

**PLAN DE NEGOCIOS - CREACIÓN DE EMPRESA INSTALACIÓN  
DE COCINAS INTEGRALES - EMPRESA CC MARMOLES Y  
ARTESANIAS SAS**

**JORGE GEOBANNY CARDOZO COLO**

**CC 1024521838**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL  
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DOCENTE  
HENRY MARTINEZ**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION  
SUPERIOR CUN  
FACULTAR DE ADMINISTRACION  
GRUPO 10108  
OPCION DE GRADO III SEDE CENTRO  
BOGOTÁ, D. C.  
2018 B**

## Tabla de contenido

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 Descripción de la idea de negocio</b>             | <b>8</b>  |
| <b>1.1 Identidad estratégica</b>                       | <b>8</b>  |
| <b>1.2 Futuro preferido</b>                            | <b>9</b>  |
| <b>1.3 Objetivo general</b>                            | <b>9</b>  |
| <b>1.4 Objetivos específicos</b>                       | <b>9</b>  |
| <b>1.5 Valores</b>                                     | <b>10</b> |
| <b>1.6 Análisis de PESTEL</b>                          | <b>11</b> |
| <b>1.7 Análisis de PORTER</b>                          | <b>13</b> |
| <b>1.8 Matriz de análisis de campos de fuerza</b>      | <b>16</b> |
| <b>1.9 Matriz de Despliegue estratégico Generativa</b> | <b>17</b> |
| <b>2 Cadena de valor</b>                               | <b>18</b> |
| <b>3 Objetivos de estudio de mercado</b>               | <b>19</b> |
| <b>3.1 Definición del mercado objetivo</b>             | <b>19</b> |
| <b>3.2 Metodología de investigación</b>                | <b>21</b> |
| <b>3.2.1 Encuesta</b>                                  | <b>21</b> |
| <b>3.2.2 Análisis de la investigación</b>              | <b>26</b> |
| <b>3.2.3 Conclusiones de la encuesta</b>               | <b>31</b> |
| <b>4 Objetivos del plan de marketing</b>               | <b>32</b> |
| <b>4.1 Estrategias de producto</b>                     | <b>33</b> |
| <b>4.2 Las 5P del marketing</b>                        | <b>33</b> |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>4.2.1 Precio</b>                                 | <b>33</b> |
| <b>4.2.2 Plaza</b>                                  | <b>34</b> |
| <b>4.2.3 Promoción</b>                              | <b>35</b> |
| <b>4.2.4 Producto</b>                               | <b>35</b> |
| <b>4.2.5 Personal pos venta</b>                     | <b>35</b> |
| <b>4.3 Estrategias de comunicación y publicidad</b> | <b>36</b> |
| <b>4.3.1 Estrategias de distribución</b>            | <b>36</b> |
| <b>4.3.2 Estrategias de aprovisionamiento</b>       | <b>36</b> |
| <b>4.3.3 Estrategias de servicio</b>                | <b>37</b> |
| <b>4.3.4 Competidores</b>                           | <b>38</b> |
| <b>4.3.5 Proveedores</b>                            | <b>39</b> |
| <b>5 Justificación</b>                              | <b>41</b> |
| <b>6 Estudio administrativo</b>                     | <b>41</b> |
| <b>6.1 Misión</b>                                   | <b>42</b> |
| <b>6.2 Visión</b>                                   | <b>42</b> |
| <b>6.3 Organigrama</b>                              | <b>42</b> |
| <b>6.4 Análisis DOFA</b>                            | <b>43</b> |
| <b>6.5 Tamaño de la empresa</b>                     | <b>44</b> |
| <b>6.6 Normatividad</b>                             | <b>44</b> |
| <b>6.6.1 Leyes ambientales</b>                      | <b>45</b> |
| <b>6.6.2 ley tributaria</b>                         | <b>46</b> |
| <b>6.6.3 Leyes laborales</b>                        | <b>47</b> |
| <b>7 Gastos de personal</b>                         | <b>48</b> |
| <b>7.1 Descripción de cargos</b>                    | <b>49</b> |
| <b>7.1.2 Formato para contrato a término fijo</b>   | <b>52</b> |

- 7.2 Gastos de puesta en marcha55**
- 7.3 Formato para contrato de arrendamiento de bodega55**
- 7.4 Adquisición de Financiamiento60**
- 8 Estudio administrativo legal62**
  - 8.1 Ley tributaria 1819 del 201662**
  - 8.2 Ley laboral 100 de 199363**
    - 8.2.1 Ley laboral 50 de 199063**
  - 8.3 Ley comercial Decreto 410 de 197163**
    - 8.3.1 Ley comercial 1021 de 200664**
  - 8.4 Ley de propiedad intelectual64**
- 9 Trámites jurídicos y tributarios para crear una empresa 65**
  - 9.1 Constitución de sociedades por acciones simplificadas SAS 66**
    - 9.1.1 Clasificación de las mi pyme ley 590 del 200066**
  - 9.2 Clasificación de CIU67**
    - 9.2.1 Registro del código CIU67**
    - 9.2.2 Beneficios del CIU68**
  - 9.3 Clasificación de las sociedades ley 222 de 1995 69**
  - 9.4 Constitución legal de una SAS71**
    - 9.4.1 Requisitos del registro mercantil72**
    - 9.4.2 Pasos para el registro único tributario73**
  - 9.5 Revisión Técnica de seguridad bomberos75**
- 10 Estudio técnico78**
  - 10.1 Ficha técnica78**
- 11 Descripción del proceso 79**
  - 11.1 Selección de materia prima80**
  - 11.2 Diseño y fabricación81**

|   |            |
|---|------------|
| <b>11.3 Instalación</b>                       | <b>83</b>  |
| <b>11.4 Análisis del diagrama de procesos</b> | <b>85</b>  |
| <b>12 Infraestructura</b>                     | <b>86</b>  |
| <b>13 Maquinaria y equipo</b>                 | <b>87</b>  |
| <b>13.1 Costos fijos</b>                      | <b>88</b>  |
| <b>13.2 Costos Variables</b>                  | <b>89</b>  |
| <b>14 Plan financiero viabilidad</b>          | <b>89</b>  |
| <b>14.1 Balance general</b>                   | <b>90</b>  |
| <b>14 .2 Estudio de resultados</b>            | <b>93</b>  |
| <b>14 .3 Flujo de caja</b>                    | <b>94</b>  |
| <b>14.4 Punto de equilibrio</b>               | <b>96</b>  |
| <b>15 Impacto social</b>                      | <b>97</b>  |
| <b>15.1 Impacto económico</b>                 | <b>98</b>  |
| <b>15.2 Impacto ambiental</b>                 | <b>99</b>  |
| <b>16 Conclusiones</b>                        | <b>100</b> |

Lista de tablas

**TABLA 1 COMPETIDORES**38

**TABLA 2 GASTOS DE PERSONAL**48

**TABLA 3 PAGOS ESTIMADOS**49

**TABLA 4 DESCRIPCION DE CARGO GERENTE**49

**TABLA 5 DESCRIPCION DE CARGO ARTESANO** 50

**TABLA 6 DESCRIPCION DE CARGO CARPINTERO51**

**TABLA 7 FICHA TECNICA78**

**TABLA 8 MAQUINARIA Y EQUIPO86**

**TABLA 9 MATERIAS PRIMAS87**

**TABLA 10 BALANCE GENERAL89**

**TABLA 11 ESTADO DE RESULTADOS91**

**TABLA 12 FLUJO DE CAJA 92**

Lista de gráficos

**GRAFICA 1 MATRIZ DE ANALISIS DE CAMPOS DE FUERZA16**

**GRAFICA 2 MATRIZ DE DESPLIEGUE ESTRATEGICO17**

**GRAFICA 3 CADENA DE VALOR18**

**GRAFICA 4 ORGANIGRAMA42**

**GRAFICA 5 DOFA43**

**GRAFICA 6 DESCRIPCION DEL PROCESO80**

**GRAFICA 7 INFRAESTRUCTURA DE LA BODEGA85**

**GRAFICA 8 PUNTO DE EQUILIBRIO94**

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer momento agradecer a la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN por permitirme continuar con mis estudios homologándome, en estos 3 años de conocimiento y valores enseñados a lo largo de los mismos, en donde aprendí y conocí de personas tanto profesores como estudiantes que me ayudaron a formarme como profesional y a ser una mejor persona.

A cada uno de los docentes con los que he interactuado en mí paso por la CUN por su compromiso, la responsabilidad y la entrega para brindar sus conocimientos.

Por último, agradecer a cada una de las personas (compañeros de trabajo y universidad, amigos del día a día y familiares) que de alguna u otra manera colaboraron con opiniones dadas para ir mejorando este trabajo a lo largo del tiempo que se desarrolló.

## **1. Descripción de la Idea de Negocio**

El presente trabajo tiene como objetivo la realización de un plan de negocios para la creación de una línea de producción de muebles en madera para cocinas integrales en la empresa CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS, este proyecto se llevará a cabo en la ciudad de Bogotá D.C.

La idea nace de aproximadamente unos 6 años cuando tuve la oportunidad de involucrarme en este tipo de trabajo el cual tiene gran demanda.

El plan de negocios para este proyecto está dividido en distintos estudios que al final dictará la viabilidad del proyecto, estos estudios son el de mercados, el técnico y el financiero.

