchas para impresión.
5. Imprimir pruebas para controlar color y registro.
6. Alistar y montar mantillas para impresión.
7. Recibir los trabajos y realizar el proceso de impresión con calidad, siguiendo los parámetros establecidos en la orden de producción, con oportunidad y haciendo el mejor uso de los recursos asignados.
8. Conocer procesos de impresión y acabados gráficos.
9. Preparar y controlar el sistema de alimentación de sustrato en hojas.
10. Operar el sistema de entintado.
11. Verificar la calidad de impresión del producto.
12. Combinar Tintas para obtener colores especiales.
13. Usar adecuadamente insumos como: limpiadores, goma, antiseccantes, etc. En pro a la Responsabilidad Social.
14. Prestar servicio de apoyo en cualquier equipo de impresión que esté en capacidad de operar cuando sea requerido.
15. Mantener en buen estado (orden y limpieza) la máquina y los elementos que se le asignan.
16. Cumplir las normas de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional que establezca la empresa.

Pago: \$840.000

Contador

Dependencia: Contrato Obra Labor (Freelance)

Función básica: Dirigir, analizar, evaluar, y presentar la información contable y tributaria

de Génesis a través de los Estados Financieros y declaraciones en forma clara, completa, fidedigna y de acuerdo con los principios y/o normas de contabilidad vigentes, normas tributarias, políticas administrativas y criterios establecidos.

Profesión: Título Profesional en Contaduría Pública. Especialización en Finanzas y Gestión contable o afines. Tarjeta Profesional.

Experiencia: Cuatro (4) años de experiencia profesional dentro de la cual certifique dos (2) años de experiencia en cargos directivos. -

Habilidades:

- Controlar las actividades inherentes a la función contable, de acuerdo con las directrices corporativas y a los órganos reguladores de las políticas en esta materia, en cuanto al registro de las operaciones, presentar los estados financieros oportuna y correctamente dando cumplimiento a las obligaciones fiscales.
- Organizar y controlar las operaciones contables relacionadas con todos los procesos de la Corporación.
- Dirigir la preparación, análisis, evaluación de la información contable para presentar de manera oportuna a su superior inmediato (Director General), órganos formuladores de políticas internas y organismos de vigilancia y control, la información contable consolidada en los estados financieros, avalados con su firma y matrícula.
- Colaborar en la preparación del Balance General Proyectado y demás información financiera para el Plan Operativo.
- Coordinar la elaboración de las diferentes declaraciones e informes tributarios garantizando su exactitud y presentación oportuna.

- Asesorar y colaborar en la elaboración de cálculos financieros que soporten los proyectos, programas y estudios de la Caja.
- Elaborar el Plan Operativo de la Dependencia de Contabilidad y efectuar el control presupuestal.
- Asesorar la formulación de las políticas contables y financieras de la corporación.
- Fomentar en su equipo de trabajo una política de autocontrol respecto a las actividades cotidianas de su dependencia, con el fin de que se ajusten a los procedimientos y a los objetivos misionales y estratégicos de Génesis.
- Velar y verificar que los reportes de información requeridos por los órganos de vigilancia y control se elaboren en forma adecuada y oportuna en concordancia con las directrices definidas y los términos establecidos respectivamente.

Pago: \$ 700.000 Obra labor.

- **Asesor**

Dependencia: Administrativa

Función básica: Brindar asesoría a nuestros clientes, manejar servicio venta y posventa, controlando que el envío se realice de manera correcta y llegue al cliente final mediante un proceso de planeación, formulación y puesta en práctica de políticas de comercialización y mercadeo, el diseño de programas y estrategias de la oferta y el portafolio de productos y servicios en función integral al cliente, satisfaciendo las necesidades mercado-cliente, creando un ambiente sólido de vínculos comerciales que proyecten en el futuro un crecimiento sostenido y uniforme, a través de la captación de recursos financieros, en cumplimiento del plan estratégico, acorde a la Visión, Misión y gestión con calidad logrando los objetivos y metas, posicionando la imagen corporativa de GÉNESIS a través de campañas de promoción permanente.

Perfil del cargo:

- Profesión: Bachiller, técnico
- Experiencia: 1 año en atención al cliente, conocimiento y manejo de redes sociales.
- Habilidades: Habilidades para relacionarse con las personas, espíritu de trabajo en equipo, disposición amplia de servicio al cliente, capacidad de negociación.

Conductas asociadas:

- Atiende y valora las necesidades y peticiones de los usuarios y de ciudadanos en general.
- Considera las necesidades de los usuarios al diseñar proyectos o servicios.
- Da respuesta oportuna a las necesidades de los usuarios de conformidad con el servicio que ofrece la entidad.
- Establece diferentes canales de comunicación con el usuario para conocer sus necesidades y propuestas y responde a las mismas.
- Reconoce la interdependencia entre su trabajo y el de otros.
- Proporciona información veraz, objetiva y basada en hechos.
- Facilita el acceso a la información relacionada con sus responsabilidades y con el servicio a cargo de la entidad en que labora.
- Demuestra imparcialidad en sus decisiones.
- Ejecuta sus funciones con base en las normas y criterios aplicables.

- Utiliza los recursos de la entidad para el desarrollo de las labores y la prestación del servicio

Pago: \$781.242

ESTUDIO LEGAL

Disposiciones Legales.

- Decreto Nacional 948 de 1995 que reglamenta en relación con la prevención y control de la contaminación atmosférica y protección de la calidad del aire.
- Resolución 627 de 2008 del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial por la cual se establece la norma nacional de emisión de ruido y ruido ambiental.
- Decreto Distrital 312 de 2006 Por el cual se adopta el Plan Maestro para el Manejo Integral de Residuos Sólidos para Bogotá Distrito Capital.
- Decreto Nacional 4741 de 2005 del Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, por el cual se reglamenta parcialmente la prevención y manejo de los residuos o desechos peligrosos en el marco de la gestión integral.
- Decreto 933 Reglamenta el Contrato de Aprendizaje de 2003.
- Decreto 3769 Reglamenta Contrato a las temporales de 2004.

Para Contratar Aprendices:

La empresa debe estar registrada en el Sistema de Gestión Virtual de Aprendices (SGVA).

En caso que la empresa sea voluntaria, esta máximo podrá contratar aprendices hasta máximo el 50% del total de sus empleados.

Si la empresa tiene obligación de ley (mayor a 15 empleados), esta deberá solicitar la regulación de su cuota de aprendices a la Regional del SENA en donde se

ubique su domicilio principal.

La empresa registrará la solicitud de perfiles de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Consultar las postulaciones y proceder a citar los aprendices.

Validar las entrevistas y realizar el proceso de contratación.

