Opción de Grado 3

Jota Cuatro S.A.S

Presentado por:

Maria Alejandra Vásquez Colorado

Jorge Eusebio Mendez Parroquiano

Juan David Martinez Rodriguez

Docente:

Miguel Gutierrez

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Programa – Ingeniería de Sistemas

Redes sociales:

https://www.facebook.com/profile.php?id=1075843802

https://www.instagram.com/marialejaaa20/?hl=es-la

Tabla de contenido

Compromiso de autor...……..….6

1. **Presentación General del Proyecto**……....7

1.1. Resumen Ejecutivo…….7

1.2. Introducción……8

1.3. Objetivos…….9

1.4. Claves para el éxito……10

2. **Descripcion de la idea de negocio**……..11

2.1.¿Cuál es el producto o servicio?.....11

2.2. ¿Quién es el cliente potencial?.....12

2.3. ¿Cuál es la necesidad?.....13

2.4. ¿Cómo?.....14

2.5. ¿Porque lo preferirán?.....14

2.6. ¿Cuál es el factor de Innovación?.....15

3. **Presentación de la empresa**……16

3.1. Nombre y logo……16

3.2. ¿Quiénes somos?.....16

3.3. ¿Cuál es su actividad economica?.....17

3.4. Descripcion del sistema empresarial……...18

4. **Portafolio**……..20

4.1. Descripcion de servicios…….20

5. Direccionamiento estratégico…….25

5.1.Misión…….25

5.2. Visión…….25

5.3. Valores Corporativos…….26

5.4. Objetivos estratégicos……27

5.5. Futuro Preferido…….28

5.6. Estrategias y planes de acción……29

5.7. Indicadores de desempeño…….31

5.8. Cadena de valor……..34

6. Estructura Organizacional y funcional……..34

6.1. Organigrama……...34

6.2. Perfiles de cargo y funciones……..35

7. Estudio Legal…….39

7.1. Tipo de constitución legal del proyecto…….39

7.2. Obligaciones e impuestos……..39

7.3. Beneficios……..40

8. Estudio Financiero……...……41

8.1. Plan de inversión…….…….……..41

8.2. Plan de financiación…….....43

8.3. Costos…….....47

8.4. Gastos…….48

8.5. Ingresos…….49

8.6. Análisis del punto de equilibrio……49

8.7. Estado de resultados…….50

8.8. Balance General……51

8.9. Flujo de caja……..52

8.10. Indicadores de evaluación……53

9. Lecciones aprendidas y recomendaciones……54

10. Referencias bibliográficas……55

Tabla de contenido figuras

1. Figura 1

Logo Jota cuatro S.A.S……16

2. Figura 2

Bocetos del diseño y evidencias de la fabricación del producto……23

3. Figura 3

Vistas desde diferentes ángulos de la maleta 4j…….23

4. Figura 4

Vistas desde diferentes ángulos del segundo tipo de maleta 4j…….24

5. Figura 5

Producto utilizado en la motocicleta como una alforja…….24

6. Figura 6

Organigrama empresarial……34

7. Figura 7

Perfil de cargo gerente……35

8. Figura 8

Perfil de cargo contador público……36

9. Figura 9

Perfil de cargo director comercial……..37

10. Figura 10

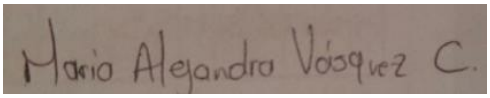
Perfil de cargo jefe de producción……..38

Compromiso de autor

Nosotros Maria Alejandra Vásquez Colorado, Jorge Eusebio Mendez Parroquiano y Juan David Martinez Rodriguez, identificados con cédulas 1.110.586.208 de Ibagué, 79.989.524 de Bogotá y 1.016.035.252 de Bogotá, alumnos de los programas acádemicos de Administración de Empresas e Ingeniería de Sistemas, declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la Fuente original, somos responsables directos legal, económico y administrativo sin afectar al director el trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:



Maria Alejandra Vásquez Colorado

CC 1.110.586.208

Jorge Eusebio Mendez Parroquiano

CC 79.989.524

Juan David Martínez Rodríguez

CC 1.016.035.252

1. Presentación General del Proyecto

1.1. Resumen ejecutivo Jota Cuatro S.A.S

Jota Cuatro S.A.S nace de la necesidad que vimos en la falta de protección y comodidad para los motociclistas, los cuales exponen su integridad fisica al momento de conducir en Bogotá y en otros sitios del país, como valor agregado vimos que, adecuando accesorios en nuestro producto, como por ejemplo la posibilidad de portar una cámara goPro y un hipermeable podiamos satisfacer las necesidades de las personas que componen este sector del mercado.

Actualmente queremos impactar al público en general con la posibilidad de personalizar nuestro producto a su propio gusto y facilitar que los clientes lo adquieran desde la comodidad de sus hogares accediendo a nuestra página web, haciendo la compra de manera virtual y, de manera oportuna entregar el producto en la mejor presentación logrando cumplir con las expectativas del cliente.

1.2. Introducción

Debido al incremento en la tasa de mortalidad y en lesiones causadas por accidentes en las vías a nivel nacional donde estan involucrados los motociclistas, creamos un producto con grandes conceptos de diseño que busque la protección, libertad y comodidad, con el fin de que el cliente se sienta a gusto con nuestro producto exclusivo y personalizado, realizando cualquier tipo de recorrido brindándole una sensación de seguridad, gracias a la protección que nuestra maleta J4 le puede brindar.

Queremos lograr que este producto sea exclusivo, pero no excluyente puesto que cualquier persona que posea una motocicleta, bicicleta o desee tener un diseño diferente en sus maletas lo pueda adquirir a un precio asequible en el mercado garantizando comodidad y protección lumbar, adicionalmente por medio de nuestra página web queremos enseñarle al cliente lo que ofrecemos en nuestro producto a nivel de calidad y personalización, siendo este el canal principal de comunicación y ventas entre los clientes y nuestro producto, como valor agregado queremos mejorar los tiempos de distribución y entrega y asi mantener al cliente satisfecho con nuestro servicio.

1.3. Objetivos

General

Crear una idea de negocio que sea sostenible, con una inversión justa en relación al uso de materias primas de alta calidad que sean amigables con el medio ambiente y que al iniciar con nuestro proyecto este sea innovador y beneficie a la sociedad.

Específicos

1. Innovar e incursionar en el mercado garantizando un buen servicio al cliente por medio de la página web y puntos de venta.
2. Utilizar materiales biodegradables de alta calidad para reducir el impacto al medio ambiente y garantizar un producto con altos estándares en el mercado.
3. Realizar una investigación de campo que permita identificar qué características del producto le agradan al cliente y cuales podemos mejorar.
4. Analizar los costos que incurran en la comercialización del producto, proyección de ventas y estimado de utilidades que permitan dar viabilidad a la idea de negocio.
5. Realizar un estudio de precios en fletes con nuestros aliados a nivel de distribución para acordar estos precios por unidad y al por mayor.

1.4. Claves para el éxito

1. Dar a conocer nuestro producto por medio de redes sociales y publicidad en locales comerciales de accesorios y repuestos de motociclismo con el fin de adquirir clientes potenciales

2. Por medio de nuestra página web mostrar a los usuarios pruebas hechas al producto, que les permitan identificar los atributos de comodidad, seguridad y personalización que ofrecemos en el mercado.

3. Por medio del uso de tecnología de georreferenciación, mostrar al cliente en tiempo real el estado de distribución del producto hasta que llegue a su lugar de destino.

4. Optimizar la comunicación asertiva con el cliente teniendo en cuenta que puede comunicarse con nosotros desde la página web, redes sociales, línea telefónica y correo corporativo, con el fin de conocer sus sugerencias, quejas y/o reclamos oportunamente.

2. Descripcion de la idea de negocio

2.1. ¿Cuál es el producto o servicio?

Verificando las problemáticas que presenta la comunidad de motociclistas en términos de seguridad y comodidad, identificamos que este grupo de personas necesita artículos exclusivos y de gran comodidad que faciliten la conducción. Sabemos bien que frecuentemente al mercado salen a la venta distintos tipos de productos para motociclistas, pero sin pensar en su verdadera necesidad, ocasionando incomodidad e incluso dificultad en el manejo, cuyo resultado radica en lesiones o incluso en accidentes automovilísticos, donde el conductor de la motocicleta la mayoría de las veces es el más afectado.

Por este tipo de causas tuvimos en cuenta que accesorios son los más utilizados por los motociclistas y asi llegar a ofrecer un artículo que unifique o facilite el acceso y comodidad de los demás artículos que se vuelven necesarios en la cotidianidad de este grupo de personas.

Diseñamos y confeccionamos una maleta con una distribución efectiva y dirigida a la comunidad motera, para que el cliente se sienta cómodo y tranquilo, sin tener que preocuparse por los elementos que transporte dentro de nuestro producto, las principales características y atributos que hacen que 4j sea innovadora son:

- Capacidad de 27 litros (unidad de volumen) con un bolsillo expandible para almacenar un casco o elementos que ocupen un volumen adicional de 5 litros, cuando la maleta está totalmente llena la capacidad total es de 32 litros.

- La maleta cuenta con tres contenedores principales, un bolsillo para laptop, 5 bolsillos secundarios y dos bolsillos laterales, todos con cremalleras especiales anti fluidos, los contenedores y los demás bolsillos son totalmente impermeables.
- Espaldar construido en airflow y material de alto impacto d3o, nuestra característica innovadora para proteger la columna vertebral de nuestro cliente, brindando comodidad y seguridad total ante cualquier tipo de impacto.
- Cargaderas ergonómicas para que los hombres no tengan algún tipo de maltrato al soportar el peso de la maleta.
- Cubierta exterior de la maleta fabricada con material reflectivo para que la persona que lleva nuestro producto sea visible a cualquier hora del día por las personas que circulen a su alrededor.
- Luces direccionales para el uso en las vías en horas de la noche.
- Fotocelda para carga de dispositivos electrónicos como cámaras goPro, smartphones y tablets.