### **1.1 Identidad Estratégica**

La presente idea de negocio está basada en una línea de emprendimiento y a su vez de diversificación trabajando con mármol, granito y madera en el enchape e instalación de cocinas integrales, la idea es establecer una línea de producción de muebles de la madera para cocinas integrales, esta necesidad nace tanto de manera interna como externa, es decir, en los clientes. Los clientes en su mayoría son personas naturales que desean hacer el respectivo arreglo de sus hogares (la cocina) o establecimientos, e incluso nuestros clientes pueden ser personas jurídicas pues el producto está disponible al alcance de quien lo requiera brindando calidad y la unificación del trabajo de la madera y el mármol que será el factor diferencial puesto que cuando se manda arreglar una cocina estos trabajos se hacen por aparte, por lo general se contrata quien instala la cocina en mármol y por aparte se contrata todo el tema de cajones en madera para la cocina.



## **1.2 Futuro Preferido**

### MISON

Somos una microempresa dedicada a la instalación de cocinas integrales en mármol, granito y madera. Identificándonos por un servicio personalizado y su vez de calidad comprometidos para la satisfacción de nuestros clientes.

### VISIÓN

Ser una empresa líder y reconocida en el año 2021 en el gremio de mármoles específicamente en la instalación de cocinas integrales, proporcionando la mejor opción para brindar confianza y satisfacciones de nuestros clientes y el crecimiento de nuestra empresa en la ciudad de Bogotá.

## **1.3 Objetivo General**

Formular un Plan de negocios para la creación de una línea de producción de muebles de madera para cocinas integrales, evitando la contratación de Outsourcing integrando la producción de mesones en mármol o granito mostrando calidad de servicio tanto en el producto como en la satisfacción del cliente.

## **1.4 Objetivos Específicos**

- Realizar el estudio de mercado para el plan de negocios.

- Enunciar los procesos y procedimientos que se llevarán a cabo para la elaboración de los muebles, mediante el estudio técnico.
  
- Establecer un estudio de análisis financiero para verificar la viabilidad del plan de negocio, su puesta en marcha, su sostenimiento y generar utilidad.
  
- Penetrar en el mercado ofreciendo el servicio de mármol y madera como paquete completo con precios competitivos y desarrollar estrategias comerciales que permitan la fidelización del cliente.

### **1.5 Valores**

- pasión: pasión por lo que hacemos con entrega y dedicación no solo buscando la satisfacción de nuestros clientes si no la satisfacción con nosotros mismos al lograr realizar un buen trabajo.
  
- confianza: generar confianza desde la parte interna de nuestra empresa lograra mejores resultados los cuales podremos transmitir en misma confianza a nuestros clientes.
  
- integridad: relacionarnos con las personas de una manera auténtica tanto interna como externamente genera diferenciación y cultura organizacional.
  
- Trabajo en equipo: base fundamental para la integración de la línea que se desea establecer en la empresa puesto que todos somos fundamentales para el logro de los objetivos planteados.

## 1.6 Análisis de PESTEL

**Análisis PESTEL:** El análisis PESTEL es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, y, en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición de negocios. Con el análisis PESTEL la empresa podrá conocer y describir los factores externos en los cuales no puede influir directamente pero que permitirá ampliar el contexto general y así planear la propuesta de una manera acorde a lo que exige el mercado. Existen factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, los cuales se describirán a continuación:

□ **Factor Político.** Colombia es un país conocido a nivel mundial por tener los impuestos más caros hacia el sector empresarial, esto impide que las pequeñas y en algunos casos las medianas empresas progresen de manera oportuna evidenciando un monopolio por parte de los grandes contribuyentes del país, haciendo imposible una competencia de manera acorde a cada sector. Aunque el gobierno promueve la creación e innovación de nuevos proyectos para el crecimiento nacional se contradicen por lo anteriormente dicho e imposibilita la posibilidad de soñar en grande para las microempresas. De igual manera la situación que se vive actualmente por la migración de los ciudadanos venezolanos afecta en gran medida a los gremios empresariales por no poder competir contra la mano de obra barata que ofrecen los venezolanos y que de alguna manera no se ha sentido el respaldo total por parte del gobierno nacional.

□ **Factor Económico.** El sector bancario da posibilidad en créditos para la creación de nuevas empresas o de nuevos proyectos, pero los intereses muchas veces no respaldan esas posibilidades de progreso. Aunque el consumo de este tipo de productos y servicios

(cocinas integrales) se ha disparado actualmente por los sin fin de proyectos de vivienda que se realizan a nivel nacional, existe un monopolio de este tipo de contratos entre el gobierno y ciertas empresas del sector imposibilitando a otros ingresar a este nicho de mercado y aumentando así el nivel de desempleo en el país que si bien es cierto ha disminuido en los últimos años hoy en día existe un promedio en la tasa de desempleo del 9% a nivel nacional.

□ **Factor Social.** Nuevamente entra el problema de la migración de los ciudadanos venezolanos a Colombia y una vez más el papel del nivel de competencia es importante, puesto que cada vez se les exige más a los empleados un nivel de conocimiento y educativo acorde al puesto o trabajo a desempeñar al cual pocos pueden ingresar debido a los problemas educativos que posee el país y los cuales son conocimientos de todos, como lo son las matrículas caras en instituciones privadas y lo difícil que es ingresar a la educación pública.

□ **Factor Tecnológico.** La inversión tecnológica y de maquinaria para el sector de las cocinas integrales y su debido tratamiento es costosa, puesto que se debe exportar estos equipos y además que la fabricación en Colombia es pobre, es decir, el sector manufacturero no llega a ser el 10% del ingreso bruto del país la mayor parte se da por los servicios.

□ **Factor ecológico.** La capital de país, Bogotá D.C. va en incremento frente a la contaminación ambiental, frente a esto el gobierno se ha plateado leyes drásticas como las debidas certificaciones para las empresas y sus respectivas iniciativas en pro de la ecología y energías limpias. Además, las empresas están migrando fuera de las ciudades principales para trabajar en sus alrededores con el fin de no afectar la salud de los ciudadanos lo menos posible por la emisión de gases invernaderos. Es importante denotar que los muebles para cocinas integrales tienen como materia prima la madera y que debido a distintos procesos dan como resultado la diversificación del mismo para la producción de los muebles y para ello existen cuidados frente a la tala de árboles pensando en el medio ambiente.

□ **Factor Legal.** Para la empresa, este factor les influye respecto a los proveedores que elija para que le suministre la materia prima, dado, que la madera proviene de la tala de árboles el cual es un tema controversial y del cual se aplican diferentes reglamentos. Ya que en los últimos años se ve un incremento de la deforestación en el país con un aumento bastante notable. La ley que acobija y protege este tipo de actividades es la Ley general forestal (LEY 1021 DE 2006), esta ley como la principal ya que existen varios decretos adicionales, como por ejemplo el decreto 1791 de 1996.

## 1.7 Análisis de Porter

**Cinco Fuerzas de PORTER:** El modelo de las cinco fuerzas de PORTER varía dependiendo del sector del cual se realice el análisis o se haga enfoque, del cual se medirán y compararan las fuerzas competitivas que existe en el sector, también las amenazas que hay al ingresar o usar productos alternos que pueden llegar a determinar el camino del sector y por ultimo analizar el poder de negociación que poseen tanto clientes como proveedores con la empresa y viceversa, todo esto con el fin de determinar análisis y conclusiones generales y “lograr transformarlos en elementos importantes para la elaboración de la estrategia o estrategias.

Con este modelo lo que busca la empresa es mirar y analizar de una manera acorde si el mercado o industria en la que se quiere incursionar es atractiva o no, en el caso en que sea no detectar que tipo de amenazas existen para contrarrestarlas aprovechando las oportunidades que a su vez se detecten.

En las siguientes descripciones de cada una de las variables a tener en cuenta para este modelo se mostrará de manera detallada, breve y resumida los puntos claves de cada una, las cuales son:

1. Amenaza de los nuevos entrantes. Para entrar en este nicho de mercado la empresa CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS observa como amenazas y/o barreras la

adquisición de los equipos y herramientas necesarias y adecuadas para producir y competir de manera acorde puesto que la adquisición de los mismos es costosa ya que son máquinas de gran envergadura en tamaño y capacidad de producción y lograr adquirirlas acarrea temas de importación y créditos con entidades financieras, que para una micro empresa en muchas ocasiones es difícil acceder a estos servicios por las diferentes políticas e impuestos que se manejan al interior del país.

Otra de las barreras es de tema legal, es decir, las restricciones que existen para trabajar con la madera y su importante cuidado en referencia al medio ambiente. Esto es un compromiso que todas las nuevas empresas deben aceptar ya que es un tema legal y sobre todo social de la cual el país está comprometido y ejerciendo presión sobre esto.

2. Poder de negociación de los clientes. Respecto a los clientes, ellos tienen gran poder en este mercado, primero el costo de cambiar de proveedor es bajo ya que existe mayor número de competencia y esto podría promoverla mucho más entre los diferentes actores.

El número de adquisiciones por cliente puede variar dependiendo del tipo de cliente, es decir, existen clientes naturales los cuales compran por unidad básicamente y clientes jurídicos que adquieren varios productos buscando un beneficio económico frente a otro trabajo en el cual estén trabajando.

Para los clientes el producto como tal, debe tener poca relevancia puesto que ya existe una estandarización para ello y lo que cambia son factores de gustos personales y necesidades tanto económicas como de espacio, es por eso que lo que llamara más la atención de los clientes será el cumplimiento, el acompañamiento y la calidad que la empresa les ofrezca.

3. Poder de negociación de los proveedores. Para la adquisición de la materia prima y el tratamiento respectivo para ello, es decir, para la madera son pocas las entidades o proveedores que cuentan con esto a nivel nacional, este insumo se encuentra en un estado de oligopolio, muchos demandantes poco número de oferentes y de esto se aprovechan para poder fijar precios de venta.