Papeles a tramitar en la Cámara de Comercio:

- Verificar la disponibilidad del nombre en la Cámara de Comercio.
- Presentar el acta de constitución y los estatutos de la sociedad en una notaría.
- Firmar escritura pública de constitución de la sociedad y obtener copias.
- Inscribir la sociedad y el establecimiento de comercio en el registro mercantil (en la Cámara de Comercio de Bogotá)
- Obtener copia del Certificado de existencia y Representación Legal, en la Cámara de Comercio.
- Obtener número de identificación tributaria (NIT) para impuestos del orden nacional.
- Abrir una cuenta bancaria y depositar la totalidad del capital social.
- Inscribir libros de comercio ante la Cámara de Comercio.
- Inscribirse ante la Administración de Impuestos Distritales.
- Obtener concepto favorable de uso del suelo de Planeación Distrital o la Curaduría Urbana.
- Inscribirse a una caja de compensación familiar (pagar ICBF (3% del valor de la nómina), SENA(2%), y cajas de compensación familiar (4%).

- Inscribir la compañía ante una Administradora de Riesgos Profesionales (privada o ISS).
- Inscribir empleados al sistema de Seguridad, Fondo de Pensiones y Fondo de Cesantías.
- Inscribir empleados al Sistema Nacional de Salud (EPS).
- Elaborar reglamento de trabajo, ante el Ministerio de Trabajo.
- Obtener Certificado de Higiene y Sanidad de la Secretaría Distrital de Salud.
- Inscripción a programa de salud ocupacional.
- Obtener certificado de Bomberos.
- Notificar apertura del establecimiento comercial a Planeación Distrital (enviar carta por correo)

Implementación de la Norma ISO 14.000 - ISO 14.001

Al contar con una promesa de valor con la Responsabilidad Ambiental es necesario tener a disposición el uso de estas normas la cual nos permite el etiquetado ecológico para que el producto sea certificado y poder demostrar una implantación del sistema de gestión ambiental (SGA) correcto al ser una norma internacionalmente aceptada. Junto a la Norma 14001 que permite una especificación para la implementación del SGA A través de cinco aspectos:

a) Política ambiental: de acceso público y definida por la alta gerencia, debe ser acorde al tamaño y a las posibilidades de la empresa, cumplir con la ley vigente e incluir los conceptos de mejoramiento continuo y prevención de la contaminación la cual debe ser comunicada a todos los empleado.

- b) Planificación: debe buscar la forma de identificar los aspectos ambientales que pueda controlar, con el fin de determinar cuáles tienen o pueden tener impactos significativos sobre el medio ambiente.
- c) Implementación y operación: se deben registrar y comunicar las responsabilidades de cada actor en la implementación del plan y la gerencia debe entregar a cada persona o sección los recursos físicos e intelectuales necesarios para cumplir con lo establecido.
- d) Verificación y acción correctiva: se deben establecer y documentar procedimientos para medir regularmente el cumplimiento de lo planeado.
- e) Revisión de la gerencia: la alta gerencia debe revisar el sistema de gestión ambiental periódicamente, en un proceso que asegure contar con la información requerida, y considerar cambios a la luz de los resultados, en caso de ser necesario.

Plan de Ordenamiento Territorial POT

Según el Plan de Ordenamiento Territorial POT, GÉNESIS estará ubicado en la Calle 11 No 26 - 32 del Barrio Ricaurte de la ciudad de Bogotá, al ser una Zona Comercial y en proceso de industrialización con disposición amplia para uso de bodega y oficinas, con disposición para el uso del suelo, infraestructura vial y servicios públicos.

Ministerio de Industria y Comercio

RUT: La empresa será registrada ante la DIAN con el Registro Único Tributario con el fin de soportar la constitución de la empresa.

Registrada como Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) definida como: “Una sociedad esencialmente flexible. No requiere de una Junta Directiva; dicho órgano es

opcional y en caso de tenerla no necesita tener suplentes (incluso puede ser de un único miembro). Puede tener el número de accionistas que se quiera desde 1; Salvo que se establezca en los estatutos las sociedades por acciones simplificadas no tienen que tener reserva legal; no requieren de revisor fiscal a no ser que para el año inmediatamente anterior (i) el valor de sus activos brutos sea igual o superior a 5000 salarios mínimos legales mensuales vigentes o (ii) los ingresos brutos del año precedente sean iguales o superiores a 3000 salarios mínimos legales mensuales vigentes. La cesión de acciones no requiere reforma estatutaria. Permite la elaboración de acuerdos de accionistas, y la emisión de acciones especiales.” *Francisco Pamplona Beltrán. Abogado Universidad Javeriana, Especialidad Derecho Tributario.*

LEY 1429 del 2010:

Basados en esta ley con el objetivo de la formalización y la generación de empleo para generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas, ayudando a la disminución de costos para formalizar y aumenten los beneficios. Tales como la progresividad en el pago del impuesto sobre la renta de la siguiente manera: *(Artículo 4º: Progresividad en el pago del impuesto sobre la renta).*

0% en la tarifa del impuesto de renta.

25% en los primeros años según corresponda.

50% en el tercer año a partir del inicio de su actividad económica.

75% en el cuarto año en la tarifa del impuesto.

100% de la tarifa de renta a partir del sexto año.

ESTUDIO TÉCNICO OPERATIVO

Ficha técnica del producto

- **Producto:** Libreta Ecológica
- **Tamaño cerrado:** 21 x 28 cm
- **Descripción:** Tapas-duras impresas por una sola cara 4 x 0 colores sobre papel Esmaltado Certificado 150 gr con plastificado por 1 cara Frío Mate Guardas sin impresión en papel Esmaltado Certificado 150 gr 80 Hojas impresas por ambas caras a 1 x 1 colores sobre papel Bond 75 gr con diseño en portada, contraportada y márgenes en hojas internas,
- **Mandatorios:** Logo Génesis, Sello de uso Responsable del papel, Icono de reciclaje, Código de barras.

Información de impresión

Material: Cartón reciclado / Papel a base de caña de azúcar,

- **Tinta:** A base de aceites vegetales 4x4.
- **Proceso:** Impresión en Offset
- **Empastado:** Artesanal con cartón entrecolado reciclado y encuadernación rústica cosida. (Vallado Menéndez, 2003)

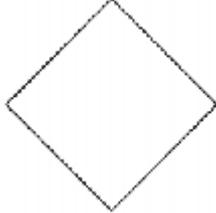
Información del Empaque

- **Largo de caja contenedora:** 46 cm
- **Ancho de caja contenedora:** 32 cm
- **Alto de caja contenedora:** 26.5 cm
- **Peso de caja contenedora:** 15 kg.

- **Piezas por Caja: 36**

Proceso y procedimiento

Para una mayor comprensión de los procedimientos, a continuación se presenta gráficamente la simbología utilizada en el levantamiento de los mismos, la cual es una representación gráfica ordenada de una sucesión de actividades que requiere en el procedimiento.