Este producto proporciona libertad al momento de ser usada, útil para personas que deseen comodidad y protección al momento de conducir.

2.2. ¿Quién es el cliente potencial?

Enfocados en los hábitos y costumbres del consumidor, logramos identificar a nuestros clientes potenciales según su volumen de compra, según la influencia que pueden ejercer en futuros clientes y según su perfil.

Según su volumen de compra: en este segmento del mercado ubicamos a clientes potenciales que pueden adquirir una gran cantidad de nuestro producto ofertado, un ejemplo de

este tipo de clientes pueden ser empresas de distribución masiva como coordinadora o empresas que involucren en su servicio, mantenimiento puerta a puerta como lo es claro, como podemos ver este tipo de empresas tienen colaboradores que en la mayoría del tiempo estan transitando por la ciudad y requieren de un elemento de protección que les facilite llevar sus implementos de trabajo.

Según su influencia: logramos detectar que desde hace mucho tiempo a lo largo de la historia de los consumidores, una persona que tenga alguno de nuestros productos pueda influenciar a alguna de las personas que haga parte de su círculo social para que adquiera algún implemento de nuestra marca, aparte de los clientes potenciales que podemos ganar por medio del boca a boca también vemos oportunidad de atraer nuevos clientes creando alianzas corporativas con empresas de la industria de los motocicletas como puede ser Yamaha, Honda, entre otras, para que oferten nuestros productos generando influencia en el consumidor final.

Según su perfil: en este segmento vemos que tenemos clientes potenciales que tengan un gusto por lo que ofertamos, o que tengan una necesidad que puedan solucionar utilizando nuestro producto, nuestro cliente prospecto es el motociclista que anda por las vías de la ciudad y requiera de protección y comodidad lumbar al momento de conducir asi tenga que cargar o no otro tipo de accesorios, sin embargo vemos que clientes como por ejemplo los ciclistas, tienen un perfil similar que se adecua al uso de nuestro producto.

2.3. ¿Cuál es la necesidad?

Reducir la tasa de mortalidad de la población de motociclistas ubicados en las ciudades de Bogota e Ibagué involucrados en accidentes automovilísticos, evitando que los traumatismos

presentados en los accidentes puedan ocasionar lesiones severas como la invalidez permanente por la ausencia del uso de implementos de seguridad y cuidado lumbar.

2.4. ¿Cómo?

Implementando un accesorio que proteja la parte lumbar del conductor, que permita que otros conductores lo puedan visualizar en la vía por medio del uso de materiales reflectivos y en caso de que se presente un accidente, el uso de este accesorio reduzca el impacto recibido en esta zona del cuerpo evitando lesiones graves y severas en el conductor.

2.5. ¿Porque lo preferirán?

Sentimos que los clientes preferirían nuestro producto sobre cualquier otro accesorio de la competencia por los siguientes motivos que sabemos que tienen un nivel de importancia alto al momento de atraer y cumplir las expectativas del cliente:

- Lanzamos al mercado la primera maleta fabricada con materiales resistentes a altos impactos como el kevlar y el d3o, los cuales garantizan protección ante cualquier tipo de lesión que pueda sufrir el cuerpo humano como hematomas, raspaduras, desmembramientos o fracturas, principalmente estamos enfocados en proteger la zona lumbar de quien porte nuestro producto, hasta el punto de evitar la paraplejía.
- Ofrecemos al cliente un servicio de personalización del producto, donde el cliente puede elegir qué elementos y atributos incluir en la maleta, como por ejemplo colores, número y posición de bolsillos, ubicación de telas reflectivas y luces direccionales, entre otros.
- Ofrecemos nuestros accesorios mediante redes sociales, por nuestra propia página de internet, donde mostramos y permitimos la compra de la maleta, también enlazamos un

servicio de entrega del producto en tiempo real para cada cliente en específico cuando accede al home page, para que este enterado del proceso de distribución de su producto.

- Estamos vinculados con diferentes aliados estratégicos de distribución con el fin de garantizar la entrega de nuestro producto a nivel nacional en los tiempos pactados de entrega.

2.6. ¿Cuál es el factor de Innovación?

Nuestro factor de innovación se vera reflejado principalmente en dos áreas de la organización , en el sector de producción donde la creación del producto toma dos caminos, el primero es la fabricación de artículos genéricos cuyo tiempo de producción es menor debido a que es un producto base con características especificas y que va proyectado al consumo de clientes que quieren adquirir el producto en gran volumen, y el segundo camino es la fabricación del producto para clientes que desean que su producto sea diferente de lo que otras personas puedan tener, es decir que su producto este personalizado a su gusto, es aquí donde tenemos en cuenta que el tiempo de diseño y de elaboración nos toma un poco mas de tiempo, ya sea por temas ya involucrados directamente con el cliente y por atributos de la maleta que se deben fabricar a mano, debemos tener en cuenta que nuestro factor clave en ambas lineas de fabricación es la de agregar el material d3o, somos el primer fabricante que quiere incluir este atributo a una maleta, vemos oportunidades de que nuestros consumidores se sentirán protegidos y seguros al contar con nuestro producto.

La siguiente área que es vital para garantizar que nuestro producto es innovador es el área de calidad, debido a que cada uno de nuestros artículos se somete a rigurosas pruebas de

impacto, de materiales y de confección, al hacer esto sentiremos satisfacción propia al saber que el producto cumple con los estándares de calidad y seguridad que pueda exigir el mercado.

3. Presentación de la empresa

3.1.Nombre y logo

El nombre de nuestra empresa es “Jota Cuatro S.A.S” y fue creado en base a la inicial de los nombres de los 4 precursores de la creación del proyecto, este logo identifica a nuestros productos de los artículos de los competidores.

El logo se diseñó con la misma idea de la que surgió el nombre de la empresa, como se puede ver en la imagen el exponente representa a los cuatro precursores de la idea de negocio y la jota es la inicial del primer nombre de cada uno de ellos, para nosotros este logo representa el trabajo en equipo y el crecimiento exponencial que cada uno de los integrantes que lo conforman puede lograr.

Figura 1: Logo Jota cuatro S.A.S, elaboración propia del autor Jorge Eusebio Mendez

3.2.¿Quiénes somos?

Jota cuatro S.A.S es una empresa que se encarga del diseño, producción y distribución de una maleta especial para la comunidad motera, que ofrece la más sofisticada variedad y tecnología en maletines. Es una idea de negocio que nace en la ciudad de Bogotá, enfocándonos

principalmente en la necesidad que tienen los viajeros al momento de salir de casa o de algún otro lugar.

Nuestros diseños están pensados para adaptarse y satisfacer las necesidades de nuestros clientes de forma original, cómoda, versátil y fortalecemos nuestro compromiso con nuestros clientes, somos conscientes de quienes somos ante el mercado y ante nuestros competidores, nuestro principal objetivo es que nuestros clientes se sientan satisfechos al consumir nuestro producto, la compañía será reconocida por nuestra ética profesional al momento de pensar siempre en la seguridad de quien porta nuestro producto.

3.3.¿Cuál es su actividad económica?

Se entiende por actividad económica a un proceso en el que se genera o distribuye un producto o un servicio. Al generar un producto o servicio, nuestra entidad está creando valor. Generalmente, la creación de valor lleva a la obtención de una renta, y es ahí donde la actividad económica adquiere relevancia fiscal.

La actividad económica de Jota cuatro S.A.S se enfoca en las actividades económicas secundarias, ya que esta se encarga de la producción y distribución de las maletas.

Transformando materias primas como telas resistentes a la tensión y al rasgado, base a la repelencia de líquidos y otros factores ambientales por su protección con lafgard protector textil.

Otro material que se utiliza para la transformación es la espuma de polietileno conformado por miles de micro-almohadillas llenas de aire material que protege sus productos durante la manipulación, transporte y almacenaje ya que es un producto que amortigua impactos.

Otros materiales que se utilizan para la transformación y creación de las maletas son las cremalleras, reate, los bordados, la morralera y la burbuja.

3.4.Descripción del sistema empresarial

La descripción del sistema empresarial es una parte muy importante ya que son varios los subsistemas que componen el sistema empresarial, lo que deberá tenerse en cuenta para diseñar el proyecto empresarial, entre este tenemos:

Producción: Comprende todo lo relacionado con la planificación más económica para la fabricación de los productos, coordinación de la mano de obra, uso de materiales, instalaciones, herramientas y servicios, prueba de calidad de productos y entrega de los mismos para su comercialización o directamente al cliente. No sólo las empresas industriales cuentan con esta área, sino también todas las empresas de servicios, por lo que hoy en día se suele utilizar más el término Área de Operaciones. El término producción parece aplicarse sólo bienes tangibles, y no a los bienes intangibles o servicios.

Comercial: Esta es una de las áreas más importantes de la estructura organizativa, ya que es la responsable de procurar la relación con los clientes y de la consecución de los objetivos de venta, es decir son una fuente principal de ingresos. El trabajo comercial incluye un conjunto de actividades necesarias para hacer llegar al consumidor los bienes y productos de la empresa.

Para llevar a cabo una buena gestión en el área comercial y lograr los objetivos planteados por la empresa es necesario la aplicación de disciplinas de gestión como el marketing, la planificación e investigación de mercados

Financiero: Esta se encarga de planificar, ejecutar y analizar las finanzas, el intercambio de capital. El objetivo de este departamento es analizar la situación de la empresa para ayudar tanto a la dirección como al resto de las áreas a tomar decisiones.

Es de rigor importancia y genera valor ya que la mayoría de las compañías cuentan con un departamento dedicado a las finanzas.

Recursos Humanos: El área de RRHH se encarga de maximizar el desempeño de los funcionarios o capital humano, en una empresa u organización con el fin de aumentar la productividad de esta.