Dicho esto, los proveedores existentes no solo ofrecen la materia prima para el tratamiento de muebles, ellos normalmente poseen gran cantidad de clientes para diferentes tipos de productos en los cuales se use como base principal la madera, esto los vuelve un rubro difícil de manejar y de poder negociar precios.

4. Amenaza de los productos sustitutos. Respecto a temas de calidad, la madera con su debido proceso y tratamiento se vuelve un material de gran apreciación y detalle, todo y cuando se cuide de manera acorde por parte del cliente. Ya un cambio de este tipo de muebles es poco probable puesto que todos los muebles o en su gran mayoría son derivados de la madera, es decir, distintos procesos y tratamientos.

Pero si existe un tema de precio que se vuelve más asequible y que puede impactar negativamente a la empresa CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS y es respecto al producto que acompaña a los muebles el cual es el mesón elaborado en granito o mármol, puesto que existe productos como lo son el cuarzo, el corian, encimeras porcelánicas, entre otros que pueden llegar a ser más moldeables y económicos.

5. Competencia intersectorial. Actualmente, dado al crecimiento de edificaciones de vivienda principalmente, ha volcado a un aumento de personas o entidades a ofrecer este tipo de productos, que, aunque a nivel nacional son pocas las empresas grandes que manejan este sector, a nivel local existen distintos competidores formados como persona natural que trabajan con esto.

## 1.8 Matriz de análisis de campos de fuerzas

### Grafica No 1





## 1.9 Matriz de Despliegue estratégico Generativa

Grafica No 2



Fuente. autor

## 2. cadena de valor

### Grafica No 3

| <b>CADENA DE VALOR</b>   |   |   |                                  |
|--|---|---|----------------------------------|
| <b>INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA</b>                             |   |   |                                  |
| Planificación, Gestión financiera, Gestión administrativa.       |   |   |                                  |
| <b>GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS</b>                               |   |   |                                  |
| Selección y capacitación del personal, sistemas de remuneración. |   |   |                                  |
| <b>COMPRAS</b>   |   |   |                                  |
| Materia prima, maquinarias, accesorios, transporte.              |   |   |                                  |
| <b>LOGISTICA</b>   | <b>OPERACIÓN</b>                          | <b>MARKETING</b>                                | <b>SERVICIOS POST VENTA</b>      |
| Selección de proveedores   | Diseño y fabricación de los muebles       | Presentación de propuestas                      | Instalación de los muebles       |
| Almacenamiento de materias primas                                | Adaptación de tecnologías para el negocio | Tarjeta de presentación                         | Garantía del producto            |
| Recepción de datos   |   | Posicionamiento por medio de las redes sociales | Retroalimentaciones para mejorar |
|  |   | Voz a voz de los clientes y/o usuarios          |                                  |

Fuente: autor

### **3. Objetivos del Estudio de Mercados**

El estudio de mercado nos facilita la toma de decisiones empresariales. Nos ayuda a escoger la alternativa más acertada y aumenta nuestra probabilidad de éxito.

Estudio del entorno: Analizar los factores externos, así como los factores internos que afecten directamente a la empresa en la idea de realizar nuestra línea de producción. Para ello Se aplicaron técnicas o análisis como lo son el PESTEL y 5 FUERZAS DE PORTER.

- Realizar la segmentación y determinar el público objetivo (tamaño, composición y crecimiento del mercado).
- Describir las características del producto y el factor diferenciado frente a otros.
- Garantizar la calidad de los productos para crear una fidelización en el mercado.
- Analizar la competencia, proveedores, oferta y demanda para determinar un precio justo y acorde a las necesidades de cliente y de la empresa.

#### **3.1 Definición del mercado objetivo**

Con el análisis del entorno interno y externo que afecta directa e indirectamente a la empresa se observará en que puntos se podrán apoyar para la creación de la línea de producción buscando el mejor beneficio tanto para la empresa como para los clientes y siguiendo los debidos lineamientos de manera correcta.

Para llegar a conocer el público objetivo, primero se debe empezar desde lo macro hasta lo micro, es decir, reconocer a un público global o mayoritario para luego saber en cual se debe centrar la empresa.

□ **Población de referencia.** Esta población o público será la ciudad Bogotá D.C. la cual es donde la empresa ofrece el producto y prestara los servicios complementarios al mismo.

□ **Población Afectada.** Todo aquel persona natural o entidad jurídica, que necesite este tipo de productos y/o servicios, ya sea para sus hogares o una serie de trabajos, es decir, las entidades jurídicas tales como firmas de arquitectos que tengan sus trabajos en modificación de oficinas dentro de un edificio o también aquellas constructoras que se encuentren en sus labores de construcción de viviendas.

□ **Población Objetivo.** Como meta inicial, el público objetivo serán las personas naturales por ser un segmento de menor cuantía y en el cual se realizarán trabajos por unidad, es decir, un trabajo a cada cliente. Mientras la empresa coge ritmo y fuerza para poder apuntar al objetivo o meta mayor el cual es trabajar de la mano con firmas de arquitectos o constructoras en trabajos de mayor envergadura y valor.

**Crecimiento del mercado.** Actualmente en la ciudad de Bogotá se evidencia un incremento notable en este nicho de mercado puesto que la adquisición de vivienda por parte de las personas ha aumentado, esto en parte por las oportunidades que ofrecen el estado y otras entidades y muchas de las personas que adquieren su vivienda por primera vez destinan parte del presupuesto a remodelar o modificar la vivienda que les han entregado, es allí donde se ve el incremento del mercado ya que existen más clientes y consumidores finales pero a su vez el incremento de esto tiende a que la competencia también aumente.

**Factor diferenciador del producto.** Los muebles de madera para cocinas integrales, dependen en gran parte de la creatividad y el debido asesoramiento que la empresa ofrezca al cliente respecto a medidas que se adapten al espacio que se posea y en los tipos de material que mejor se relacionen con el entorno en el que el cliente habite, aunque a pesar de que existen estándares para dichas elaboraciones y todas las empresas o autores de este servicio las conozcan **EL FACTOR DIFERENCIADOR de la empresa CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS es y será la CALIDAD**, calidad frente a la elaboración de los productos y calidad frente al trato y asesoramiento para con los clientes.

### **3.2 Metodología de Investigación**

**3.2.1 Encuesta.** Para esta encuesta se realizaron 9 preguntas con ayuda de la opción formulación de Gmail, esta encuesta buscó conocer información detallada sobre gustos, necesidades y capacidad económica de diferentes posibles clientes, los cuales ayudarán a la empresa a poder desenvolverse mejor en el mercado de los muebles de madera para cocinas integrales, pero la encuesta también va encaminada a conocer una respuesta global y amplia frente a la cocina integral como producto completo, es decir, muebles de madera, mesón en mármol o granito y los diferentes accesorios. Ya que la finalidad de la empresa es ofrecer el “paquete” completo para este tipo de producto.

Esta encuesta tuvo como Población a la ciudadanía Bogotana de la cual se tomó una muestra aleatoria (al azar) de 46 personas (entre amigos, conocidos y familiares) que respondieron la encuesta.

Se presentó la encuesta a cada uno de los partícipes con el fin de que conocieran el motivo o razón ser de esta encuesta, la cual dice “Con esta encuesta se desea conocer que cantidad de personas estarían dispuestas a adquirir el producto de cocinas integrales (muebles de

madera) y si es así, determinar los gustos, presupuesto y la necesidad que existe por parte de los usuarios´´.

- **Pregunta 1:** Con esta pregunta se quiere conocer el porcentaje de personas que poseen o no una cocina integral.

¿Cuenta con una cocina integral en su vivienda o lugar de trabajo? \*

SI

No

Fuente. Autor

- **Pregunta 2:** Con esta pregunta se desea conocer la disposición de las personas y el porcentaje al querer o no una cocina integral.

¿Le gustaría tener una cocina integral en su vivienda o lugar de trabajo? \*

Responda independientemente de la respuesta anterior.

Si

No

No esta seguro

Fuente. Autor

- **Pregunta 3:** Para aquellas personas a las que no les gustaría tener una cocina integral, es importante conocer los motivos.

Explique brevemente ¿Porque no le gustaría? \*

Si su respuesta anterior fue No. Responda

Tu respuesta

Fuente. Autor

- Pregunta 4:** Con esta pregunta se quiere conocer el porcentaje de personas que están dispuestas a invertir para una cocina integral y cuanto estarían dispuestas a invertir, basado en los intervalos de la pregunta.

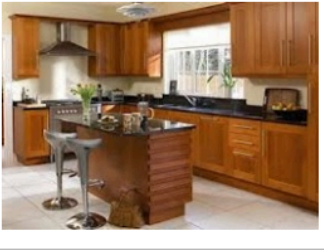
¿Cuanto estaría dispuesto a invertir en la cocina integral? \*

- \$ 1.000.000 - \$ 2.000.000
- \$ 2.000.001 - \$ 3.000.000
- \$ 3.000.001 - \$ 4.000.000
- \$ 4.000.001 o más


Fuente. Autor

- Pregunta 5:** Es importante conocer los gustos de los posibles clientes y saber en qué porcentajes.


¿Que tipo de modelo prefiere? \*



Clasico



Moderno



Rustico

Fuente. Autor

- Pregunta 6:** Con esta pregunta se quiere conocer los factores claves que prefieren los posibles clientes, se pueden seleccionar varias opciones.

¿Que prefiere en una cocina integral? \*

Seleccione una o mas opciones.

- Precio asequible
- Diseño de los muebles
- Material escogido por usted
- Tamaño apto al espacio

Fuente. Autor

- Pregunta 7:** Con esta pregunta se quiere conocer los colores que los clientes prefieren, ya sea para los muebles, el mesón o ambos.