FORMA	DESCRIPCIÓN
	<p>TERMINAL. Indica la iniciación y terminación del procedimiento.</p>
	<p>OPERACIÓN. Describe la acción o actividad que debe desarrollarse. Ejemplo: Transcribir, revisar texto, trasladar de un sitio a otro, etc.</p>
	<p>DECISIÓN O ALTERNATIVA. Indica un punto dentro del flujo en que son posibles caminos alternativos, dependiendo de una decisión dada</p>
	<p>CONECTOR. Es un símbolo que facilita la continuidad de las rutinas de trabajo, evitando la intersección de líneas. Normalmente se indica la continuidad de un paso con otro a través de letras o números insertos en el símbolo. Representa una entrada o una salida dentro de una misma página.</p>

	<p>SENTIDO DE CIRCULACIÓN DEL FLUJO DE TRABAJO. Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben ejecutar los distintos pasos, definiendo de esta manera la secuencia del proceso.</p>
	<p>Conector utilizado para representar el fin de un FIN procedimiento.</p>

Figura 2. Descripción del proceso de producción de Génesis, proporcionada por el autor.

Presentación del proceso y procedimiento

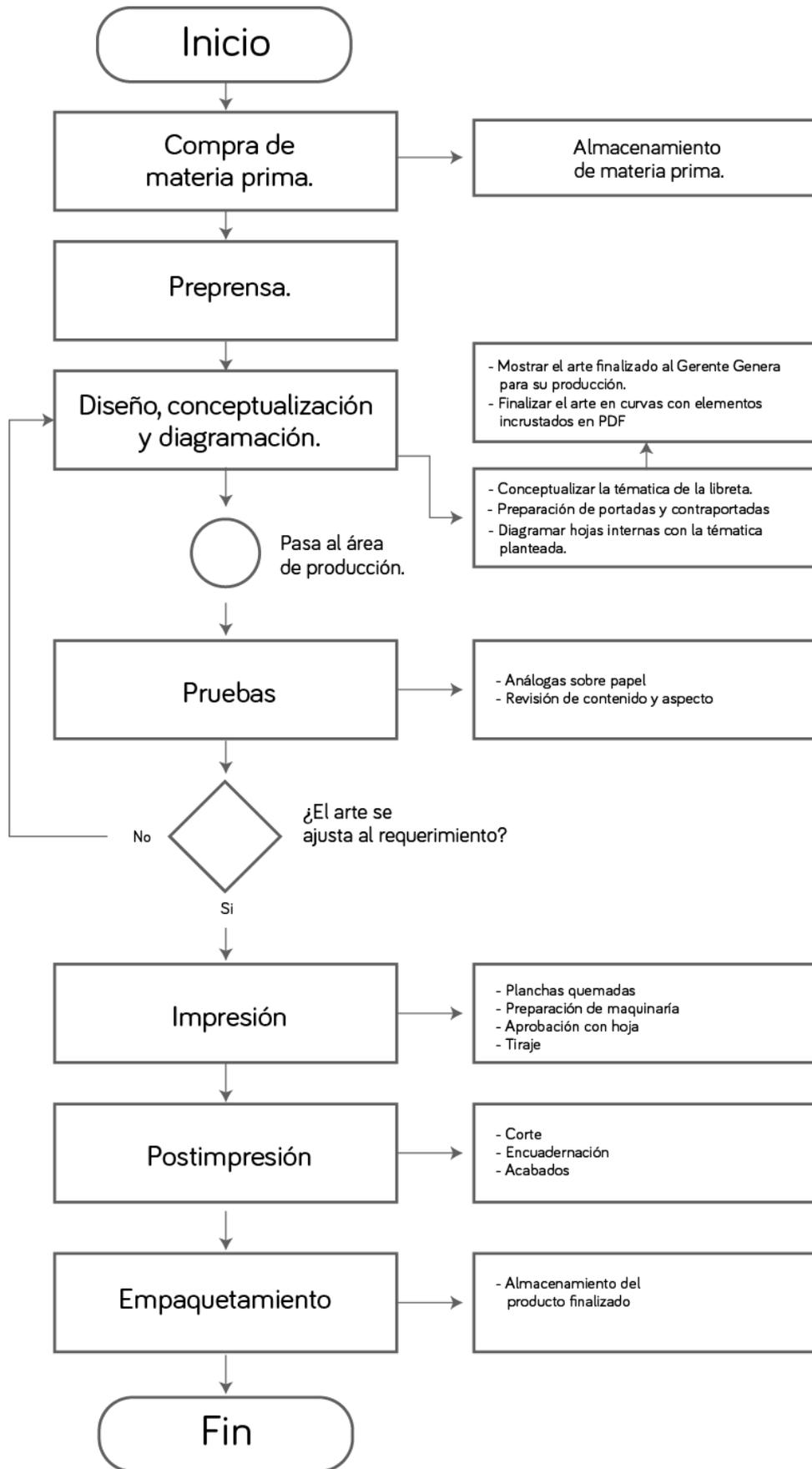


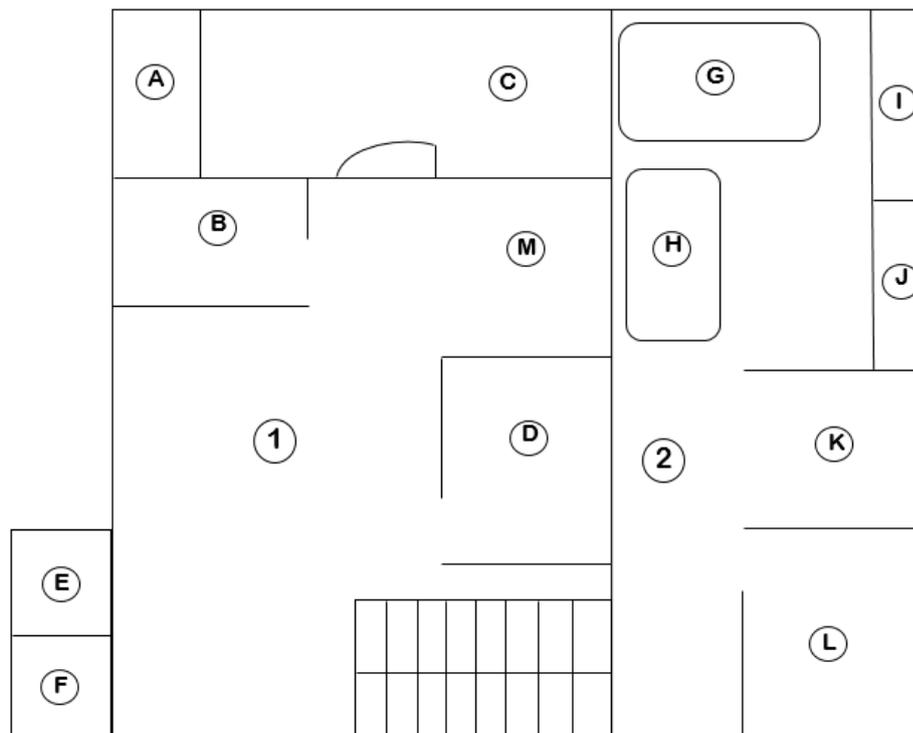
Figura 3. Descripción del proceso de fabricación, proporcionada por el autor.