Es de suma importancia para la empresa contar con esta área ya que administra el recurso humano y al hacer una buena gestión de esta genera una serie de beneficios que van a enriquecer a la organización como por ejemplo: Mejora y aprovecha las capacidades y habilidades de los trabajadores, aumenta el rendimiento, la calidad, y la producción tanto del trabajador como de la empresa, permite crear buenas relaciones interpersonales asi mismo afianzando motivación y buen clima organizacional, además los puestos de trabajo son ocupados por personas competentes para este puesto de trabajo y compatible con el equipo de trabajo.

Los recursos humanos son los que dan una identidad a la organización, ya que son los que forman la cultura de la empresa a través de factores como el tipo de comunicación y la motivación.

4. Portafolio

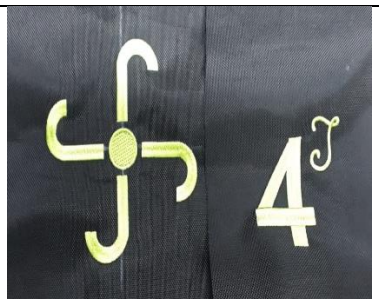
4.1.Descripcion de servicios

Somos una compañía que diseña y produce artículos enfocados en la seguridad y el confort de los motociclistas, siendo ellos nuestro cliente potencial, estamos enfocados en acompañarlos por medio de nuestro producto en sus trayectos y generarles confiabilidad al poder brindarles un artículo cómodo y seguro que protegerá su columna vertebral ante posibles accidentes de tránsito en los que el conductor pudiera verse involucrado, estamos en constante reinvención, pensamos siempre en superar los estándares de calidad que cumplan con las medidas de seguridad para quien porte nuestro producto, como nuestro logo y marca lo indican somos un equipo que día a día crece exponencialmente para brindar lo mejor a nuestros consumidores, es por esto que actualmente contamos con dos lineas de mercado, nuestra primera línea de servicio enfocada en la producción de modelos de maletas estándar para consumo de clientes que demandan grandes cantidades y nuestra segunda línea creada con el propósito de ofrecerle a clientes específicos un producto fabricado a su medida con varias posibilidades de personalizar el producto con el cliente lo desea, ofertamos mediante medios digitales como lo son redes sociales y nuestra pagina de internet y también de forma fisica en nuestros propios puntos de venta, contamos con aliados estratégicos para la distribución y entrega efectiva del articulo hasta donde el cliente lo indique y mantenemos informado a nuestro consumidor del estado de entrega por medio de geolocalización.

A continuación, daremos a conocer los materiales con los que se fabrica nuestro producto y los modelos que se presentaran al mercado:

Materias Primas

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	PRODUCTO
Lona huracán	Tela por metros peso: 335 +/- 15 gr/m2 ancho: 150 +/-1 cm beneficios de la tela: resistente a la tensión y al rasgado. base con repelencia a líquidos y otros factores ambientales por su protección con lafgard protector textil. posibilidad de estampar el logotipo o marca de su compañía. Impermeable.	
Jumbolon	Es una **espuma** de polietileno conformado por miles de micro-almohadillas llenas de aire, material que protege sus productos durante la manipulación, transporte y almacenaje ya que es un producto que amortigua impactos.	
Cremallera	Cierre de prendas de vestir, calzado, bolsos u otros objetos generalmente de tela o cuero, que consiste en dos tiras de tela con una fila de dientes de plástico o metal en los lados que se encajan o se separan al mover una pieza central que sujeta las dos tiras.	

Reata	Nuevo cinturón táctico que puede amarrarse a la cintura directamente, también puede montar algunas cosas al aire libre en el cinturón y en utilidades para el amarre de otra cosa como la maleta.	
Bordados	Es un arte que consiste en la ornamentación por medio de hebras textiles, de una superficie flexible, generalmente una tela.	
Morralera	hebillas de liberación lateral son la mejor opción de hebillas de correas debido a la fácil liberación de una sola mano y evita la liberación accidental. - Buena hebilla de repuesto para la bolsa de equipaje	
Burbuja	Cierre de hebilla segura que garantiza la seguridad la correa puede ser ajustable.	
D3o	es un fluido no tóxico de baja densidad. La fluidez le permite amoldarse fácilmente a otros cuerpos y su baja densidad lo hace ligero y fácil de portar, cuando es sometido a una fuerza brusca, parte del golpe se absorbe dispersando la energía.	

Evidencias de diseño y fabricación:

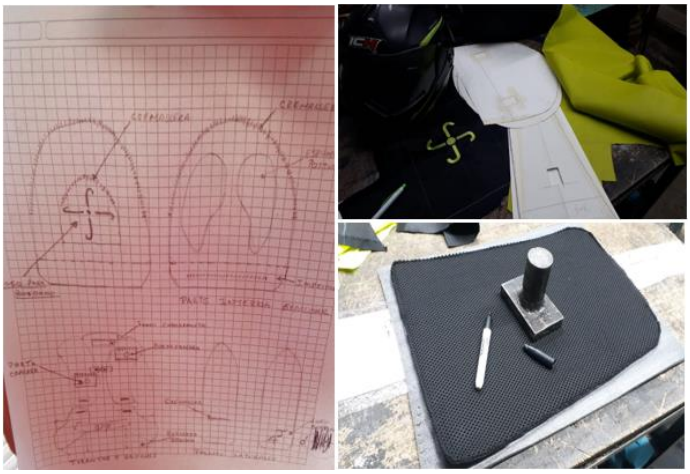


Figura 2: Bocetos del diseño y evidencias de la fabricación del producto, elaboración propia del autor Jorge Eusebio Mendez.

Morral 4ʲ bolsillo expandible para casco y cintas reflectivas incorporadas

Figura 3: Vistas desde diferentes ángulos de la maleta 4ʲ, elaboración propia del autor Jorge Eusebio Mendez.

Morral 4^{j} bolsillo principal para casco, coraza hipermeable luces direccionales:

Figura 4: Vistas desde diferentes ángulos del segundo tipo de maleta 4^{j}, elaboración propia del autor Jorge Eusebio Mendez.

Figura 5: Producto utilizado en la motocicleta como una alforja, elaboración propia del autor Jorge Eusebio Mendez.

5. Direccionamiento estratégico

5.1. Misión

Ofertar un producto de excelencia en términos de seguridad y confiabilidad, diseñadas para acompañar a los motociclistas en sus viajes, generar un balance entre lo estético, lo práctico y lo funcional para lograr una imagen fresca, casual y dinámica convirtiendo la marca en un estilo de vida, preferida por el viajero urbano, garantizando estándares de excelente calidad y satisfaciendo la necesidad del cliente haciendo referencia a las primeras maletas con sistemas de protección lumbar utilizando el material d3o para uso en carretera en un tiempo estimado de 1 a 3 años, probando cada accesorio en nuestro propio laboratorio de pruebas de alto impacto enfocados en innovar cada día para ofrecer siempre lo mejor a el consumidor.

5.2.Visión

En el 2025 seremos parte activa de la seguridad en motociclistas en las ciudades de Bogota e Ibagué, promoviendo la protección de los conductores por medio del diseño y confección de una maleta con protección ortopédica para la zona lumbar, queremos ser reconocidos por los consumidores por ser una marca enfocada en garantizar 100% la resistencia de altos impactos cumpliendo el objetivo de proteger totalmente la columna vertebral y asi evitar lesiones y traumatismos que atenten directamente con la vida de quien porta nuestro artículo, queremos que cada motociclista sea visible para los demás conductores que transitan la vía implementando materiales reflectivos y tecnológicos como lo son los sistemas actuales de iluminación led.

5.3.Valores Corporativos

Innovación: nos permite ver oportunidades, nuevos caminos, apreciar lo diferente y descubrir lo desconocido. Es transformar ideas en realidades que generen beneficios para el negocio. Explorar e intentar es parte de lo que somos. La innovación nos permite aceptar nuevas ideas y diferentes maneras de hacer las cosas, queremos innovar constantemente para ofrecer lo mejor al consumidor, actualmente utilizando materiales de alta resistencia a impactos y próximamente pensando en generar productos que puedan evitar lesiones importantes a los motociclistas y nuevos prospectos de clientes potenciales.

Confiabilidad: Es la coherencia entre lo que decimos y hacemos. Este valor genera confianza y credibilidad en cada una de nuestras relaciones, este valor se fundamenta en la honestidad, la disciplina, la verdad y la integridad, nos permite garantizar que lo que se promete se cumple y que tenemos un rumbo claro para lograr nuestros objetivos. Se logra la confiabilidad porque soy capaz de dimensionar, priorizar y entregarle al cliente lo que se promete, entregando un producto que supere los estándares de seguridad para motociclistas generando un vinculo con el cliente que perdure por años.

Flexibilidad: Es tener la mente abierta para conocer cosas nuevas, para escuchar a otros, para entender otros contextos. No significa carencia de firmeza en nosotros o en los procesos. Nos permite crear soluciones únicas a partir de nuestras capacidades, de aprender permanentemente para corregir el rumbo. Tenemos metas por conquistar, con diferentes posibilidades para lograrlo, y es por esto que nos adaptamos al cambio con facilidad y nos anticipamos a las fechas de entrega de nuestros productos, con el fin de generar la sensación de prioridad a todos nuestros clientes y tengan por entendido de que cuentan con nosotros.

Respeto: Tratar bien a los demás, con educación y cortesía. El respeto hace que nuestras relaciones sean productivas y duraderas, es tener en cuenta las ideas de los otros y aceptar las diferencias. Existe una cultura de colaboración permanente y logro colectivo, se trabaja como equipo para asumir compromisos desafiantes, pensamos en el crecimiento exponencial de nuestro equipo y de nuestros aliados, somos conscientes de que si cumplimos con lo que nos comprometemos o nos anticipamos a nuestros tratos, el respeto será la constante que nos llevará a ser reconocidos como la mejor empresa de seguridad y cuidado de los motociclistas y demás clientes que demanden por nuestro producto.