¿Que colores prefiere? \*



Colores vivos



Colores palidos



Colores oscuros



Escala de grises

Fuente. Autor

- **Pregunta 8:** Adicional es importante conocer si los posibles clientes les gustaría que los muebles estén acompañados con los mesones en mármol o granito que o si desean otras opciones.

¿Le gustaría que el mesón sea en mármol o granito?

Si

No

Cotizaría otras opciones, otros materiales.

Fuente. Autor

- **Pregunta 9:** Es importante conocer que aspectos debe tener la empresa frente a sus posibles clientes y que proporción existe preferencias de una a otra.

¿Que busca en una empresa que le ofrezca este producto y servicio?

Seleccione las opciones que considere necesarias.

- Cumplimiento
- Calidad
- Precio justo
- Asesoramiento y acompañamiento
- Garantía

Fuente. Autor

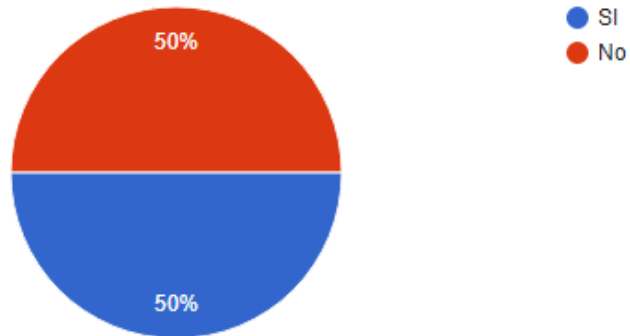
Para la encuesta se obtuvieron 46 resultados (muestreo aleatorio) de las diferentes personas que fueron encuestadas a través de este medio electrónico. Con base a los resultados de la muestra (**estadística inferencial**) se analizarán cada una de las respuestas en donde se evidencia las respectivas gráficas y las conclusiones de cada una de ellas, a continuación, podrán observar los resultados obtenidos:

### 3.4 Análisis de Investigación

#### **Pregunta 1:**

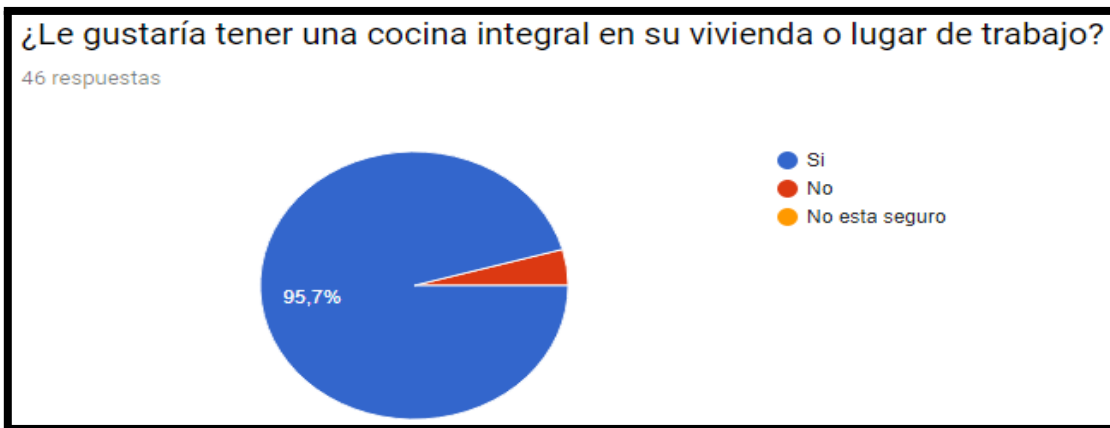
¿Cuenta con una cocina integral en su vivienda o lugar de trabajo?

46 respuestas



**Análisis:** Con base a las respuestas obtenidas se puede observar que la mitad de las personas encuestadas no cuentan con alguna cocina integral, ya sea en su vivienda o lugar de trabajo, esto demuestra que para la empresa la mitad de la muestra logrará ser un cliente potencial.

□ **Pregunta 2:**



**Análisis:** Para el 95,7% de las personas encuestas les gustaría tener una cocina integral ya sea en su vivienda o en su lugar de trabajo. Es un porcentaje bastante grande y favorable para la empresa, lo que indica gran aceptación para la empresa en poder crear y formalizar la nueva línea de producción, ya que existe gran cantidad de clientes potenciales por los cuales podrá entrar en este nicho de mercado y lograr competir.

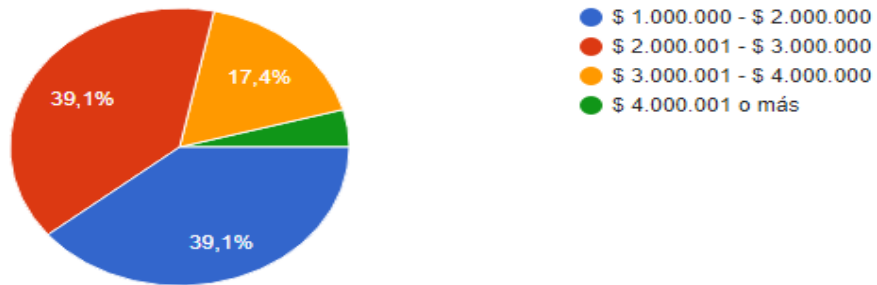
□ **Pregunta 3:**

**Análisis:** Para la respuesta a la tercera pregunta la cual solicitaba a aquellas personas que respondieron NO a la respuesta anterior conocer el motivo del porque no les gustaría y la respuesta de ese 4,3% fue unánime al indicar y responder que el motivo **“es que ya cuentan con cocina integral en su vivienda y lugar de trabajo”**.

□ **Pregunta 4:**

### ¿Cuanto estaría dispuesto a invertir en la cocina integral?

46 respuestas

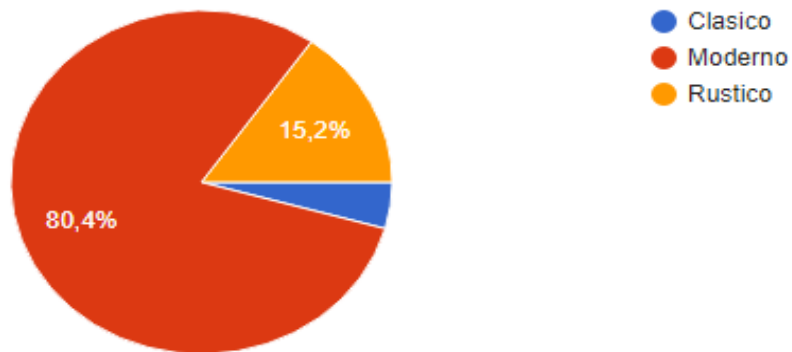


**Análisis:** Para esta 4 respuesta se logra evidenciar que casi el 80% de las personas encuestadas invertirían un máximo de \$3.000.000 y el 20% restante si estaría dispuesta invertir un monto superior para la cocina integral, esto logrará orientar a la empresa en el alcance de inversiones.

#### □ **Pregunta 5:**

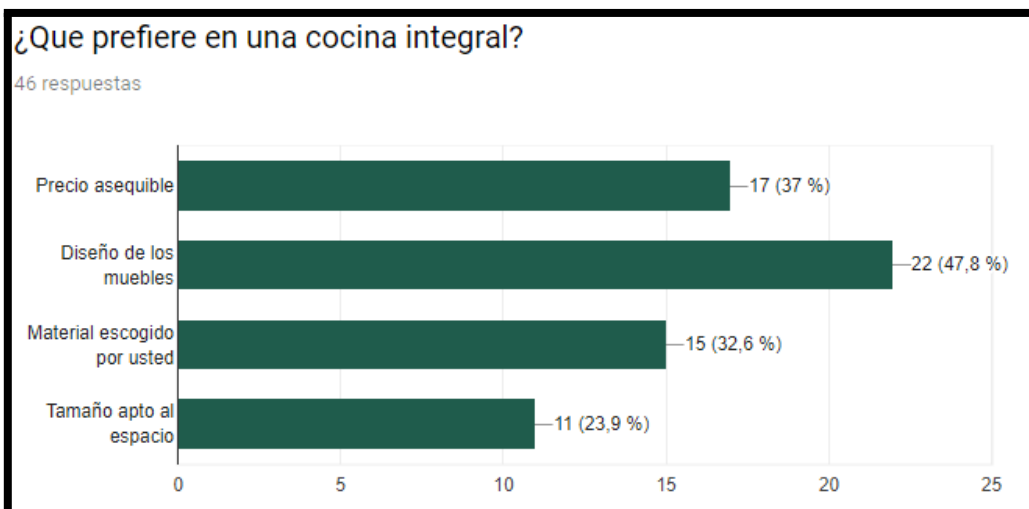
### ¿Que tipo de modelo prefiere?