Infraestructura

Las instalaciones de GÉNESIS estarán ubicadas en el Barrio Ricaurte, formado como taller de Artes Gráficas, en donde se realizará impresión, encuadernación, empaque y distribución de los libretas.

La bodega / oficina en donde se encontrará el taller maneja las siguientes especificaciones:

- Dirección: Calle 11 No. 26-32
- Barrio: Ricaurte
- Área: 100,00 m²
- Estrato: 3



PLANO 1

- Canon de arrendamiento: \$1'600.00

Figura 1. Mapa del local y ubicación del espacio, proporcionada por el autor.

1. Área administrativa

- A) Área de archivo
- B) Auxiliar Administrativo Contable
- C) Oficina director
- D) Asesor
- E) Cocina
- F) Baño
- M) Zona de impresión

2. Área de producción

- G) Mesa de trabajo
- H) Mesa de corte
- I) Insumos
- J) Mesa mediana (Guillotina, entenalla)
- K) Almacenamiento
- L) Diseñador gráfico

En este taller se maneja la impresión, encuadernación y acabados finales de las agendas.

Muebles y enseres

CONCEPTO	Cantidad	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL MENSUAL MES
Muebles				
Archivadores	2	Archivador Metalico Negro 47x47x68 Rodachinas	\$300.000	\$600.000

Cajoneras	4	4 niveles	\$90.000	\$360.000
Sillas ergonómicas	6	Silla con altura ajustable Medidas 57 x 58 x 88 en cuero sintético hasta 98 cm	\$150.000	\$900.000
Estantería	2	Estanteria Organizador Estante Solido 5 Niveles Rimax	\$139.000	\$278.000
Escritorio de oficina	3	Escritorio de Oficina En Metal Tipo L	\$538.000	\$1.614.000
Enseres				
Teléfonos	1	Teléfono Ip Para Uso De Oficina Avaya Modelo 9650	\$20.000	\$20.000
Escuadra de carpintero	2	Escuadra Carpintero 24 Pulgadas Uso Profesional Calidad H.c	\$60.900	\$121.800
Cuchillo de encuadernación	2	Cuchillo para encuadernación, long, l = 115 mm	\$51.000	\$102.000
Clip de pinza	1	Paquete por 12 und	\$4.420	\$4.420
Punta de lanza	1	Paquete por 2	\$6.000	\$6.000
Lezna	2	lezna mango de madera hoja 2.3"	\$49.000	\$98.000
Repujador	1	Repujadores, Estiletes De Bola Metalicos X 4	\$32.400	\$32.400
Tijeras	2	Tijeras Oficina 7 St-04212 Studmark	\$6.000	\$12.000
Tapete de corte	1	Tapete De Corte 30 X 60 Silhouette Cameo	\$74.900	\$74.900
Pincel para cola	4	Pincel con mango de plástico de pelo de cerda china. Ideal para cola.	\$30.000	\$120.000
Compás	2	Compás de punta con muelle (10cm)	\$15.000	\$30.000
Plegadora de hueso	2	Plegadera hueso 15 cm.	\$45.300	\$90.600
Portaminas	1	Faber Castell Portaminas Poly 0.5 X 12 Und Colores Surtidos	\$13.800	\$13.800
Regla de metal plana y recta	2	Regla De Acero De 60cm Robust Trabajos Mediciones Ligera Ea	\$20.000	\$40.000
Escuadra	2	Set x2 10 cm, 15 cm, 30 cm	\$7.000	\$14.000
Lámparas	1	Lampara Led Escritorio Led Negra Basic 5w 4000k	\$25.000	\$25.000
Multitomas	6	Multitoma Para Rack 8 Salidas Soportetecnologico	\$65.000	\$390.000
Greca	1	Greca Cafetera Capacidad Para 20 Tintos Nueva Café	\$229.000	\$229.000
Tableta gráfica	1	Tableta Gráfica Y Lápiz Wacom	\$420.000	\$420.000

Impresora multifuncional	1	Impresora Multifuncional Epson L380	\$393.900	\$393.900
		TOTAL	\$2.785.620	\$5.989.820

Maquinaria y equipo

CONCEPTO	Cantidad	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO
Maquinaria y Equipo			
Maquina Offset	1	Maquina Harris Cuarto Mayor Impresión Offset (62x47cm)	\$ 7.500.000
Plastificadora	1	Plastificadora Al Calor Un Solo Lado T33-2r	\$ 3.800.000
Prensa artesanal para encuadernación	1	Sup. útil: largo 28,5 cm, ancho 19 cm y apertura de 12 cm	\$ 350.000
Mesa de corte	1	Mesa de corte de 2,60x2,40 Con Acrílico tipo vidrio	\$ 372.000
Entenalla básica con muelle	1	Entenalla sencilla con muelle. Longitud: 21 cm. Anchura de boca: 5 cm.	\$ 182.000
Guillotina semihidrahulica	1	Guillotina semihidrahulica marca Ideal Alemana	\$ 3.100.000
Cosedores o telares	1	Madera de haya 55 x 38cm - útil 40 x 37,5cm.	\$ 250.000
Prensa de acabado	1	Prensa De Grabado Tórculo	\$ 430.000
		TOTAL:	\$ 15.984.000

Equipo de cómputo y comunicaciones

CONCEPTO	Cantidad	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Imac 27"	1	Apple 27" iMac with Retina 5K Display Modelo	\$6.999.999	\$6.999.999

		MNE92 E 2018		
Lenovo todo en uno Think Pad	4	M73Z CORE I5 Cuarta Generacion 4gb Ram 500 Gb Disco duro	\$865.000	\$3.460.000
Laptop Lenovo Thinkpad	1	T420s - Core I5 - 8gb Ram - Dd 320gb	\$1.200.000	\$1.200.000
Total:			\$9.064.999	\$11.659.999

Materia Prima e Insumos

CONCEPTO	Cantidad	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Materia prima/insumos				
Resma de papel ecologico earth pact certificado	80	Resma de papel ecologico earth pact certificado esmlatado 1/4 x 500 hojas 75 gr	\$ 8.500	\$ 680.000
Quemado de Planchas	9	Planchas electrostáticas tamaño cuarto mayor (63x47cm)	\$ 5.000	\$ 45.000
Cabezada de encuadernación	1	Paquete por 100	\$ 10.000	\$ 30.000
Cola - Pegamento	1	Cola Europanol 22 PH Neutro Encuadernacion 1 kg.	\$ 45.000	\$ 45.000
Hilo para encuadernar	1	Hilo para encuadernar, bobina Lino 250 gr., 2/C	\$ 38.000	\$ 38.000
Minas	1	caja de minas 0.5mm x 12	\$ 4.800	\$ 4.800
Esferos	1	Caja x12 trilux	\$ 5.000	\$ 5.000
Agujas de encuadernación	1	Aguja de coser a mano nº 7, Set 20 unidades	\$ 6.359	\$ 6.359
Cartón contracolado	1	Cartón Contracolado gris 2	\$ 300.000	\$ 300.000

		mm.x 500 und		
Cinta de enmascarar	1	Cinta Enmascarar 3/4*20mt 3m	\$ 9.000	\$ 9.000
Tonner de tintas	1	Tinta Por Litro Para Impresora Epson Canon Hp Lexmark Brothe x4	\$ 60.000	\$ 60.000
Tinta Offset certificada	1	Tinta Offser certificada x 4 colores 5 kg. Cyan Magenta Amarillo Negro	\$ 110.000	\$ 440.000
Rollo de Plastificar Mate 30 cm	1	Rollo de Plastificar Mate 2,400mts	\$ 370.000	\$ 370.000
Hojas No. 3 y No. 10 para punta de lanza	1	Cuchilla Bisturi Punta Lanza X 10 Unid. Benssini	\$ 2.000	\$ 2.000
		TOTAL:	\$ 937.659	\$ 2.035.159