Vocación de Servicio: Es el compromiso inquebrantable para hacer algo que nos hemos propuesto en busca de un bien común, es vivir apasionados por el camino que escogimos para conseguir una meta. Nos ayuda a entender al otro, comprender sus necesidades y trabajar para alcanzar conjuntamente las metas que nos hemos trazado, este valor lo utilizaremos siempre y es vital para nuestro crecimiento personal, debido a que estaremos en constante dialogo con aquellos clientes que desean un producto personalizado.

5.4.Objetivos estratégicos

- Mejorar la posición competitiva de la empresa dando a conocer el producto por medio de nuevos tipos de estrategias de marketing, implementando redes sociales, home page de la compañía, envio de comunicaciones personalizadas a posibles clientes potenciales que se sientan identificados con nuestra marca.
- Optimizar la rentabilidad de la empresa ahorrando en sobrecostos de producción o en el uso inadecuado de servicios públicos, utilizando adecuadamente los recursos y generando cultura de ahorro a nuestros colaboradores apuntando al consumo responsable del material primario.

- Mejorar la calidad del producto haciendo estudios de los materiales actualmente disponibles en el mercado y negociando por las materias primas que le brinden mejores atributos a nuestro producto, estableciendo alianzas corporativas que nos faciliten obtener estos materiales a precios justos con el fin de probarlos y adecuarlos a nuestros artículos.
- Mejorar los tiempos de respuesta en atención al cliente, con el fin de evitar quejas, reclamos y poder satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, respondiendo solicitudes a tiempo para generar armonía y respeto con los usuarios.
- Incrementar en un 50% las ventas de productos personalizados implementando el uso de las redes sociales y la página web, dando a conocer nuestra amplia gama de adecuaciones en el producto y proporcionando canales de crédito a aquellos clientes que desean adquirir el producto, pero no pueden acceder a este en un único pago.

5.5.Futuro Preferido

Nuestro futuro preferido desde el presente hasta aproximadamente 3 años es lograr que el proyecto de empresa tenga unas bases rígidas en el proceso de formación y que sea sostenible hasta el punto de que llegue a superar el punto de estabilidad y empiece a generar ganancias.

5.6.Estrategias y planes de acción

Factores internos / Factores externos	Fortalezas	Debilidades
	~ Manejo del cliente ~ Experticia tecnica del producto ~Logistica y personalización del producto ~Innversión e Innovación	~ Motor Financiero ~ Capacitación en el manejo textil ~Reprocesos que generan pérdida de tiempo
Oportunidades ~Implementación de nuevos materiales. ~Facilidad de prestamo en los bancos ~Buena imagen del producto.	**Estrategias (FO)** La credibilidad que tenemos en nuestro producto, apalanca el desarrollo de los planes establecidos, se puede dar la construcción de un producto de óptima calidad, generando un sostenimiento económico optimo y la satisfacción absoluta del cliente.	**Estrategias (DO)** El aprovechamiento de una oportunidad económica gestionada por la facilidad de préstamos, con el fin de aprovechar eficientemente nuestros recursos, capacitando a nuestro personal en la parte textil y lograr optimizar la producción del producto
Amenazas ~ Incremento en los precios de las materias primas y en la mano de obra. ~ Reduccion de precios de los productos que oferta la competencia	**Estrategias (FA)** Aprovechar al máximo el personal capacitado y la estabilidad financiera para llevar a cabo nuevas estrategias que tengan en cuenta al cliente,para satisfacer sus necesidades garantizando la calidad y el precio del producto, contrarrestando los precios de la competencia y solventando el incremento de valores de materias primas.	**Estrategias (DA)** Optimizando la experiencia de fabricación, evitamos reprocesos y optimizamos recursos disminuyendo el consumo de materiales, aumentando el musculo financiero de la compañia.

Plan de acción

N	Estrategias	Objetivo	Responsable	Tiempo	Costo
1	DO				
	El aprovechamiento de una oportunidad económica gestionada por la facilidad de préstamos con el fin de aprovechar eficientemente nuestros recursos, capacitando a nuestro personal en la parte textil y lograr optimizar la producción del producto	Capacitación completa del personal para la optimización de los recursos	Área administrativa	Corto plazo	Capacitación: $1.454. 287
2	DA				
	Optimizando la experiencia de fabricación, evitamos retrocesos y optimizamos recursos disminuyendo el consumo de materiales, aumentando el musculo financiero de la compañía	Concentrar la atención en producir con la mayor economía posible, para ello se deben buscar diferentes	Área de contabilidad y finanzas Área de compras	Largo plazo	Presupuesto destinado para aprovechar descuentos: $1.000.000

		proveedores, aprovechar ofertas y comprar de forma masiva			
3	FO				
	La credibilidad que tenemos en nuestro producto, apalanca el desarrollo de los planes establecidos, se puede dar la construcción de un producto de óptima calidad, generando un sostenimiento económico optimo y la satisfacción absoluta del cliente	Resaltar una identidad bien definida para que este sea percibido como único por el cliente	Área de compras	Mediano plazo	Compra de proveedores: $280.000 en materiales
4	FA				
	Aprovechar el máximo personal capacitado y la estabilidad financiera para llevar a cabo nuevas estrategias que tengan en cuenta al cliente para, para satisfacer sus necesidades garantizando la calidad y el precio del producto, contrarrestando los precios de la competencia y solventando el incremento de valores de materias primas	Encontrar nuevas maneras de ofrecer el producto que se encuentra en el mercado para interesar a potenciales compradores	Área de mercadeo	Largo plazo	Medios publicitarios: 150.000 Redes sociales Estudio de mercado: $103.000

5.7. Indicadores de desempeño

Tiempo estimado a seis (6) meses

Indicador	Formula
Financiero: Mantener optimizada la compañía generando dividendos acordes a lo pactado, discriminando los gastos ocasionados de donde se encuentre ubicada.	(Servicios + materias primas + costos de producción y de distribución) /cantidad de productos elaborados al mes.
Criterios de validación:	
Pertinencia: El indicador está referido a uno de los objetivos estratégicos más importante que es la rentabilidad de la empresa ahorrando en sobrecostos de producción.	
Relevancia: El indicador contribuye efectivamente a monitorear el logro de optimizar los gastos en producción y de esta manera optimizar la rentabilidad (un incremento indicaría que la rentabilidad se vería afectada, mientras que un menor resultado implicaría una mejora en el indicador).	
Independencia: El indicador depende en gran medida del sector productivo. Sin embargo, deberá tomarse en consideración que otros actores, como los propios incrementos en los servicios públicos, podrían incidir.	
Economía: La elaboración del indicador se basa en los costos de producción y distribución del producto, actualmente no implica un costo adicional a lo ya programado.	
Oportunidad: El indicador se genera mensualmente, de manera que contribuye a evaluar los resultados del año productivo.	
Verificabilidad: El procedimiento para calcular el indicador sigue un estándar y es replicable a partir de la base de datos de medición de rendimientos.	

Indicador	Formula
Interno. En lo dispuesto en adquirir la mayor cantidad de ingresos por ventas del producto, y poder generar empleo.	Total, de las ventas del producto - costos de producción y de distribución = utilidad.
Criterios de validación:	
Pertinencia: El indicador está referido a uno de los objetivos estratégicos que es Incrementar en un 50% las ventas de productos personalizados	
Relevancia: El indicador contribuye efectivamente a monitorear el logro de optimizar las ventas de productos personalizados (un incremento indicaría que un alza en la utilidad, mientras que un menor resultado implicaría una baja en el presupuesto proyectado).	
Independencia: El indicador depende en gran medida del sector comercial. Sin embargo, deberá tomarse en consideración que otros actores, como productos de la competencia, podrían incidir.	
Economía: La elaboración del indicador se basa en las ventas a generar en el transcurso de 6 meses, actualmente no implica costos adicionales y/o perdida de utilidades de la empresa.	
Oportunidad: El indicador se genera mensualmente, de manera que contribuye a evaluar los resultados del año productivo.	
Verificabilidad: El procedimiento para calcular el indicador sigue un estándar y es replicable a partir de la base de datos de medición de rendimientos.	

Indicador	Formula
Mercado. Respecto a la gran acogida del producto “Maleta Jota cuatro” en ventas de distribuidores, redes sociales “Facebook, Twitter, Instagram” el volumen de negocio generado por la publicación constante del producto.	Análisis estadístico de las ventas fijas mensuales comparado a las cifras vendidas después de generar contenido publicado en redes sociales.
Criterios de validación:	
Pertinencia: El indicador está referido a uno de los objetivos estratégicos mejorar la posición competitiva de la empresa por medio de nuevos tipos de marketing	
Relevancia: El indicador contribuye efectivamente a monitorear el logro de incrementar las ventas por medio de marketing digital (un incremento indicaría que el uso de redes sociales funciona para atraer clientes potenciales, mientras que un menor resultado implicaría que el marketing digital no es funcional para nuestro modelo de negocio).	
Independencia: El indicador depende en gran medida del sector comercial. Sin embargo, deberá tomarse en consideración que otros actores, como el marketing digital de productos competidores a nuestro nicho de mercado podrían incidir.	
Economía: La elaboración del indicador se basa en el aumento de las ventas por medio de marketing digital, actualmente implica un costo adicional a lo ya programado.	
Oportunidad: El indicador se genera mensualmente, de manera que contribuye a evaluar los resultados del año productivo.	
Verificabilidad: El procedimiento para calcular el indicador sigue un estándar y es replicable a partir de la base de datos de medición de rendimientos.	