46 respuestas



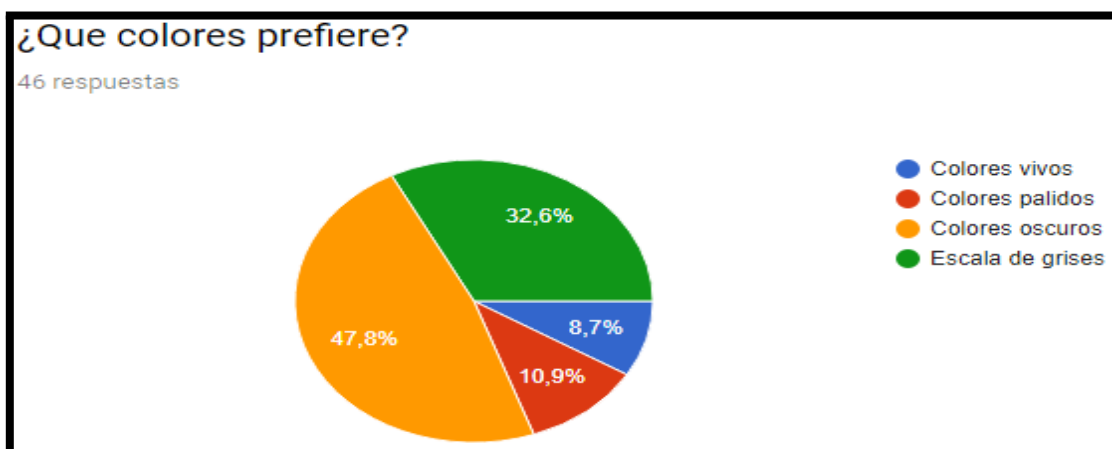
**Análisis:** Con base a las respuestas obtenidas se evidencia que el 80% de las personas gustan de un modelo moderno para su cocina integral ya sea la actual o para un futuro, lo cual indicará para la empresa en que modelos centrarse y exponer mayor fuerza.

#### □ **Pregunta 6:**



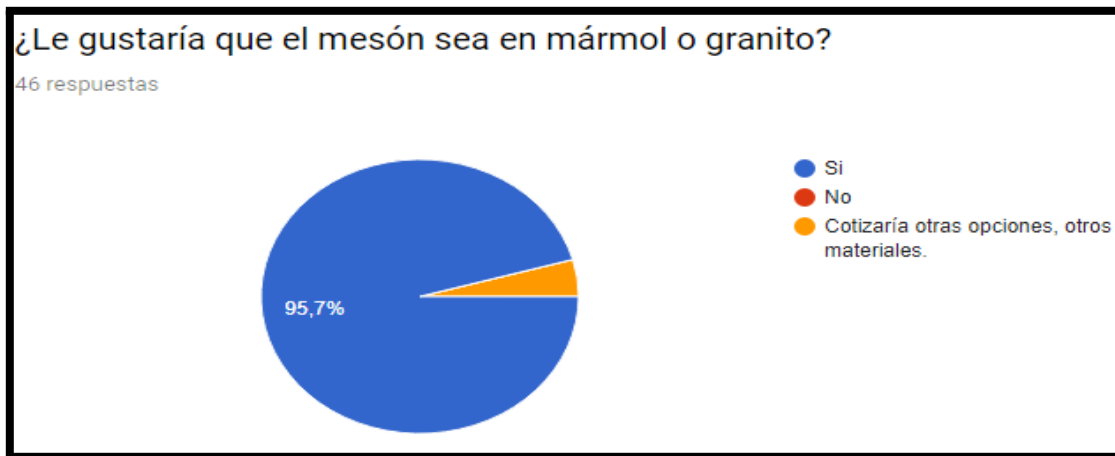
**Análisis:** Con esta respuesta se buscó conocer los diferentes aspectos que desean los usuarios y posibles clientes frente a una cocina integral y se evidencia que 22 de las personas encuestadas y que cumplen con el 47,8% de las respuestas buscan diseños cómodos y a gustos de los muebles, en segunda instancia 17 de las personas y que cumplen con el 37% buscan precios asequibles para las cocinas integrales que la empresa ofrezca, por su parte el material escogido por el propio cliente y el tamaño apto para el espacio llegan a un 32,6% y 23,9% respectivamente como preferencias para la cocina integral.

□ **Pregunta 7:**



**Análisis:** Según la respuesta de los encuestados el 47,8% de las personas (casi la mitad) prefieren colores oscuros para la cocina integral y la otra mitad está dividida entre los colores vivos, colores pálidos y escala de grises tal y como muestra la gráfica.

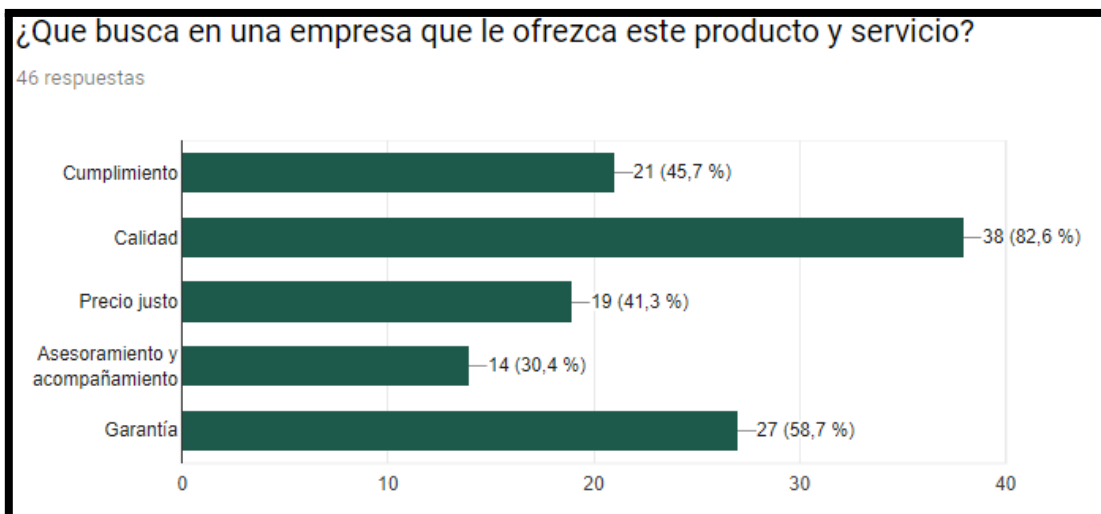
□ **Pregunta 8:**



**Análisis:** Como se observa en la gráfica el 95,7% de las personas encuestadas aceptarían y/o les gustaría que la cocina integral estuviera compuesta por un mesón en mármol o granito y el porcentaje restante cotizaría otras opciones, es decir, otros materiales. Ninguna persona respondió que NO al mesón en mármol o granito.

Con esto la empresa podrá expandir su línea inicial de trabajo la cual es la producción de mesones en mármol o granito y lograr una relación y complemento entre las dos líneas, con el fin de lograr captar mayor atención en los clientes.

□ **Pregunta 9:**



**Análisis:** La pregunta se hizo con el fin de conocer las preferencias de los posibles clientes o las expectativas que tenga de la empresa que le ofrezca estos servicios y con un 82,6% el aspecto de Calidad fue el que más sobresalió seguido de Garantía con el 58,7%.

**3.2.2 Conclusión de la encuesta.** Con la encuesta se obtuvieron resultados favorables para el empresa CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS, al evidenciar factores importantes tales como lo son que la mitad de las personas encuestadas no cuentan con cocina integral ya sea en su vivienda o en su lugar de trabajo y esto logra exponer un posible negocio para con esas personas, ya sean las directas o indirectamente implicadas para el negocio y a su vez varias de las personas que ya cuentan con una cocina integral les gustaría tener otra como se mencionó antes ya sea en la vivienda o lugar de trabajo.

Frente al factor dinero con la encuesta se evidencio que el público invertirá un máximo de \$3.000.000, esto, aunque es relativo puesto que el precio final lo dictaminara la cantidad y el tipo de material que se necesite y solicite para el trabajo requerido. Esto le ayudara a la empresa conocer el presupuesto y así asesorar y ajustarse a las necesidades del cliente. A esto se le adiciona que la mayoría de las personas optan por un modelo moderno dado a la época en la que actualmente se vive y muy pocas desean modelos rústicos o clásicos que, aunque son asequibles son un poco más complicados de encontrar en el mercado actual y por ende suelen tener precios un poco más altos.



Respecto a gustos de colores, el que predomina son los tonos oscuros como preferencias de los clientes seguidos por los colores de escala de grises y en menor cuantía por los colores vivos y pálidos.

Todo esto reunido le ayudará a la empresa a estar un paso adelante del cliente y lograr cumplir y satisfacer las necesidades de ellos. Tal y como ellos lo soliciten además de la calidad y garantía que buscan los clientes en una empresa de este tipo de productos y servicios, lo que da a entender que desde que se logre cumplir con estos aspectos los clientes entenderán el posible precio que se acuerde para el trabajo a realizar.

Por último y no menos importante para la empresa es de suma importancia conocer si el material preferido de los clientes para el mesón de la cocina integral son las piedras naturales tal y como lo son el mármol y granito y la respuesta fue bastante acogedora por parte de los encuestados al evidenciar que el 95% de ellos desearían que la cocina integral estuviera compuesta por el mesón en mármol o granito y que el 5% restante le gustaría cotizar o mirar otras opciones sin descartar la que la empresa ofrece.

#### **4. Objetivos del Plan de Marketing**

- Introducirnos en el mercado de una manera competitiva dando a conocer la empresa, la clase de trabajo que realiza y el paquete completo que ofrece en cuanto a cocinas integrales
- Generar posicionamiento incrementando el nivel de notoriedad del producto y servicio que ofrece la empresa
- Introducir técnicas de fidelización para que así mismo los clientes sean divulgación de publicidad.
- Generar ventas y rentabilidad para la sostenibilidad y asentamiento de la empresa

##### **4.1 Estrategia de Producto.**

- Como primera estrategia o acción será la publicidad por medio de tarjetas de presentación, las cuales se ofrecerá a cada cliente y usuario, aunque no basta con esto. La empresa debe ampliar su mercado y es necesario recorrer los diferentes barrios ofreciendo este medio publicitario a muchas más personas.
- La segunda estrategia es hacer uso del internet por medio de las diferentes redes sociales lo cual es abrir y gestionar un perfil de Facebook y Twitter de la empresa en los cuales se puedan difundir los contenidos y trabajos realizados por la misma, esto buscando visitas por parte del público en general y que puedan conocer a la empresa y sus productos.
- La tercera estrategia y la más importante para la empresa es el voz a voz que dan los diferentes clientes con otros usuarios, ya que, esto hablará de las buenas prácticas de la empresa como lo son la calidad, el cumplimiento y el acompañamiento. Poco a poco esto ayudará al desarrollo de nuevos trabajos y la expansión y posicionamiento de la empresa.