Plan de compras:

Para llevar a cabo el correcto manejo de los recursos en cuanto a la compra de insumos y/o materiales es necesario llevar un plan de compras el cual su objetivo está en realizar compras oportunas y con precios acordes para responder a la demanda de nuestros usuarios con la mayor prontitud posible.

Al momento de desarrollar el plan de compras se disminuirá los costos de inventario, siendo definidos los pedidos en compras de gran tamaño (Al por mayor) y con una frecuencia que permita disminuir los stocks y costos adicionales, tomando medidas correctivas oportunamente.

PLAN DE COMPRAS			
Descripción del material o insumo	Cantidad	Área de uso	Tipo de compra

Resma papel carta	8	Todas las áreas	Simple, trimestral	compra
Esferos	10	Todas las áreas	Simple, trimestral	compra
Portaminas	3	Director, asesor	Estratégica, durabilidad	mayor
Lápiz	graduado Faber Castell x 6	Diseñador y prensista	Simple, trimestral	compra
Repuesto minas	3 paq. X 2 uni.	Director, asesor	Simple, trimestral	compra
Calculadora	3	Director, asesor	Estratégica, durabilidad	mayor
Agenda organizadora	/ 6	Todas las áreas	Estratégica, durabilidad	mayor
Tijeras	3	Diseñador, prensista	Estratégica, durabilidad	mayor
Regla	6	Todas las áreas	Estratégica, durabilidad	mayor
Pega stick	6	Todas las áreas	Simple, trimestral	compra
Marcador sharpie negro	6	Todas las áreas	Simple, trimestral	compra
Perforadora	6	Todas las áreas	Estratégica, durabilidad	mayor

Ganchos cosedora	6 cajas	Todas las áreas	Simple, trimestral	compra
Cosedora	6	Todas las áreas	Estratégica, durabilidad	mayor
Sello	2	Director diseñador	y Estratégica, durabilidad	mayor
Tinta sello	2	Director diseñador	y Estratégica, durabilidad	mayor
Bisturí	3	Diseñador prensista	y Estratégica, durabilidad	mayor
Rapidografos	3	Diseñador prensista	y Simple, trimestral	compra
Escuadra	2	Diseñador prensista	y Estratégica, durabilidad	mayor
Limpia tipos	2	Diseñador prensista	y Simple, trimestral	compra
Escuadra de carpintero	2	Prensista	Estratégica, durabilidad	mayor
Cuchillo de encuadernación	2	Prensista	Estratégica, durabilidad	mayor
Clip de pinza	2	Prensista	Estratégica, durabilidad	mayor
Punta de lanza	2	Prensista	Estratégica, durabilidad	mayor
Hojas de repuesto punta de lanza	2 paq.	Prensista	Simple, trimestral	compra

Lezna	2	Prensista	Estratégica, durabilidad	mayor
Cabezada de encuadernación	3 paq.	Prensista	Estratégica, durabilidad	mayor
Repujador	1	Prensista	Estratégica, durabilidad	mayor
Pegamento	1	Prensista	Simple, trimestral	compra
Pincel para pegamento	4	Prensista	Estratégica, durabilidad	mayor
Hilo para encuadernar	2 Conos 5.000 Mts	Aprendiz	Simple, trimestral	compra
Compas	2	Aprendiz	Estratégica, durabilidad	mayor
Plegadora	2	Aprendiz	Estratégica, durabilidad	mayor
Agujas de encuadernación	4	Aprendiz	Estratégica, durabilidad	mayor
Regla metálica plana	2	Aprendiz	Estratégica, durabilidad	mayor
Bitácoras	3	Diseñador, prensista	Simple, trimestral	compra
Pincel convencional	3	Prensista	Estratégica, durabilidad	mayor
Tapete de corte	1	Prensista	Estratégica, durabilidad	mayor
Porta brocas	1	Prensista	Estratégica, durabilidad	mayor

Resmas ecológicas		Prensista	Simple, trimestral	compra
Cartón contracolado		Prensista	Simple, trimestral	compra
Cartón Kraft		Prensista	Simple, trimestral	compra
Cinta de 4 enmascarar		Prensista	Simple, trimestral	compra
Tonner de tintas		Prensista	Simple, trimestral	compra
Tela tipo lona		Prensista	Simple, trimestral	compra

Los elementos como maquinaria y enseres no son contemplados en este plan ya que se realiza el análisis con compras de uso frecuente, periodo trimestral.

De manera periódica es necesario realizar un análisis en general del plan de compras, con el fin de identificar posibles modificaciones y actualizaciones del plan, teniendo en cuenta:

- Cambio de costos, proveedores, tiempos.
- Otras compras extra realizadas y las causas que originaron el imprevisto.
- Compras planificadas VS compras realizadas.

Costos directos e indirectos

CONCEPTO	COSTO DIRECTO	COSTO INDIRECTO
Compra de materia prima		\$2.035.159

Sueldos y mano de obra	\$5.621.242	
Arriendo	\$1.600.000	
Servicios públicos (Agua, luz, internet)	\$900.000	
Publicidad		\$400.000
Licencias/ tramites	\$843.599	
Mantenimiento de maquinaria y equipo		\$100.000
Mantenimiento de instalaciones		\$ 100.000
Seguros	\$300.000	
TOTAL	\$9.264.841	\$2.535.159

Costo unitario

El valor unitario de la libreta es de \$50.000 para contar con 350 agendas a \$17.000.000 con un TIR DE 20,7 % y un TIO 25% para lograr una recuperación de la inversión en 1,7 años, logrando un punto de equilibrio al vender 240 unidades en el mes (\$12.004.154).

Capacidad de producción

Tenemos una capacidad de producción de 350 copias mensuales de las cuales serán vendidas 250 como mínimo para dar sostenibilidad a la idea de negocio.

Capital de trabajo

Cuarenta millones (40.000.000) con 2 inversionistas con 20.000.000 a invertir cada uno en el capital a aportar para el funcionamiento.