5.8. Cadena de valor

Cadena de Valor

Infraestructura de la empresa: La empresa Jota cuatro S.A.S, bajo la dirección de Maria Alejandra Vásquez, siempre han planificado bien sus estrategias de mercado, también han sabido como crear un diseño innovador para sus productos, contamos con departamentos creativos y productivos eficientes.				
Gestión de recursos humanos: mayormente reclutamos personas de Bogota o de Ibagué, de las cuales revisamos su experiencia en confección, que sean creativas y que tengan pasión por lo que hacen, cada persona en nuestra compañía cumple una labor importante, si se presentan novedades las solucionamos mediante capacitación o por medio de un líder encargado del aprendizaje de cada persona.				
Desarrollo de tecnología: Innovamos en las tecnología de nuestro producto para hacerlo mas atractivo al publico, por ejemplo, innovamos en la confección del producto implementando materiales resistentes al impacto y mantenemos a los clientes informados de la entrega de su producto por medio de sistemas de geolocalización.				
Compras: tenemos proveedores de confianza los cuales nos entregan materiales de alta calidad para la confección de nuestro producto, nos encargamos de hacer los cortes adecuados de la materia prima y los distribuimos a los respectivos puntos de confección, luego al entregar la maleta elaborada nos encargamos de la personalización y distribución del producto finalizado.				
Logística Interna: Almacenamos los productos que se van a vender en un ambiente seguro por tipo de segmentos: 1. Segmento personalización 2. Segmento stock 3. Segmento empresarial	**Operaciones:** Nuestros proveedores fabrican los elementos necesarios para la elaboración de nuestro producto, por otra parte nos apoyamos en nuestro departamento de diseño para la mejora de nuestros artículos	**Logística Externa:** Distribuimos nuestros productos por medio de dos punto de venta y por medio de nuestra pagina web con la ayuda de un aliado estratégico que se encarga de entregar el producto directamente al cliente final.	**Marketing y ventas:** Contamos con modelos estándar de nuestros productos a la venta acordes a el bolsillo de cualquier tipo de cliente, o podemos confeccionar un articulo de acuerdo a los gustos y expectativas de un cliente preferencial.	**Servicio Postventa:** Jota cuatro S.A.S brinda un buen servicio a sus clientes, debido a que su producto se adecua a sus necesidades, si se presentan quejas y reclamos, la empresa brinda números y contactos de servicio al cliente donde se brinda asesoramiento sobre el producto.

Actividades Primarias

6. Estructura Organizacional y funcional

6.1. Organigrama

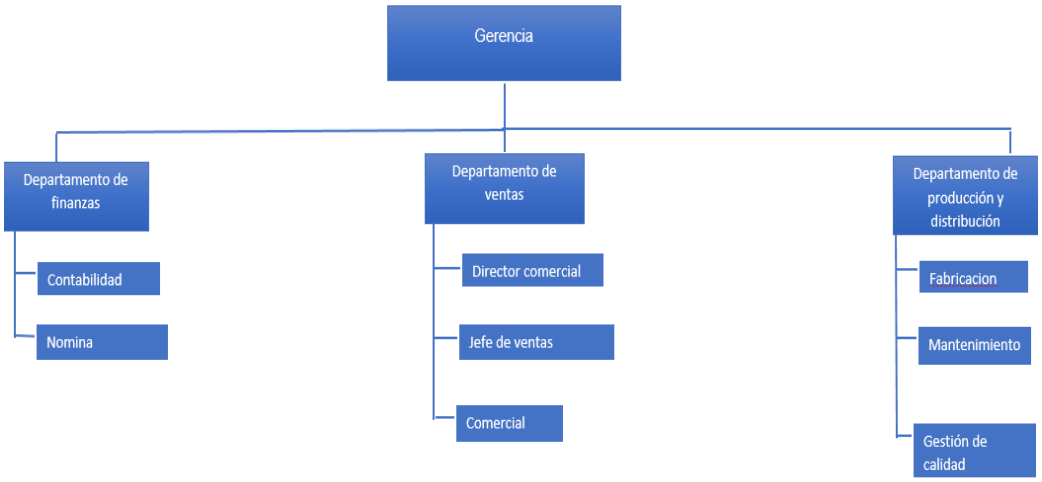


Figura 6: Organigrama empresarial, elaboración propia del autor Maria Alejandra Vásquez Colorado.

6.2. Perfiles de cargo y funciones

- Perfil de cargo gerente:

I.**PERFIL DEL CARGO**
Nombre del cargo: Gerente
Dependencia: Administrativa
II. REQUISITOS FORMALES
Estudios requeridos: Profesional en Administración de empresas con tarjeta profesional
Estudios de especialización, capacitación: Especialización en gerencia a
Experiencia: Mínima un año de experiencia relacionada con el cargo gerencial
III. OBJETIVOS DEL CARGO:
Planificación estratégica, Administración de recursos humanos, materiales y financieros. Sea consciente de la importancia de crear una estrategia alineada con las metas de la organización y en la que se fortalezca la productividad de los empleados. Enfóquese en mejorar el bienestar del capital humano: escuche a sus empleados, resuelva sus inquietudes y conviértase en un apoyo más para ellos. Conozca la organización, entienda la cultura organizacional y proponga mecanismos que eleven el desempeño y el bienestar del talento humano. Los gerentes de recursos humanos deben apoyarse en el uso de software de recursos humanos para obtener métricas sobre el desempeño de sus empleados y optimizar así la toma de decisiones estratégicas.
IV. PRINCIPALES FUNCIONES
- Planificar: una vez conocidos los objetivos a alcanzar por la compañía, el gerente se encarga de concretar los pasos necesarios para llegar hasta allí. - Organizar: herramientas, materiales, equipos… la organización es una de las funciones de un gerente que mayor incidencia tienen en los beneficios. - Controlar: una vez que todo está en marcha, una de las funciones de un gerente es la supervisión. Validar, verificar y ofrecer retroalimentación - Desarrollar: quizás se trate de una de las funciones de un gerente menos visibles - Liderar: en esa misma línea, cabe destacar que un profesional en esta posición necesita hacer algo más que planear, organizar y supervisar.
V. COMPETENCIAS
Emprendedor, trabajo en equipo, excelente presentación personal, amabilidad y discreción, redacción, fluidez verbal, trabajo bajo presión, toma de decisiones, capacidad de análisis.

Figura 7: Perfil de cargo gerente, elaboración propia del autor Maria Alejandra Vásquez Colorado.

- Perfil de cargo contador público:

I.**PERFIL DEL CARGO**
Nombre del cargo: Contador Público con tarjeta profesional
Dependencia: Departamento de finanzas
II. REQUISITOS FORMALES
Estudios requeridos: Profesional en contaduría publica
Experiencia: Minina dos años en el área de finanzas
III. OBJETIVOS DEL CARGO
Todo contador debe tener por naturaleza una gran afinidad por los números y tener una pequeña pasión por los sistemas de la tecnología de la información. Asimismo, debe ser una persona con gran capacidad de interpretación y de análisis, debido a que tendrá que definir conclusiones en los informes financieros que serán de mucha utilidad para las tomas de decisiones gerenciales. El contador trabaja constantemente en equipo porque dirige los temas de análisis, proyección y revisión de estados contables y presupuestos. Además, de trabajar con otras áreas, ya que la contabilidad se relaciona con cada unidad dependiente de la empresa.
IV. PRINCIPALES FUNCIONES
- Diseña, gestiona y ejecuta las estrategias económicas y financieras de una empresa. - Interpreta la información contable para el planeamiento, el control y la toma de decisiones. Forma parte de las decisiones gerenciales, en base a la interpretación de la información contable y financiera. - Administra e identifica los riesgos financieros en las organizaciones. - Administra y supervisa los estados contables históricos y proyectados, presupuestos y sistemas de costos de la empresa.
V. COMPETENCIAS
- Preparación y presentación de información financiera bajo estándares parametrizados Auditoria de la información financiera y gestión empresarial - Aplicación de los tributos que alcanzan a los negocios y transacciones económicas Manejo de los procesos, costos involucrados y procesos del negocio. - Gestión financiera entre principales competencias desarrolladas.

Figura 8: Perfil de cargo contador público, elaboración propia del autor Maria Alejandra Vásquez Colorado.

- Perfil de cargo director comercial:

I.**PERFIL DEL CARGO**
Nombre del cargo: director comercial
Dependencia: Departamento de ventas
II. REQUISITOS FORMALES
Estudios requeridos: Profesional en administración de empresas
Estudios de especialización: Grado en gestión y marketing empresarial
Experiencia: Debe tener de dos a cinco años de experiencia en diversos procesos de venta que demuestren su experiencia en el momento de establecer y lograr negocios.
III. OBJETIVOS DEL CARGO
- Capacidad de liderazgo - Capacidad para trabajar en equipo - Iniciativa - Buena comunicación - Habilidades organizativas y de planificación - Responsabilidad
IV. PRINCIPALES FUNCIONES
- Controlar su equipo de trabajo: Asignar a cada miembro de la organización unas tareas concretas, revisar que se lleven a cabo con eficacia y dentro de los plazos establecidos - Tomar decisiones comerciales: Establecer estrategias comerciales que beneficien a la compañía, como planes de ventas, promoción de productos, objetivos de ventas. - Realizar visitas comerciales: Visitar los clientes más importantes para tratar asuntos delicados en persona y ofrecer una cara más amable y personal de la empresa
V. COMPETENCIAS
Capacidad analítica para tomar decisiones adecuadas en base a los últimos datos de la empresa y los recursos que se tienen a su disposición. Crear un ambiente de trabajo para que los empleados que tienen a disposición rindan eficientemente. Persona ambiciosa, pero con habilidades básicas para dirigir y gestionar un equipo de personas, es algo muy preciado por cualquier empresa. Trabajar bajo presión, sobre todo si no se está alcanzando los objetivos propuestos o se está a punto de perder algún cliente

Figura 9: Perfil de cargo director comercial, elaboración propia del autor Maria Alejandra Vásquez Colorado.