## **4.2 5p De Marketing**

### **4.2.1 Precio**

El objetivo a lograr dentro de los próximos tres años, es conseguir una imagen de ahorro, a través de precios competitivos y un servicio adecuado.

El precio es el valor que debe pagar el consumidor o cliente para acceder al producto de la empresa; en el precio se considera los costos de adquisición que a su vez son los precios pagados a los distribuidores para tener los productos a disposición más un margen de utilidad a disposición de la empresa el cual es el valor con el que se desarrollarán las estrategias.

La estrategia de precio se determinará en base a la competencia, asignándole un precio inferior al de estos para poder captar la atención de los clientes, sin embargo, se estudiará cada caso detenidamente, debido a que se debe considerar el llamado precio psicológico evitando que se asocie con baja calidad.

La estrategia a utilizar será analizar los precios de la competencia y se bajará el precio en un porcentaje disminuyendo la utilidad en ese mismo valor. De esta forma se competirá por precio, así como calidad, se espera recuperar en base a masificación.

Las acciones a desarrollar para conseguir el objetivo son: Visitar la competencia con el objeto de verificar los precios para de esta forma aplicar un precio igual o menor con el objeto de competir con ventaja.

Teniendo en cuenta la competencia que se maneja en la ciudad de Bogotá se va a considerar el precio que están facturando por productos similares de igual forma se realizara un estudio de costos fijos y variable con el fin de identificar el punto de equilibrio y las ventas que tenemos que realizar para definir el precio justo consiguiendo producir ganancias a un corto plazo.

Costos de producción

- Margen de utilidad
- Equilibrio de la demanda y oferta
- Por costumbre del mercado

#### **4.2.2 Plaza**

El producto que CC MARMOLES Y ARTESANIAS OFRECE no se ofrece en una plaza en específico, como tal el sitio de trabajo, de distribución de materiales y centro de concentración será el sitio donde se acentué la microempresa. Esto debido a que en el mismo lugar se trabajara con los materiales e incluso se trabaja con estos mismos en el lugar de instalación.

Canal de distribución

El transporte de los materiales placas de mármol y madera será en camionetas con las cuales se contratará el servicio, estas estarán debidamente dotadas para garantizar el buen estado del producto, cuando se requiera de embalaje y enguacalar debido al tamaño de las piezas será necesario contratar un camión o vehículo de transporte más grande.

Desde el punto de concentración donde se acentuó la microempresa se realizará la debida publicidad para que en el sector se dé a conocer la empresa, a nivel local se hará publicidad vía redes sociales, voz a voz y visitando el sector constructor para ofrecer el producto.

#### **4.2.3 Promoción**

Dar a conocer el producto y servicio que se ofrece será esencial para el crecimiento favorable de la empresa realizando una publicidad previa de lanzamiento ofreciendo información sobre la razón de ser de la idea de negocio.

Realizar una publicidad con los diferentes grupos y sectores de construcción con mensajes claros y sencillos para generar impacto en los posibles clientes.

Lograr que el cliente identifique el producto por la calidad con el debido asesoramiento y quede satisfecho con el servicio de instalación adecuada, precisa y sobre todo cumplimiento.

Consolidar la presencia de la empresa en el mercado asegurando a los clientes por el servicio prestado, lo que se verá reflejado en la imagen de la compañía.

#### **4.2.4 Producto**

Comercializaremos productos de alta calidad en busca satisfacer las necesidades de los clientes.

Se ofrecerá variedad del producto en disposición, capacidad adquisitiva y de gustos del cliente.

#### **4.3.5 Personal – post venta**

Se realizará el seguimiento y evaluación post-venta del producto y la imagen que genere en el cliente para asegurar nuevas ventas y recomendaciones de los clientes.

Se mantendrá al cliente informado sobre el producto, nuevas ofertas manteniéndolo a disposición con el fin de generar fidelización por parte del cliente.

### **4.3 Estrategias De Comunicación Y Publicidad**

Publicidad en las redes sociales, en los diferentes grupos y sectores de construcción

Elaborar una cuña radial donde podamos exponer nuestro producto a través de emisoras

Elaborar vallas publicitarias que estén ubicadas en el sector donde está ubicada la empresa, zonas de construcción, competencias y eventos.

Elaboración de un catálogo donde se encontrará la información del producto y la publicidad en redes sociales.

#### **4.3.1 Estrategias De Distribución**

Se utilizará un canal directo de distribución producto - consumidor final para hacer llegar este producto al cliente y aprovechar el momento de compra para conocer la opinión e inquietudes del cliente.

#### **4.3.2 Estrategias De Aprovisionamiento**

Para el manejo de inventarios se tendrá en cuenta la demanda (tipo y comportamiento), el valor y la importancia en el proceso de cada material, las fuentes de suministro, la rotación, el espacio que ocupará en la bodega de almacenaje y el tiempo de entrega. Para lograr establecer un nivel ideal de inventarios se debe hacer unos seguimientos cercanos a cada producto (mármol y madera), por esto cada venta quedará registrada en un software sencillo, donde la información se pueda consultar fácilmente llevando la totalidad de inventario en bodega.

Los convenios con los proveedores se gestionarán por medio de los asesores de venta, el cual se contactan por visitas, telefónicamente o correo electrónico donde mostraran sus portafolios y referencias de cada producto.

Los modos de pago se acordarán con los proveedores a través de consignación a cuenta bancaria de cada proveedor con su confirmación para envío del producto, en los convenios

pago a crédito se realizarán acuerdos con el proveedor el cual realizan descuentos del 15% o el 20% por el pago oportuno.

#### **4.3.3 Estrategias De Servicio**

Gestionar la relación con los clientes y potenciales clientes, clasificándolos a partir de los datos que sean recibidos al realizar compras ya sea directamente en la empresa, online o compras por llamadas.

Las compras por llamadas telefónicas posteriormente permitirán hacer seguimiento constante a los clientes; así aprovechar para obtener la mayor información y almacenarla en bases de datos

Ofrecer descuentos en sus compras al mayor a cambio de información importante sobre posibles clientes

Para efectos de facilitar el proceso de comercialización se utilizará un vehículo que permita la entrega del producto de manera eficaz y eficiente al cliente en el momento en que éste así lo requiera.

#### 4.3.4 competidores

Tabla No 1

| EMPRESA   | ¿Quiénes son?   |
|---|---|
| <p>CORONA</p>                | <p>Corona es líder en el sector de la remodelación y construcción en Colombia y un sólido competidor en otros países.</p>   |
| <p>HOME CENTER</p>           | <p>Sodimac como se conoce es una empresa con alto liderazgo en el mercado del mejoramiento de hogar. Su actividad se focaliza en desarrollar y proveer soluciones a los proyectos de remodelación y construcción de sus clientes.</p> |
| <p>EASY</p>                  | <p>Easy es una megatienda del hogar y construcción a nivel nacional, especializada en servicios para la construcción, remodelación y equipamiento de la casa.</p>   |
| <p>CARPINTEROS</p>           | <p>Carpinteros.co es una plataforma publicitaria online a nivel nacional que busca destacar a los mejores carpinteros de Colombia, asesorándolos en nuevas tecnologías y ventas.</p>  |
| <p>KOKKEN</p>                | <p>Empresa que diseña y fabrica de acuerdo al espacio, adaptándose a las necesidades, crean muebles que no solo tengan una apariencia atractiva, sino que también sean funcionales.</p>   |
| <p>TRAZO &amp; SPAZIO</p>   | <p>Empresa colombiana a nivel local (Bogotá) que diseña, fabrica, instala y comercializa diferentes tipos de muebles entre ellos cocinas integrales, la empresa muestra su compromiso social con el medio ambiente.</p>               |
| <p>SPACIOS INTEGRALES</p>  | <p>Empresa colombiana especializada en diseño, fabricación, e instalación de mobiliario arquitectónico. Hoy por hoy el proyecto de emprendimiento se ha enfocado en ofrecer perspectivas diferenciadoras.</p>                         |
| <p>ARTHER</p>              | <p>Empresa con 15 años de experiencia en diseño, producción y comercialización. Esta empresa se especializa en diseñar muebles clásicos así como abstractos y modernos.<br/>Empresa a nivel local.</p>                                |
| <p>TECNI - COCINAS</p>     | <p>Una empresa colombiana con 22 años de experiencia, cuentan con planta de fabricación y sala de exhibición propia. Amplia experiencia en el sector y mínimos niveles de rotación.</p>   |

Fuente. Autor

**Análisis de la competencia.** Con el fin de realizar el análisis y la comparación correspondiente de la competencia se tuvieron en cuenta empresas tanto al ámbito local como a nivel nacional que diseñen, fabriquen o comercialicen este producto. Todas se enfocan en una rotunda satisfacción del cliente y respecto a los precios todas difieren con base a la necesidad y deseo del cliente, tal como lo es el tipo, el modelo, el estilo, el color y el tamaño.

Empresas como lo son Corona, Sodimac o Easy que son grandes contribuyentes que, aunque directamente no fabrican estos muebles, asesoran y prestan el servicio de instalación de los muebles a los clientes que los requieran, es por eso por lo que son de los competidores más fuertes que existen actualmente, también porque el portafolio de productos es mucho más amplio y así mismo poseen un gran porcentaje en la torta de mercado.