ESTUDIO FINANCIERO

Estados financieros

GÉNESIS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
Activos Corrientes						
Efectivo	4.883.681	20.348.251	35.076.873	44.164.147	52.596.704	62.573.457
Cuentas Por Cobrar		10.500.000	10.815.000	11.139.450	11.473.634	11.817.843
Inventarios						
Total Activos Corrientes		30.848.251	45.891.873	55.303.597	64.070.338	74.391.300
Activos No Corrientes						
No Depreciables						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
ACTIVOS FIJOS						
Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipos	15.984.000	15.984.000	15.984.000	15.984.000	15.984.000	15.984.000
Equipos Computo y comunic	11.659.999	11.659.999	11.659.999	11.659.999	11.659.999	11.659.999
Muebles y Enseres	5.989.820	5.989.820	5.989.820	5.989.820	5.989.820	5.989.820
Vehículos		0	0	0	0	0
Total Activo Fijo Depreciable (Bruto)	33.633.819	33.633.819	33.633.819	33.633.819	33.633.819	33.633.819
(-) Depreciación Acumulada		6.127.782	12.255.564	18.383.345	24.511.127	30.638.909

Total Activo Fijo Depreciable (Neto)	33.633.819	27.506.037	21.378.255	15.250.474	9.122.692	2.994.910
Activos Diferidos	932.500	746.000	559.500	373.000	186.500	0
TOTAL ACTIVOS	39.450.000	59.100.288	67.829.628	70.927.070	73.379.529	77.386.210
PASIVO Y PATRIMONIO						
<u>Pasivos Corrientes</u>						
Proveedores		3.907.505	4.044.268	4.185.817	4.332.321	4.483.952
Otros Pasivos Corrientes						
Porción Corriente Pasiv a Largo plazo						
Pasivos Financieros a Corto Plazo						
Impuesto de Renta y Cree por Pagar		0	0	5.749.033	8.730.278	8.940.342
Total pasivos Corrientes	0	3.907.505	4.044.268	9.934.850	13.062.599	13.424.294
<u>Pasivos No Corrientes</u>						
Pasivos Financieros						
Cuentas por pagar		21.000.000	21.630.000	22.278.900	22.947.267	23.635.685
Total pasivos No Corrientes		21.000.000	21.630.000	22.278.900	22.947.267	23.635.685
TOTAL PASIVOS	0	24.907.505	25.674.268	32.213.750	36.009.866	37.059.979
PATRIMONIO						
Capital	39.450.000	39.450.000	39.450.000	39.450.000	39.450.000	39.450.000
Utilidades Retenidas		0	22.899.011	45.721.432	59.519.110	66.503.332

Utilidades del Ejercicio		28.623.764	28.528.025	17.247.098	8.730.278	2.980.114
TOTAL PATRIMONIO		34.192.783	42.155.360	38.713.320	37.369.664	40.326.230
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		59.100.288	67.829.628	70.927.070	73.379.529	77.386.210

Balance General

GÉNESIS	ANÁLISIS VERTICAL - BALANCE GENERAL				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
<u>Activos Corrientes</u>					
Efectivo					
Cuentas Por Cobrar	34,40%	51,70%	62,30%	71,70%	80,90%
Inventarios	17,80%	15,90%	15,70%	15,60%	15,30%
Total Activos Corrientes	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<u>Activos No Corrientes</u>	52,20%	67,70%	78,00%	87,30%	96,10%
No Depreciables					
Terrenos					
ACTIVOS FIJOS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Edificios					
Maquinaria y Equipos	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Equipos Computo y comunic	27,00%	23,60%	22,50%	21,80%	20,70%
Muebles y Enseres	19,70%	17,20%	16,40%	15,90%	15,10%
Vehículos	10,10%	8,80%	8,40%	8,20%	7,70%
Total Activo Fijo Depreciable (Bruto)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
(-) Depreciación Acumulada	56,90%	49,60%	47,40%	45,80%	43,50%
Total Activo Fijo Depreciable (Neto)	10,40%	18,10%	25,90%	33,40%	39,60%
Activos Diferidos	46,50%	31,50%	21,50%	12,40%	3,90%
TOTAL ACTIVOS	1,30%	0,80%	0,50%	0,30%	0,00%
PASIVO Y PATRIMONIO	100%	100%	100%	100%	100%

<u>Pasivos Corrientes</u>					
Proveedores					
Otros Pasivos Corrientes	15,70%	15,80%	13,00%	12,00%	12,10%
Porción Corriente Pasiv a Largo plazo					
Pasivos Financieros a Corto Plazo					
Impuesto de Renta y Cree por Pagar					
Total pasivos Corrientes	0,00%	0,00%	17,80%	24,20%	24,10%
<u>Pasivos No Corrientes</u>	15,70%	15,80%	30,80%	36,30%	36,20%
Pasivos Financieros					
Cuentas por pagar					
Total pasivos No Corrientes	84,30%	84,20%	69,20%	63,70%	63,80%
TOTAL PASIVOS	84,30%	84,20%	69,20%	63,70%	63,80%
PATRIMONIO	100%	100%	100%	100%	100%

Estado de resultados.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
GÉNESIS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS BRUTAS	210.000.000	216.300.000	222.789.000	229.472.670	236.356.850	1.114.918.520
Menos:						
Costo de Venta	107.357.373	110.898.154	114.559.525	118.345.598	122.260.628	573.421.279
Compras Mp / Inventarios	24.421.908	25.276.675	26.161.358	27.077.006	28.024.701	130.961.648
Nomina Operativa	47.338.665	48.890.680	50.493.676	52.149.333	53.859.382	252.731.736
Costos indirectos de fabricacion	32.400.000	33.534.000	34.707.690	35.922.459	37.179.745	173.743.894
Depreciación	3.196.800	3.196.800	3.196.800	3.196.800	3.196.800	15.984.000

n Operativa						
Utilidad Bruta en Ventas	102.642.627	105.401.846	108.229.475	111.127.072	114.096.222	541.497.242
Menos:						
Gastos de Administración	68.398.681	76.687.320	85.046.845	93.480.016	101.989.266	394.963.219
Amortización de Diferidos	5.620.181	186.500	186.500	186.500	186.500	6.366.181
Utilidad Operacional	28.623.764	28.528.025	22.996.131	17.460.556	11.920.456	109.528.932
Menos: Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Util Antes de Impuestos	28.623.764	28.528.025	22.996.131	17.460.556	11.920.456	109.528.932
Menos Provisión de Impuestos	0	0	5.749.033	8.730.278	8.940.342	23.419.653
Utilidad Neta	28.623.764	28.528.025	17.247.098	8.730.278	2.980.114	86.109.279
Punto de Equilibrio	143.911.580	149.871.960	166.632.821	183.638.982	200.899.194	784.767.545

Valoración de la rentabilidad del proyecto, tasa de descuento, VAN, TIR

RATIOS DE RENTABILIDAD					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Rentabilidad patrimonial</i>					
	84%	68%	45%	23%	7%
<i>Rentabilidad de Activos</i>					

	48%	42%	24%	12%	4%
<u>Rentabilidad en Ventas</u>					
	14%	13%	8%	4%	1%
<u>Margen Bruto</u>					
	49%	49%	49%	48%	48%

RATIOS DE SOLVENCIA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Endeudamiento Patrimonial</u>					
	73%	61%	83%	96%	92%
<u>Endeudamiento Total</u>					
	42%	38%	45%	49%	48%
<u>Apalancamiento Financiero</u>					
	173%	161%	183%	196%	192%

Tiempo en que se recupera la inversión 1.7 años.