- Perfil de cargo jefe de producción:

I.**PERFIL DEL CARGO**
Nombre del cargo: jefe de producción
Dependencia: Departamento de producción y distribución
II. REQUISITOS FORMALES
Estudios requeridos: Profesional en ingeniería industrial con tarjeta profesional
Estudios de especialización: Especialización en gerente de producción y operaciones
Experiencia: Debe tener de tres a cinco años en el área de producción
III. OBJETIVOS DEL CARGO
- Organizar las reparaciones y el mantenimiento rutinario de los equipos de producción. - Recomendar iniciativas de reducción de costos manteniendo los estándares de calidad. - Trabajar con los directivos para implementar las políticas y objetivos de la empresa. - Supervisar el trabajo y motivar al equipo de trabajadores subalternos.
IV. PRINCIPALES FUNCIONES
- Los procesos de producción y fabricación se ejecuten de manera confiable y eficiente - Coordinar, planificar y dirigir las actividades utilizadas para crear una amplia gama de productos - Participar en el diseño y la compra de productos - Asegurar que la producción sea rentable - Evaluar los requerimientos y recursos de la producción - Supervisar los procesos de producción, planificando y organizando el cronograma de producción. Renegociar y ajustar los plazos según sea necesario.
V. COMPETENCIAS
- Prontitud y coherencia en la toma de decisiones. Gestión del tiempo. - Creación y generación de estrategias. Flexibilidad. -Dirección y supervisión de personal.

Figura 10: Perfil de cargo jefe de producción, elaboración propia del autor Maria Alejandra Vásquez Colorado.

7. Estudio Legal

7.1. Tipo de figura legal

Requisitos para constituir una S.A.S

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido.

Costos para crear una empresa

- En Colombia, constituir una sociedad o persona natural puede llegar a costar hasta $1,7 millones, dependiendo del monto de su capital. La inversión inicial que le permita disparar la idea.

7.2. Obligaciones e impuestos

Obligaciones tributarias de las S.A.S.

- Son agentes de retención en la fuente a título de Renta, Iva, Ica, etc.
- Son responsables del Iva en caso de realizar una actividad grada con este impuesto.
- Son contribuyentes del impuesto a la renta del régimen ordinario.
- Están obligados a expedir facturas.

Impuestos que debe pagar Empresas S.A.S

- Impuesto sobre la renta y sus complementarios (Pago anual, su porcentaje es del 33 % de renta).
- Responden por IVA, según lo que indica el artículo 420 del Estatuto Tributario, (se cancela cada bimestre) gran contribuyente.
- Declaración de renta en la Fuente.
- Impuesto de Industria y Comercio.
- Retenciones a título de ICA, Reteica.

7.3. Beneficios

- ✓ Simplificación de trámites: entre los beneficios más significativos tenemos:
- ✓ Limitación de la responsabilidad.
- ✓ Autonomía para estipular libremente las normas que más se ajusten al negocio.
- ✓ Estructura flexible de capital.

8. Estudio Financiero

8.1. Plan de inversión

ACTIVOS	MONTO	FONDOS PROPIOS	FINANCIACIÓN
Activos Fijos			
Arriendo Inmobiliario	$ 800.000	$ 800.000	
Equipo de Computo	$ 600.000		$ 600.000
Servicios Públicos	$ 190.000		$ 190.000
Internet	$150.000	150.000	
Cámara de comercio	$ 467.000	$ 467.000	
Dian	$ 17.000	$ 17.000	
Contador	$ 150.000	$ 150.000	
Publicidad	$ 220.000	$ 220.000	
Papelería	$ 50.000		50.000
Capital de trabajo			
Inventario	$ 1.000.000	$ 1.000.000	
Materias Primas	$ 5.000.000	$ 3.000.000	$ 2.000.000
Salarios / sueldos	$ 2.700.000		$ 2.700.000
Caja menor	$ 200.000	$ 200.000	
Activos Nominales			
Gastos de Organización	$ 200.000	$ 200.000	
Patentes y Licencias	$ 484.000		$ 484.000
Capacitaciones	$ 400.000		$ 400.000
TOTAL	**$ 12.628.000**	**$ 6.204.000**	**$ 6.424.000**

Como podemos ver en nuestro plan de inversión para iniciar con la ejecución del proyecto requerimos de los siguientes activos fijos:

- Arriendo Inmobiliario (Sitio de ubicación)
- Equipos de Cómputo
- Servicios Públicos (Agua, Teléfono y Luz)
- Internet
- Cámara de comercio (Constitución de la empresa)
- Dian
- Contador (Servicios Prestados)
- Publicidad
- Papelería

Para cumplir con la meta de adquirir los activos fijos mencionados anteriormente, se invertirán $ 2.644.000 mil pesos.

En el capital de trabajo se requieren:

- Inventarios
- Materias primas (Insumos para la producción)
- Salarios / sueldos
- Caja menor (Dinero en caja menor)

El monto total del capital de trabajo será de $ 8.900.000 mil pesos.

En los activos nominales encontramos:

- Gastos de Organización

- Patentes y Licencias
- Capacitaciones

Los cuales suman un monto de $ 1.084.000 mil pesos.

De esta manera está distribuida la inversión inicial de la empresa Jota Cuatro con un total de $ 12.628.000 mil pesos de los cuales una parte será invertida por los socios fundadores de la empresa y un préstamo por parte de una entidad bancaria completará la cantidad faltante de la inversión.

8.2. Plan de financiación

El plan de financiación de un proyecto es parte fundamental para el desarrollo de un producto, existen diversas formas para poder realizarlo como:

Ahorros propios: Los integrantes de la organización colocan de su parte dinero para invertir en la empresa, este dinero se destinará para saldar el monto de los activos fijos que están clasificados en:

Arriendo Inmobiliario

-Un alquiler de bodega con local en la ciudad de Bogotá ubicado en el sector de Fontibón por valor de $ 800.000 mil pesos.

Internet

Servicio garantizado con 30 megas por valor de $ 150.000 mil pesos.

Cámara de Comercio

Es el registro legal para dar inicio en actividad económica para la producción de naturaleza industrial y productiva, con un valor de registro de $ 467.000 mil pesos.

Dian

Son de control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias por $ 17.000 mil pesos.

Contador

Son los honorarios por la labor realizada el momento de consolidar la información de registro de los movimientos generados en la compañía y documentos de pago en impuestos por $ 150.000 mil pesos.

Publicidad

Esto se generan para mostrar el producto en sectores claves del mercado, la web para generar aumento en las ventas, el porcentaje de inversión en publicidad sobre los ingresos podrán ser menor, el valor inicial es de $ 220.000 mil pesos.

Inventario

Son los registros de bienes adquiridos por la entidad para garantizar su plena operatividad.

- Una estación de trabajo Smartwork Negro avaluados por $ 300.000 mil pesos
- Dos sillas de oficina Mobli Negra con un costo de $ 240.000 mil pesos.
- Un estante industrial 3 niveles metálico Soporta 250/300 KL por $ 160.000 mil pesos.
- Combo de mesa + 4 sillas clásicas plásticas con un valor de 120.000 mil pesos.
- Dos vitrinas Mostrador en Madera y vidrio cada una a $ 180.000 mil pesos para un total de $ 1.000.000 mil pesos.
- Registro en tiempo real la entrada y salida de cada producto.

Materias Primas

Son los insumos que se requieren para la fabricación del producto final como, lona huracán, jumbolon, cremalleras, reata, bordados, morralera y burbuja, por valor de $3.000.000 millones de pesos.

Caja menor

Es un dinero que se deja a disposición para alguna necesidad en la compañía, para gastos causados de imprevistos por 200.000 mil pesos.

Gastos de Organización

Son los Impuestos de constitución de empresas, la adquisición de licencias, son gastos iniciales por valor de $ 200.000 mil pesos.

Entidades bancarias: Para cubrir lo otra parte necesaria se requiere de una entidad bancaria, utilizamos este medio para cubrir el 51% faltante en dinero para colocar en marcha el proyecto (compañía) para ser utilizados en los siguientes aspectos:

Equipos de cómputo (En alquiler)

- Consta de 3 ordenadores
- Una impresora Epson Multifuncional para un total de $ 600.000 mil pesos.

Servicios públicos

Son los utilizados en la bodega y local de uso esencial (Agua, Luz).

Papelería

En papelería, es lo requerido para el uso en generar documentos y facturación.

Materias primas

De materias primas e insumos, el adicional es de $ 2.000.000 para generar las compras de producción.

Salarios / Sueldos

Salarios, el dinero para generar los compromisos de la compañía mensualmente de tres (3) sueldos correspondientes por valor de $ 2.7000.000 mil pesos.

Patentes y Licencias

Patentes y Licencias, Es el registro de la marca o producto en este caso es la maleta J4 y la licencia de funcionamiento de la compañía para realizar la distribución del producto anteriormente mencionado por valor de $ 484.000 mil pesos.

Capacitaciones

Capacitaciones para tener el conocimiento previo del modo del funcionamiento. Empaque y distribución del producto para la venta por valor de $ 400.000 mil pesos.

De esta manera está distribuida la inversión de la empresa Jota Cuatro SAS con un total de recursos propios de $ 6.204.000 mil pesos y la financiación (entidad bancaria) de $ 6.424.000 mil pesos los cuales suman un monto total en la inversión de $ 12.628.000 mil pesos.

8.3 Costos

Para los costos de producción que la empresa Jota Cuatro SAS, se tiene la siguiente descripción, la cual presenta por cada uno de los puntos a evaluar el monto unitario y el monto total de los costos de producción, se realiza el análisis de costos de producción con los siguientes parámetros.

- Costo unitario de materiales.
- Costo unitario de mano de obra.
- Costo unitario indirecto de fabricación.

Para calcular el precio total de venta se toman los costos unitarios, se suman y se aplica la formula, la cual corresponde al total de costos unitarios, sobre la diferencia que existe entre 1 y el porcentaje de utilidad.

Una vez aplicada la fórmula se tiene el valor total de la venta (PV), para este proyecto el PV se tiene un total de $ 257.143 mil pesos.

Hay que tener en cuenta que para el costo total por cada uno de los ítems mencionados en la tabla de costo unitario se toma una cantidad de 2.5 unidades.