La empresa Carpinteros.co es una empresa web que busca dar un apoyo a muchos carpinteros que trabajan de forma individual o posean micro empresa a conseguir proyectos o trabajos los cuales les sirven para hacerse a conocer por este medio online.

Las otras empresas nombradas en el cuadro anterior, son empresas que se ubican en la ciudad de Bogotá y son la competencia directa de la empresa CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS ya que diseñan, fabrican y comercializan los muebles para cocinas integrales y que poseen ya unos clientes fijos, esto les permite tener estabilidad y lo han demostrado por los años que ya llevan en el mercado y que a su vez les ha permitido expandirse a los alrededores de la ciudad y en algunos casos en otras ciudades del país.

CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS a pesar de ser una micro empresa y querer iniciar e integrar este nicho de mercado contará con dar ese valor agregado de ofrecer un paquete completo en cuento a la cajonería y mesón y a su vez asesorará y prestará servicios de instalación con gran calidad como sus competidores.

#### **4.3.5 proveedores**

Los proveedores son clave en la elaboración de productos de calidad y en el desarrollo de una cadena productiva sustentable.

Los proveedores para este negocio son sumamente importantes, tal y como lo son en todos los negocios o proyectos, ya que juegan un papel indispensable en desarrollo, crecimiento y auge del mismo por ser partícipes activos de las estrategias de la empresa para el cumplimiento de objetivos.

Para la línea de productos de muebles de madera para cocinas integrales los proveedores deben ser grandes contribuyentes ya que esto garantiza calidad y cumplimiento frente a temas legales como ya se ha venido hablando, proveedores que cumplan los requisitos de



tratamiento de la madera como materia prima. Algunos factores o puntos para tener en cuenta en la elección de estos proveedores son:

Experiencia en el mercado

Calidad en la materia prima y su tratamiento

Puntualidad de entrega

Precio y facilidad de negociar

Garantía y respaldo

Ubicación en Bogotá

En seguida se describirán a los proveedores que cumplen o todos o la mayoría de los requisitos o factores, la ubicación en Bogotá es el requisito más difícil de encontrar puesto que como se mencionó en las cinco fuerzas de Porter, los proveedores son pocos los que manejan y contralan dicha materia prima, que, aunque pueden existir más estos proveedores dan seguridad de calidad en todos los factores, los principales proveedores son:

Maderformas. Ubicada en la ciudad de Bogotá y fundada oficialmente en el 2003 ha trabajado el arte de la madera alrededor de 50 años, extraen la madera y las procesan en su propia planta.

Fedemaderas. Ubicada en la ciudad de Bogotá, es una compañía que representa el sector forestal, maderero y mobiliario del país. Creada en 2003, es una de las más importantes a nivel nacional ya que hace parte del pacto legal de la madera y la sociedad de agricultores de Colombia.

Madepinos. Ubicada en la ciudad de Medellín es una empresa que funciona a nivel nacional que comercializa madera para diferentes construcciones con altos estándares de calidad y 30 años de experiencia en el mercado.

Madecentro. Ubicada en la ciudad de Medellín – oficina administrativa y que cuenta con más de 100 puntos de ventas alrededor del país, comercializa la madera para sus diferentes usos.

Acemar. Fundada en 1958 y con sede principal en la ciudad de Bogotá, es una empresa a nivel internacional que también cuenta con sedes en Panamá, Ecuador y Perú. Tradicionalmente ha ofrecido una amplia gama de triplex contrachapados y aglomerados de alta calidad.

Granitos y Mármoles SA: ubicada en la ciudad de Bogotá con más de 50 años de experiencia en el campo de piedras (granito y mármol) para la transformación de los mesones que sirven para cocinas integrales entre otras líneas como enchape de baños de pisos, paredes y figuras.

Adicionalmente, por medio de páginas de internet como lo son CyberDays o MercadoLibre, se encuentran ofertas con diferentes precios para la adquisición de la materia prima, que bien se pueden tomar en cuenta, pero con una mayor revisión.

## **5. JUSTIFICACION DEL PROYECTO**

Esta necesidad surge por la poca participación que se tiene en el mercado de muebles de madera para cocinas integrales, se requiere una línea de producción de estos muebles que vaya a la par de los mesones, esto con el fin de ofrecer un producto más completo, teniendo como valor agregado la calidad y cumplimiento que la empresa garantiza a sus clientes. Además, esta propuesta va acompañada de unos diseños novedosos y versátiles que se acomodan a los diferentes gustos de los clientes y que se adaptarán al presupuesto de los mismos y a las necesidades de los clientes con el fin de lograr el objetivo y satisfacción del producto y servicio que se prestara.

## 6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 6.1 MISION

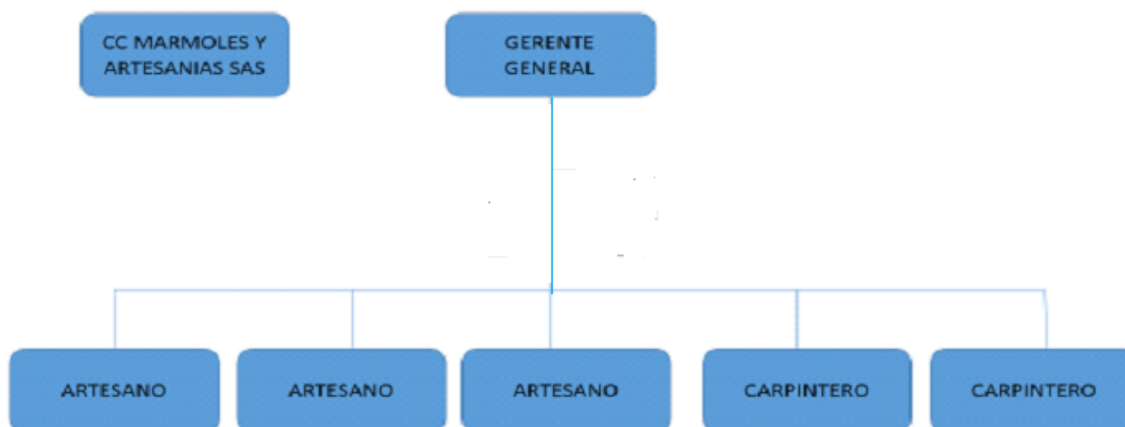
Somos una microempresa dedicada a la instalación de cocinas integrales en mármol, granito y madera. Identificándonos por un servicio personalizado y su vez de calidad comprometidos para la satisfacción de nuestros clientes.

### 6.2 VISIÓN

Ser una empresa líder y reconocida en el año 2021 en el gremio de mármoles específicamente en la instalación de cocinas integrales, proporcionando la mejor opción para brindar confianza y satisfacciones de nuestros clientes y el crecimiento de nuestra empresa en la ciudad de Bogotá.

### 6.3 ORGANIGRAMA

Grafica No 4



**6.4 ANALIZAR EL PERSONAL QUE SE DESEMPEÑARA EN LA ORGANIZACIÓN DESDE LA VINCULACION, SELECCIÓN, ENTRENAMIENTO, PUESTO DE TRBAJO Y DESEMPEÑO**

**Grafica No 5**

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p><b>DOFA</b></p>   | <p><b>Fortalezas</b><br/>         1. capacitación y apropiado entrenamiento para los proceso<br/>         2. Se cuenta con personal, comprometido y dispuesto a innovar en pro de la empresa.<br/>         3. Se posee la infraestructura necesaria para implementar la estructura organizacional<br/>         4. Incentivos monetarios por desempeño</p> | <p><b>Debilidades</b><br/>         1. baja implementación de buenas prácticas en salud ocupacional<br/>         2. No aplican los procesos adecuados en la selección del personal<br/>         3. Poca supervisión en el área de carga, descarga de materiales<br/>         4. falta de sistematización<br/>         5. excesivo cargo de trabajo por empleado</p> |
| <p><b>Oportunidades</b><br/>         1. oferta continua de candidatos en el mercado<br/>         2. Adquisición o elaboración de un software que controle y maneje el inventario de la empresa.<br/>         3. Crecimiento sostenible de la demanda en el mercado</p> | <p>Brindar capacitaciones al personal sobre manejo de herramientas y materiales con los cuales se trabajará<br/>         Aprovechar la competitividad del personal<br/>         Aumentar las ventas para maximizar la eficiencia del personal</p>   | <p>Contratación de personal para mejor distribución de funciones<br/>         Realizar investigación de mercado para saber qué características exigir en el personal para brindar un mejor servicio<br/>         Elaborar los perfiles y funciones de cada cargo</p>   |
| <p><b>Amenazas</b><br/>         1. Candidatos disponibles no tienen la suficiente experiencia<br/>         2. Pérdida de clientes por demora en superar su expectativa (Clientes insatisfechos)<br/>         3. falta de seguimiento a las recomendaciones</p>         | <p>Ofrecer un servicio de excelente calidad para superar la expectativa del cliente y este conserve una buena imagen y desee volver a hacer uso del servicio prestado.<br/>         Motivar el ingreso a la empresa de personas con experiencia a través de compensaciones<br/>         Realizar un listado de necesidades que se presente en</p>         | <p>Implementar un programa de salud ocupacional<br/>         Establecer procedimientos de recolección de información para conocer el grado de satisfacción del personal y sus necesidades</p>  |

|  |  |  |
|--|--|--|
| y sugerencias<br>brindadas del cliente | cada una de las áreas de la<br>empresa |  |
|--|--|--|

## 6.5 TAMAÑO DE LA EMPRESA

La empresa a constituir será una microempresa, sus instalaciones serán en una bodega la cual se adecuará con las medias pertinentes para el buen funcionamiento de esta. De acuerdo a la ley 905 de agosto 2 de 2004 se catalogan microempresas la planta de personal no superior a (10) diez trabajadores y que sus activos totales por valor sean inferiores a quinientos (500) SMMLV. CC MARMOLES Y ARTESANIAS cuenta con 7 trabajadores y sus activos no sobrepasan lo estipulado por la ley.