TIO (Tasa Interna de oportunidad) 25%

Tasa Interna de Retorno (TIR) 20,7%

PLAN DE MARKETING

Planteamiento y análisis de la Matriz DOFA o FODA

DEBILIDADES

- Falta de reconocimiento a nivel local.

Plan de acción

Realizar fuerte campaña de comunicación a través de redes sociales que permitan evidenciar incremento de seguidores en redes sociales, los cuales serán clientes potenciales.

- Normas gubernamentales

Plan de acción

Estar en constante actualización y revisión de requerimiento de normas institucionales para garantizar certificados verídicos.

- Cambios abruptos del TRM

Plan de acción

Desarrollar estudio de mercado y generar una tabla de precios para el producto que permita tener una bolsa de ahorros que será alimentada con los buenos precios del TRM y que cubra los cambios que afecten la economía del mercado en el que nos encontramos.

- Gustos variados en los clientes

OPORTUNIDADES

- Empaques ecológicos

Plan de acción Implementar bolsas de plástico o cajas poco amigables con el medio ambiente.

- Venta por medios electrónicos

Plan de acción realizar convenios con entidades que permitan realizar pagos de manera on line a nivel global.

Realizar página de instagram para ganar reconocimiento vía virtual.

FORTALEZAS

- Manejo de materiales como papeles, tintas cartones y otros que provengan de recursos reciclables y que sean amables con el medio ambiente

Plan de acción Contar con una certificación del manejo adecuado del papel y la implementación de materiales en pro al medio ambiente.

- Diseños ajustados a la cultura colombiana

Plan de acción realizar investigación a fondo que permita deducir gustos, géneros y otros elementos que se ven reflejados en las libretas, con el fin de tener una oferta variada de productos.

- Equipo de trabajo

Plan de acción equipo compuesto por integrantes de variables conocimientos como: administrador de empresas, negociador internacional, diseñador gráfico, asesor de clientes.

- Calidad de productos

Plan de acción junto al equipo realizar productos de calidad, teniendo en cuenta desde el primer contacto con un posible cliente, buena atención, entrega oportuna, a tiempo y con gran estética y demás elementos que sean importantes para que el cliente se vea identificado con la marca.

AMENAZAS

- Competencia, tiendas: Tienda Larin Laran, Tienda Shuz Shuz, Hojas

Plan de acción

Investigación a fondo de empresas competencias.

Evidenciar el uso de elementos ecológicos en nuestros productos

- Empresas que entran en el mercado

Plan de acción

Estar en constante investigación de mercado

Estar en actualización

- Falta de acceso a internet

ANÁLISIS DE PORTER

Poder de negociación de los Compradores o Clientes:

El nicho de mercado que disponemos es relativamente joven por lo cual, están enmarcados a tendencias gráficas actuales, aquellos que les gusta viajar y tener elementos inspirados por su gusto, al ser un elemento que pueden disponer para sus estudios o de manera personal. Demostrando un poder de compra a través de internet, los clientes buscan elementos que estén en pro al medio ambiente, buscan adquirir productos de buena calidad sin importar su valor en cuanto esté soportado por la calidad y la autenticidad de los productos.

Pero contamos con un inconveniente muy especial, y es que al ser muy pocos clientes los precios fluctúan en el mercado y dependemos de la competencia para proponer un valor acorde sin incurrir en pérdidas. Pero logramos aumentar la capacidad de negociación al poder variar de proveedor sin afectar el resultado, pero sí optimizar la calidad de nuestros productos.

Poder de negociación de los Proveedores

Los proveedores pueden tener un gran poder frente a nuestros clientes con lo que pueden favorecerse. El número de proveedores con el cual contamos es numeroso al contemplar que cada día surgen nuevos tipos de impresión que ayudan a mitigar el impacto ambiental y son cada día más los lugares dispuestos a la impresión, la amenaza que se presenta es por los fabricantes de los sustratos a implementar, ya que estos proveedores son únicos en el mercado dependemos directamente de ellos y a que nuestra competencia implemente a los mismos proveedores y suministre tanto a grandes superficies como a empresas menores. El punto a favor está en que, al ser una cadena de superficies tan amplia el costeo de producción es baja, logrando rentabilidad por los sustratos a implementar, el papel reciclado en cifras es más económico que el papel blanco, porque al implementar muchos más elementos químicos su costo se incrementa, por ende además de negociar con proveedores entramos a negociar el equipo de personas con el cual queremos contar para nuestra empresa, porque es lo que entra a competir directamente a la idea de negocio, el hecho de tener a equipo que trabaja en pro a la innovación, a la creatividad, a llevar todo a un ámbito cultural.

Amenaza de nuevos competidores entrantes

Es difícil combatir con la entrada de nuevos productos/competidores, dado que el producto que ofrecemos radica en que tiene fácil acceso a la producción y a la venta, tanto informal como reglamentada, tenemos una gran amenaza respecto a estos nuevos competidores que ingresen al mercado. Pero el diferencial con el que optamos al mercado tiene baja demanda por los competidores actuales.

Pero para ello podemos implementar ciertas barreras que nos apoyaran a la hora de crearle a nuestra empresa una ventaja competitiva: Contarán con precios a escala, en el que pueden acceder a nuestros productos teniendo en cuenta la diferenciación de nuestro producto frente a la competencia, en donde podrán tener acceso desde cualquier parte con acceso a internet, donde podemos tomar a estos nuevos clientes y

ofrecer un producto de entrada con calidad para que divulgue nuestro producto y de un aval a futuros clientes.

Amenaza de productos sustitutos

Al ser un producto que su fabricación y distribución están a un bajo precio, es una amenaza constante por los productos sustitutos que se encuentran en el mercado actual y los que van a ingresar, lo cual los precios llegan a ser relativos a los productos sustitutos, que puede tener también la facilidad de compra y acceso a los mismos proveedores, pero resulta que son pocos los que están certificados por el buen uso del papel y estar en pro con el medio ambiente. El diseño juega un papel muy importante para ser un diferenciador en cuanto a la competencia, los usuarios a los cuales queremos apuntar son el fuerte para dar sostenibilidad a la idea de negocio, sin llegar a imitar los productos sustitutos para generar una notoria diferencia.

Rivalidad entre los competidores

A decir verdad existen competidores bastante significativos, por lo que la rivalidad es demasiado alta, al contemplar que cuentan con un número amplio de clientes tal como lo son Larin Laran, tienda online Shuz Shuz, Dicreem, Doots, hojas.com.co, etc. Al realizar no solo libretas personalizadas de acuerdo a su gusto, sino cientos de productos que pueden personalizar sus clientes o contar con diseños exclusivos para su gusto, pero para ello es necesario generar una estrategia de mercadeo para poder conlleva una rivalidad mucho más competitiva, llevada a un mercado que es influenciado con diversidad de productos (turistas) al querer llevar consigo un producto para recordar o para obsequiar a sus seres queridos.