Costos de Producción	
(+) Costo Unitario de Materiales	**$ 90.000**
(+) Costo Unitario de Mano de Obra	**$ 60.000**
(+) Costo Unitario de CIF (costos indirectos de Fabricación)	**$ 30.000**
Costo Total Unitario	**$ 180.000**

$$Pv = \frac{\$\ 180.000}{((1)-30\%)} = \$\ 257.143$$ **PV = $ 257.143**

Para realizar 2.5 unidades

Costo Unitario de Materiales	Costo total
$ 36.000	**$ 90.000**
$ 24.000	**$ 60.000**
$ 12.000	**$ 30.000**
$ 72.000	**$ 180.000**

8.4. Gastos

Los gastos que a continuación se verán reflejados en la tabla, son los gastos que la empresa Jota Cuatro SAS deberán asumir para el inicio del proyecto y los cuales están descritos con su cantidad en unidades y su cantidad de valor monetario por activo.

Activos	Unidades	Monto
Arriendo Inmobiliario	**3**	**$ 800.000**
Equipos de Computo	**2**	**$ 600.000**
Servicios Públicos	**1**	**$ 190.000**
Internet	**1**	**$ 150.000**
Cámara de Comercio	**1**	**$ 467.000**
Dian	**1**	**$ 17.000**

Contador	**1**	**$ 150.000**
Publicidad	**1**	**$ 220.000**
Papelería	**1**	**$ 50.000**
Activos Fijos	**12**	**$ 2.644.000**

8.5. Ingresos

Ingresos

Costo Total	$ 12.628.000
Costo U/N	$ 72.000
Precio Venta	$ 257.143

Punto Equilibrio	68
Ventas Mensuales	80

Proyeccción 4 Años

	Año 1 % Ind	Año 2 % Ind	Año 3 % Ind	Año 4 % Ind	Año 5 % Ind	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
# Ventas		3%	3%	3%	3%	196	204	203	201	199	204	205	202	203	200	201	203	2421	2494	2568	2645	2725
Estudio ventas netas		3%	3%	3%	3%	$ 50.400.000	$ 52.457.143	$ 52.200.000	$ 51.685.714	$ 51.171.429	$ 52.457.143	$ 52.714.286	$ 51.942.857	$ 52.200.000	$ 51.428.571	$ 51.685.714	$ 52.200.000	$ 622.542.857	$ 641.219.143	$ 660.455.717	$ 680.269.389	$ 700.677.470
Coste de ventas		3%	1%	1%	1%	$ 4.704.000	$ 4.896.000	$ 4.872.000	$ 4.824.000	$ 4.776.000	$ 4.896.000	$ 4.920.000	$ 4.848.000	$ 4.872.000	$ 4.800.000	$ 4.824.000	$ 4.872.000	$ 58.104.000	$ 59.847.120	$ 60.445.591	$ 61.050.047	$ 61.660.548
Beneficio Bruto						$ 45.696.000	$ 47.561.143	$ 47.328.000	$ 46.861.714	$ 46.395.429	$ 47.561.143	$ 47.794.286	$ 47.094.857	$ 47.328.000	$ 46.628.571	$ 46.861.714	$ 47.328.000	$ 564.438.857	$ 564.438.857	$ 564.438.857	$ 564.438.857	$ 564.438.857
Margen Bruto						90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%	90,67%
Gastos controlables						$ 4.460.000	$ 4.460.000	$ 4.460.000	$ 4.460.000	$ 4.460.000	$ 4.460.000	$ 4.460.000	$ 4.460.000	$ 4.460.000	$ 4.460.000	$ 4.460.000	$ 4.460.000	$ 53.520.000	$ 53.520.000	$ 53.520.000	$ 53.520.000	$ 53.520.000
Nomina - Salarios	1%	2%	2%	2%	2%	$ 2.700.000	$ 2.700.000	$ 2.700.000	$ 2.700.000	$ 2.700.000	$ 2.700.000	$ 2.700.000	$ 2.700.000	$ 2.700.000	$ 2.700.000	$ 2.700.000	$ 2.700.000	$ 32.400.000	$ 33.048.000	$ 33.708.960	$ 34.383.139	$ 35.070.802
Gerente de Proyecto	1%	2%	2%	2%	2%	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 10.800.000	$ 11.016.000	$ 11.236.320	$ 11.461.046	$ 11.690.267
Representante de Proyecto	1%	2%	2%	2%	2%	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 10.800.000	$ 11.016.000	$ 11.236.320	$ 11.461.046	$ 11.690.267
Gerente ventas	1%	2%	2%	2%	2%	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 900.000	$ 10.800.000	$ 11.016.000	$ 11.236.320	$ 11.461.046	$ 11.690.267
Legales y contabilidad						$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 1.800.000	$ 1.800.000	$ 1.800.000	$ 1.800.000	$ 1.800.000
Publicidad						$ 220.000	$ 220.000	$ 220.000	$ 220.000	$ 220.000	$ 220.000	$ 220.000	$ 220.000	$ 220.000	$ 220.000	$ 220.000	$ 220.000	$ 2.640.000	$ 2.640.000	$ 2.640.000	$ 2.640.000	$ 2.640.000
Internet	1%	2%	2%	2%	2%	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 150.000	$ 1.800.000	$ 1.836.000	$ 1.872.720	$ 1.910.174	$ 1.948.378
Servicios Publicos	1%	2%	2%	2%	2%	$ 190.000	$ 190.000	$ 190.000	$ 190.000	$ 190.000	$ 190.000	$ 190.000	$ 190.000	$ 190.000	$ 190.000	$ 190.000	$ 190.000	$ 2.280.000	$ 2.325.600	$ 2.372.112	$ 2.419.554	$ 2.467.945
Inventario						$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 1.000.000	$ 12.000.000	$ 12.000.000	$ 12.000.000	$ 12.000.000	$ 12.000.000
Papelería						$ 50.000	$ 50.000	$ 50.000	$ 50.000	$ 50.000	$ 50.000	$ 50.000	$ 50.000	$ 50.000	$ 50.000	$ 50.000	$ 50.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000
Gastos Fijos						$ 3.582.556	$ 3.098.556	$ 3.098.556	$ 3.098.556	$ 3.098.556	$ 3.098.556	$ 3.098.556	$ 3.098.556	$ 3.098.556	$ 3.098.556	$ 3.098.556	$ 3.098.556	$ 37.666.667	$ 37.666.667	$ 37.666.667	$ 37.666.667	$ 37.666.667
Arriendo Inmovilaria	1%	2%	2%	2%	2%	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 800.000	$ 9.600.000	$ 9.792.000	$ 9.987.840	$ 10.187.597	$ 10.391.349
Equipos De Computo	1%	2%	2%	2%	2%	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 600.000	$ 7.200.000	$ 7.344.000	$ 7.490.880	$ 7.640.698	$ 7.793.512
Gastos de Organización						$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 4.800.000	$ 4.800.000	$ 4.800.000	$ 4.800.000	$ 4.800.000
Patentes y Licencias						$ 484.000	$ 484.000	$ 484.000	$ 484.000	$ 484.000	$ 484.000	$ 484.000	$ 484.000	$ 484.000	$ 484.000	$ 484.000	$ 484.000	$ 5.808.000	$ 5.808.000	$ 5.808.000	$ 5.808.000	$ 5.808.000
Capacitación	1%	2%	2%	2%	2%	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 400.000	$ 4.800.000	$ 4.896.000	$ 4.993.920	$ 5.093.798	$ 5.195.674
Cámara De Comercio						$ 467.000	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 467.000	$ 467.000	$ 467.000	$ 467.000	$ 467.000
Dian						$ 17.000	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 17.000	$ 17.000	$ 17.000	$ 17.000	$ 17.000
Pagos Credito						$ 214.556	$ 214.556	$ 214.556	$ 214.556	$ 214.556	$ 214.556	$ 214.556	$ 214.556	$ 214.556	$ 214.556	$ 214.556	$ 214.556	$ 2.574.667	$ 2.574.667	$ 2.574.667	$ 2.574.667	$ 2.574.667
Varios Valor Caja						$ 200.000	$ 200.000	$ 200.000	$ 200.000	$ 200.000	$ 200.000	$ 200.000	$ 200.000	$ 200.000	$ 200.000	$ 200.000	$ 200.000	$ 2.400.000	$ 2.400.000	$ 2.400.000	$ 2.400.000	$ 2.400.000
Gastos Totales						$ 8.042.556	$ 7.558.556	$ 7.558.556	$ 7.558.556	$ 7.558.556	$ 7.558.556	$ 7.558.556	$ 7.558.556	$ 7.558.556	$ 7.558.556	$ 7.558.556	$ 7.558.556	$ 91.186.667	$ 91.186.667	$ 91.186.667	$ 91.186.667	$ 91.186.667
Beneficios y perdidas netos antes de impuesto						$ 37.653.444	$ 40.002.587	$ 39.769.444	$ 39.303.159	$ 38.836.873	$ 40.002.587	$ 40.235.730	$ 39.536.302	$ 39.769.444	$ 39.070.016	$ 39.303.159	$ 39.769.444	$ 473.252.190	$ 473.252.190	$ 473.252.190	$ 473.252.190	$ 473.252.190
Impuestos	35%	35%	35%	35%	35%	$ 13.178.706	$ 14.000.906	$ 13.919.306	$ 13.756.106	$ 13.592.906	$ 14.000.906	$ 14.082.506	$ 13.837.706	$ 13.919.306	$ 13.674.506	$ 13.756.106	$ 13.919.306	$ 165.638.267	$ 223.611.660	$ 301.875.741	$ 407.532.250	$ 550.168.538
BENEFICIO/ PERDIDA NETOS DESPUES DE IMPUESTOS						$ 24.474.739	$ 26.001.682	$ 25.850.139	$ 25.547.053	$ 25.243.967	$ 26.001.682	$ 26.153.225	$ 25.698.596	$ 25.850.139	$ 25.395.510	$ 25.547.053	$ 25.850.139	$ 307.613.924	$ 307.613.924	$ 307.613.924	$ 307.613.924	$ 307.613.924

8.6. Análisis del punto de equilibrio

Punto equilibrio = costos fijos / precio unitario – costo variable unitario

Punto equilibrio = 12’628.000 / 257.143 – 72.000 = 68,20 unidades

Como podemos ver en la aplicación de la formula vista anteriormente, nuestra empresa debe fabricar mínimo 68 unidades de nuestro producto para mantenerse en equilibrio, cada maleta tiene un costo fijo de $257.143 y el costo variable teniendo en cuenta costo de materiales, costos de mano de obra y costos indirectos de fabricación por unidad de $72.000 logrando abarcar el costo fijo de 12’628.000 pesos.

8.7. Estado de resultados

Estado De Resultados			
Cuenta	**Ítem**	**Valor**	**%**
2421	Ventas Proyectadas	$ 622.542.857	
(-)	Costos de Producción	$ 58.104.000	
(=)	Utilidad Bruta	$ 564.438.857	
(-)	Gastos Fijos	$ 37.666.667	
(=)	Utilidad Operativa	$ 526.772.190	
(-)	Intereses y Gastos	$ 53.520.000	
(=)	Utilidad antes de Impuestos	$ 473.252.190	
(-)	Impuestos	$ 165.638.267	35%
(=)	Utilidad neta	$ 307.613.924	
(-)	Reserva Legal	$ 30.761.393	10%
(-)	Reserva Estatutaria	$ 15.380.696	5%
(=)	**Utilidad del ejercicio**	**$ 261.471.835**	

En nuestro estado de resultados podemos notar que nuestra utilidad en el primer año es de $261’471.835 pesos, proyectando nuestras ventas estimadas en 2421 unidades del producto con el fin de tener ingresos por el valor de $622’542.857 pesos, descontando ítems como lo son costos de producción, gastos fijos, intereses y gastos, impuestos, reserva legal y reserva estatutaria por un total de $ 361’071.023 pesos, obtenemos como resultado de utilidad la cifra mencionada inicialmente.

8.8. Balance General

Balance General			
Noviembre 2020			
Activos		**Pasivos**	
Activos corrientes		**Pasivos corrientes**	
Caja	$ 200.000	Arriendo	$ 800.000
Inventario	$ 1´000.000	Servicios Públicos	$ 340.000
Gastos pagados por anticipado	$ 2’448.000	Salarios	$ 2’700.000
Total	**$ 3’648.000**	**Total**	**$ 3’840.000**
Activos Fijos		**Pasivos No Corrientes**	
Equipos de computo	$ 600.000	Pagos de crédito	$ 214.556
Intangibles		**Patrimonio**	
Patentes y licencias	$ 484.000	Capital	$ 677.444
Total activos	**$ 4’732.000**	**Total Pasivos más Patrimonio**	**$ 4’732.000**

Realizando el balance general del mes de noviembre del año en curso podemos notar que la sumatoria de los activos coincide contra la suma de los pasivos y nuestro patrimonio actual, con este resultado podemos determinar que no tenemos excesos en deudas, insuficiencia en efectivo e inventarios, dándonos a entender que este mes nuestra empresa tiene solvencia, logrando cumplir con las obligaciones en curso.

8.9. Flujo de caja

	AÑO 1	AÑO 2
INGRESOS		
Ventas	$ 622.542.857	$ 641.219.143
TOTAL INGRESOS	**$ 622.542.857**	**$ 641.219.143**
EGRESOS		
Pago sueldos	$ 32.400.000	$ 33.048.000
Inversión	$ 2.574.667	$ 2.574.667
Arriendo inmobiliario	$ 9.600.000	$ 9.792.000
Equipos de Computo	$ 7.200.000	$ 7.344.000
Gastos de Organización	$ 4.800.000	$ 4.800.000
Patentes y licencias	$ 5.808.000	$ 5.808.000
Capacitaciones	$ 4.800.000	$ 4.896.000
Cámara de Comercio	$ 467.000	$ 467.000
Dian	$ 17.000	$ 17.000
Pagos créditos	$ 2.574.000	$ 2.574.000
Caja Menor	$ 2.400.000	$ 2.400.000
Materias Primas	$ 87.156.000	$ 89.784.000
TOTAL EGRESOS	**$ 159.796.667**	**$ 163.504.667**
INGRESOS - EGRESOS	**$ 462.746.190**	**$ 477.714.476**

Realizando el ejercicio del flujo de caja de nuestra empresa hemos identificado que presentamos un flujo de caja neto positivo debido a que, al restar los egresos correspondientes a los dos primeros años de la compañía a los ingresos generados en este lapso de tiempo, la cifra resultante es positiva en ambos casos, eso quiere decir que nos encontramos en una situación sana en términos económicos, obteniendo un saldo acumulado de $ 940´460.666 pesos.

8.10 Indicadores de evaluación

	0	2020	2021	2022	2023
Inversión	$ 91.186.667				
Ingresos netos		$ 58.786.667	$ 58.786.667	$ 58.786.667	$ 58.786.667
Flujo de caja	-$ 91.186.667	$ 58.786.667	$ 58.786.667	$ 58.786.667	$ 58.786.667
Tasa Descuento	0%				
VPN	$ 143.960.001				
TIR	18,654%				

Como se puede evidenciar nuestro valor presente neto es de $ 143’960.011 al año, y nuestra Tasa interna de retorno es del 18,6 %.

Liquidez inmediata

Activo corriente / Pasivo corriente = $ 3’648.000 / $ 3’840.000 = 0,95%

Nuestra liquidez inmediata es del 0,95%, esta seria nuestra capacidad para hacer frente a las deudas presupuestarias y extrapresupuestarias que podemos atender con la liquidez disponible.

Endeudamiento

Pasivo total x 100 / Activo total = $ 405’455.600 / $ 4’248.000 = 95,44%

El apalancamiento de la compañía es de 95,44%.

Solidez

Activo total /Pasivo Total = $ 4’248.000 / $ 4’054.000 = 1,04%

Al verificar el estudio financiero por medio de los análisis ejecutado podemos identificar que nuestra empresa será rentable a mediano plazo, es decir de 3 a 5 años, teniendo en cuenta que iniciando la compañía tenemos que recurrir a un préstamo superior al presupuesto propio que podemos invertir en ella, sabemos que inicialmente debemos mantenernos en el mercado con el

punto de equilibrio y también estimando un margen de ganancia mínima con el fin de poder saldar el préstamo inicial on el que se dio inicio al proyecto.

9. Lecciones aprendidas y recomendaciones

- Fue de vital importancia la guía presada por el docente dentro del proceso de aprendizaje para poder generar adecuadamente el proceso de creación de empresa.
- La retroalimentación y el aprendizaje adicional que el docente nos prestó en las tutorías nos guio de una manera especifica por cada uno de los temas tratados en el proceso de formación en el transcurso del semestre, con el fin de llegar a presentar un buen proyecto.
- Notamos que las cifras al momento de pensar en una idea de negocio deben estar aterrizadas en cada uno de posibles gastos, costos, inversiones para poder tener un proyecto sólido que brinde expectativas a futuro.
- Al realizar los análisis involucrados con las cifras como lo son el balance general, el cálculo de los ingresos, flujo de caja, punto de equilibrio, aprendimos que se debe hacer una proyección de la cual básicamente depende todo el futuro de una empresa, si no se cumplen con estos objetivos la empresa puede irse a la banca rota.

10. Referencias Bibliográficas

(2020) Instructivo para la formulación de Indicadores de desempeño. Página web. https://www.mef.gob.pe/contenidos/presupuesto_publico/normativa/Instructivo_Formulacion_Indicadores_Desempeno.pdf

(2008) Definición de cliente potencial. Página web https://definicion.de/cliente-potencial/#:~:text=En%20otras%20palabras%3A%20los%20clientes,hora%20de%20una%20nueva%20promoci%C3%B3n.

(2013) La idea de negocio. Página web https://www.emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio#:~:text=La%20idea%20de%20negocio%20es,que%20tengamos%20%C3%A9xito%20o%20no.

(2020) Información general para creación de empresa. Página web https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-para-creacion-de-empresa

(2012) Las SAS, con un panorama evasivo. Página web https://actualicese.com/las-sas-con-un-panorama-evasivo/

(2020) Reservas estatutarias. Página Web

https://economipedia.com/definiciones/reservas-estatutarias.html#:~:text=Las%20reservas%20estatutarias%20son%20un,parte%20del%20pasivo%20del%20balance.

(2020) Definición de punto de equilibrio. Página Web https://definicion.de/punto-de-equilibrio/#:~:text=Punto%20de%20equilibrio%20es%20un,dinero%2C%20pero%20tampoco%20pierde).

(2020) Definición de aporte. Página Web https://definicion.de/aporte/

(2020) ¿Qué es la reserva legal? Página Web https://www.billin.net/glosario/definicion-reserva-legal/#:~:text=La%20Ley%20de%20Sociedades%20de,el%2020%25%20del%20capital%20social.

(2020) ¿Qué es un balance general y cómo hacer uno? Página Web https://www.crecenegocios.com/balance-general/

(2020) Flujo de caja. Página Web https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html

(2020) Balance general. Página Web https://www.gerencie.com/balance-general.html

(2020) Ingresos y egresos. Página Web

https://economipedia.com/definiciones/ingresos-y-egresos.html

(2020) Costo Fijo y Costo Variable. Página Web

https://www.ejemplos.co/20-ejemplos-de-costo-fijo-y-costo-variable/

(2020) ¿Qué es la TIR y para qué sirve? Página Web

https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3718561-que-tir-para-sirve

(2020) Índice de liquidez inmediata. Página Web

http://www.sielocal.com/informe/325/Indice-de-liquidez-inmediata#:~:text=En%20concreto%2C%20este%20informe%20se,a%20las%20obligaciones%20presupuestarias%20y

(2020) Ingreso neto. Página Web

https://economipedia.com/definiciones/ingreso-neto.html

(2020) Valor presente neto. Página Web

https://es.slideshare.net/ErikaCarrero/valor-presente-neto

(2020) Estado de resultados. Página Web

https://estadoderesultados.win/

(2020) Tasa de descuento. Página Web

https://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html