ESTRATÉGIA COMPETITIVA

Para esta estrategia se pretende consolidar a futuro a Génesis como una marca, que genere recordación y adaptación en un mercado competitivo, analizando desde diversos campos.

Génesis contará con elementos gráficos que estarán ligados a últimas tendencias que serán llevadas a elementos culturales del país, donde los copys darán recordación y sentido de pertenencia. Colombia al ser un país rico en cultura y diversidad es gratificante enriquecer desde elementos visuales y actuales la imagen del país.

La reputación es parte fundamental para que Génesis esté bajo un concepto ecológico, el buen uso del papel y la responsabilidad social, enfocada a dar apoyo a una imagen que contextualice otra imagen de Colombia. Queremos vender otra idea de Colombia en el exterior y en cualquier parte del país, una Colombia que exprese el amor por la fauna

y la diversidad, una imagen que los futuros clientes venderán a otras personas que quieran conocer los sitios que daremos relevancia para iniciar nuestra idea de negocio.

Con una visión enfocada en la responsabilidad social y reconocida, al implementar desde la industria de gráfica componentes creativos que ayuden a mejorar la imagen que tenemos en otros lugares tanto del país como del exterior, apoyado de las nuevas tecnologías que apoyen una estrategia publicitaria con ayuda de redes sociales, que al inicio serán pagas para generar una divulgación por futuros clientes que ya utilizan la plataforma Instagram, donde será primordial explorar perfiles ya creados por nuestra competencia directa

y haciendo seguimiento de sus seguidores que serán posibles clientes potenciales

Para garantizar cada estrategia, y desarrollo de producto de manera oportuna necesitamos de personas especializadas en diferentes áreas que componen un equipo responsable, eficiente, alegre y comprometido con cada objetivo que tiene la empresa, de esta manera podemos llevar a cabo cada pedido y actividad que nos proponemos.

Canales de distribución:

Para ofertar nuestro producto en la competencia es necesario verificar nuestros canales de distribución, para ello definiremos primero qué es un canal de distribución: Es el conducto el cual escogen las empresas para hacer llegar sus productos al consumidor final, de una forma completa, económica y eficiente.

El canal de distribución en el marketing es la variable que permite poner en contacto el elemento de producción con el de consumo de manera adecuada, la distribución tiene como objetivo poner el producto final a disposición del consumidor con la calidad, momento y lugar apropiado, el cumplimiento de estos parámetros justifica la existencia y correcta utilización de un sistema de intermediación entre la empresa productora y el consumidor, que se denomina sistema de distribución comercial. (Parreño y Ruiz, p.149).

Clasificación de los canales de distribución:

Según la longitud, forma de organización y tecnología de compraventa pueden ser clasificados:

- Según la longitud: Canal directo, canal corto y canal largo
- Según su forma de organización: Canales independientes, canal integrado, canal asociado y canal administrado.
- Según la tecnología de compraventa: Canales tradicionales, canales automatizados, canales audiovisuales y canales electrónicos.

Nuestro canal de distribución:

En el caso de génesis, el canal adecuado según nuestro tipo de producto es el canal electrónico, el cual consta en combinar los sistemas de comunicación (teléfono) y la informática, es decir, a través de la red / internet.

Por medio virtual se hará uso de redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp) y pagina web para la venta de nuestros productos, la forma de entrega a nuestro consumidor final se rige bajo los siguientes pasos:

1. Promoción de los productos vía Web
2. El consumidor se contacta con nosotros por cualquiera de nuestros canales de comunicación (redes sociales, WhatsApp, contáctenos de la página Web)
3. Se realiza la recolección de datos del cliente: Nombre completo, ciudad de destino, dirección y barrio, teléfono de contacto y número de identificación.

La(s) agenda(s) será enviada por medio de la transportadora ENVIA, valor del flete cancelado al momento de la entrega (contra entrega). Los asesores tendrán la responsabilidad del servicio Post-venta, realizando el respectivo seguimiento mediante el rastreo de la guía hasta que llegue al cliente final y se reciba la confirmación del mismo.

Sin dejar a un lado que en ocasiones se maneja la distribución mediante el Canal directo el cual consta de la intervención de solo dos entidades, fabricante y consumidor final. Utilizado en la participación en la feria AMBAR DAE, ubicada en la Zona G de Bogotá, en donde se exponen proyectos de emprendimiento para promover la venta directa de nuestros productos.

Bibliografía

Cámara de Comercio de Bogota. (Marzo 2007). Impacto del TLC en BogotáCundinamarca, La cadena de textiles y confecciones. Bogotá. Colombia, C. c

Coltejer. (2002). coltejer.com.co. Recuperado el 20 de Mayo de 2009, de <http://www.coltejer.com.co/tpunto.htm>

Crearempresa. (2006). crearempresa.com. Recuperado el 15 de Mayo de 2009, de <http://www.crearempresa.com.co/Consultas/Ciiu01.aspx>

DANE. (2009). dane.gov.co. Recuperado el 1 de Marzo de 2009, de http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category&id=16&id=496&Itemid=996

Departamento de Planeacion Nacional, D. d. (2004). dnp.gov.co. Recuperado el 20 de Octubre de 2008, de <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Programas/DesarrolloEmpresarial/Competitividad/Estad%C3%ADsticas/tabid/234/Default.aspx>

Emprendedores Colombia, (2000). minicomercio.gov.co. Recuperado el 20 de Mayo de 2009, de <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/ecolombianos/newsdetail.asp?id=2032>

Encuestafacil. (2005). encuestafacil.com. Recuperado el 1 de Marzo de 2009, de <http://www.encuestafacil.com/>

Inexmoda. (2006). inexmoda. Recuperado el 26 de Octubre de 2008, de <http://www.inexmoda.org.co/TextilConfecci%C3%B3n/ElsectorTextilydeConfecci%C3%B3nColombiano/tabid/280/Default.aspx>

Internet Bogotá, (2008). internetbogotá.com. Recuperado el 20 de Octubre de 2008, de <http://www.internetbogota.com/articulosynoticias/articulo001.htm>

Johnston, M. W. (2004). Administracion de Ventas. En M. W. Johnston. Mexico: McGraw-Hill.

LEVI, L. S. (2008). levi.com. Recuperado el 28 de Octubre de 2008, de http://us.levi.com/shop/index.jsp?clickid=header_men&categoryId=3146842

Metro Cuadrado, (2009). metrocuadrado.com. Recuperado el 20 de Mayo de 2009, de http://contenido.metrocuadrado.com/contenidom2/ciudyprec_m2/inforbog_m2/informaciongeneralbogot/ARTICULO-WEB-PL_DET_NOT_REDI_M2-3079212.html