## 6.6 NORMATIVIDAD

Se establecerá como sociedad por acciones simplificadas (SAS) puesto que será una sociedad de capital constituida por una persona jurídica quien es el gerente general.

Las S.A.S o Sociedades por Acciones Simplificadas fueron introducidas en la legislación colombiana con la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008, con el fin de simplificar y crear nuevas estructuras jurídicas que se adapten a las necesidades y diferentes escenarios empresariales. Por su versatilidad, facilitan la creación de empresas que requieran un amplio campo de maniobra para su viabilidad financiera y operativa, contribuyendo así al crecimiento y desarrollo económico del país.

Las principales características de la S.A.S son:

- Tipo societario autónomo
- Naturaleza comercial
- Sociedad de capitales
- Accionistas responden hasta el monto de sus aportes
- Estructura de gobierno flexible

- Estructura de capitalización flexible
- Simplificación de los trámites de constitución
- Prohibición de acceder al mercado público de valores

### **6.6.1 Leyes ambientales**

Ley General Ambiental de Colombia LEY 99 DE 1993 (diciembre 22) Diario Oficial No. 41.146, de 22 de diciembre de 1993 Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras disposiciones.

Previa consulta con las organizaciones más representativas de empleadores y de trabajadores interesadas, y con base en una evaluación de los riesgos que existen para la salud y de las medidas de seguridad aplicadas, todo Miembro que ratifique el presente Convenio podrá excluir determinadas ramas de actividad económica o determinadas empresas de la aplicación de ciertas disposiciones del Convenio, cuando juzgue innecesaria su aplicación a dichos sectores o empresas.

LEY 685 DE 2001 (agosto 15) por la cual se expide el Código de Minas y se dictan otras disposiciones. El presente Código tiene como objetivos de interés público fomentar la exploración técnica y la explotación de los recursos mineros de propiedad estatal y privada; estimular estas actividades en arden a satisfacer los requerimientos de la demanda interna y externa de los mismos y a que su aprovechamiento se realice en forma armónica con los principios y normas de explotación racional de los recursos naturales no renovables y del ambiente, dentro de un concepto integral de desarrollo sostenible y del fortalecimiento económico y social del país.

El Presidente de la República de Colombia, en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política, el artículo 48 de la Ley 9ª de 1989, el artículo 99 y el numeral 3 del artículo 101 de

la Ley 388 de 1997, el párrafo del artículo 7° y el artículo 9° de la Ley 810 de 2003 y el artículo 108 de la Ley 812 de 2003

## **Decreto 564**

### Licencia urbanística

Es la autorización previa, expedida por el curador urbano o la autoridad municipal o distrital competente, para adelantar obras de urbanización, parcelación, loteo o subdivisión de predios; de construcción, ampliación, adecuación, reforzamiento estructural, modificación, demolición de edificaciones, y para la intervención y ocupación del espacio público, en cumplimiento de las normas urbanísticas y de edificación adoptadas en el Plan de Ordenamiento Territorial, en los instrumentos que lo desarrollen o complementen y en las leyes y demás disposiciones que expida el Gobierno Nacional.

Parágrafo. Las licencias urbanísticas y sus modalidades podrán ser objeto de prórrogas y modificaciones.

Se entiende por prórroga de la licencia la ampliación del término de vigencia de la misma.

Se entiende por modificación de la licencia, la introducción de cambios urbanísticos, arquitectónicos o estructurales a un proyecto con licencia vigente, siempre y cuando cumplan con las normas urbanísticas y de edificación y no se afecten espacios de propiedad pública.

### Artículo 2° Clases de licencias

Las licencias urbanísticas serán de:

Urbanización.

Parcelación.

Subdivisión.

Construcción.

Intervención y ocupación del espacio público

## **6.6.2 Ley tributaria**

Con la expedición de la Ley 1819 del 2016 se dio un vuelco al panorama tributario nacional. Tras su aprobación, independientemente de la polémica, la industria maderera necesita conocer con claridad los cambios que la afectan directamente; la reforma trae aspectos tanto positivos como negativos para el sector que valen la pena analizar.

En suma, la Ley 1819 de 2016 marca un nuevo escenario de impuestos para Colombia y, por supuesto, para el sector, representa un antes y un después tributario. Por ello, la Revista M&M, con la asesoría de la Federación Nacional de Industriales de la Madera (Fedemaderas), a continuación, expone algunos puntos de la reforma considerados relevantes y que tienen impacto directo en el negocio maderero.

### **6.6.3 Leyes laborales**

LEY 100 DE 1993 (diciembre 23) Diario Oficial No. 41.148 de 23 de diciembre de 1993  
Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.

Modificado por la Ley 1562 de 2012, publicada en el Diario Oficial No. 48.488 de 11 de julio de 2012, "Por la cual se modifica el Sistema de Riesgos Laborales y se dictan otras disposiciones en materia de Salud Ocupacional

Modificada por el Decreto 4465 de 2011, publicado en el Diario Oficial No. 48.264 de 25 de noviembre de 2011, "Por el cual se adopta un mecanismo transitorio para garantizar la afiliación al Régimen Contributivo del Sistema General de Seguridad Social en Salud

LEY 50 DE 1990

(diciembre 28)

“Por la cual se introducen reformas al Código Sustantivo del Trabajo y se dictan otras disposiciones.”

La continuada subordinación o dependencia del trabajador respecto del empleador, que faculta a éste para exigirle el cumplimiento de órdenes, en cualquier momento, en cuanto al modo, tiempo o cantidad de trabajo, e imponerle reglamentos, la cual debe mantenerse por todo el tiempo de duración del contrato. Todo ello sin que afecte el honor, la dignidad y los derechos mínimos del trabajador en concordancia con los tratados o convenios



internacionales que sobre derechos humanos relativos a la materia obliguen al país; y un salario como retribución del servicio.

| <b>PROYECCIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE PRODUCCIÓN</b> |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>NÓMINA PARA EL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN</b>          |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|   | <b>AÑO 1</b>       | <b>AÑO 2</b>       | <b>AÑO 3</b>       | <b>AÑO 4</b>       | <b>AÑO 5</b>       | <b>TOTAL</b>       |
| <b>Sueldos Basicos</b>                                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| GERENTE GENERAL   | 48.000.000         | 49.584.000         | 51.220.272         | 52.910.541         | 54.656.589         | 256.371.402        |
| ARTESANO  | 18.000.000         | 18.594.000         | 19.207.602         | 19.841.453         | 20.496.221         | 96.139.276         |
| ARTESANO  | 18.000.000         | 18.594.000         | 19.207.602         | 19.841.453         | 20.496.221         | 96.139.276         |
| ARTESANO  | 18.000.000         | 18.594.000         | 19.207.602         | 19.841.453         | 20.496.221         | 96.139.276         |
| CARPINTERO  | 14.400.000         | 14.875.200         | 15.366.082         | 15.873.162         | 16.396.977         | 76.911.421         |
| CARPINTERO  | 14.400.000         | 14.875.200         | 15.366.082         | 15.873.162         | 16.396.977         | 76.911.421         |
| <b>Total Sueldos</b>                                      | <b>116.400.000</b> | <b>120.241.200</b> | <b>124.209.160</b> | <b>128.308.062</b> | <b>132.542.228</b> | <b>621.700.649</b> |
| <b>Prestaciones</b>                                       |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| Cesantía (mes)  | 9.699.961          | 10.020.060         | 10.350.722         | 10.692.296         | 11.045.141         | 51.808.180         |
| Intereses de Cesantía (mes)                               | 97.000             | 100.201            | 103.507            | 106.923            | 110.451            | 518.082            |
| Vacaciones (mes)  | 4.853.880          | 5.014.058          | 5.179.522          | 5.350.446          | 5.527.011          | 25.924.917         |
| Prima de Servicios (mes)                                  | 9.699.961          | 10.020.060         | 10.350.722         | 10.692.296         | 11.045.141         | 51.808.180         |
| <b>Total Prestaciones Sociales mes</b>                    | <b>24.350.802</b>  | <b>25.154.378</b>  | <b>25.984.473</b>  | <b>26.841.961</b>  | <b>27.727.745</b>  | <b>130.059.359</b> |
| <b>Parafiscales y seguridad social</b>                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| Aporte en Salud Eps (mes)                                 | 9.894.000          | 10.220.502         | 10.557.779         | 10.906.185         | 11.266.089         | 52.844.555         |
| Aporte en Pensión (mes)                                   | 13.968.000         | 14.428.944         | 14.905.099         | 15.396.967         | 15.905.067         | 74.604.078         |
| Arp (mes)   | 931.200            | 961.930            | 993.673            | 1.026.464          | 1.060.338          | 4.973.605          |
| Caja Compensación Familiar                                | 4.486.635          | 4.636.387          | 4.789.388          | 4.947.438          | 5.110.704          | 23.970.552         |
| I.C.B.F.  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| SENA  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| <b>Total aportes Patronales</b>                           | <b>29.279.835</b>  | <b>30.247.763</b>  | <b>31.245.939</b>  | <b>32.277.055</b>  | <b>33.342.198</b>  | <b>156.392.791</b> |
| <b>Auxilio de transporte</b>                              |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| Auxilio de transporte                                     | 4.234.128          | \$ 4.331.513       | \$ 4.474.453       | \$ 4.622.110       | \$ 4.774.639       | 22.436.843         |
| <b>TOTAL ADMINISTRACION</b>                               | <b>170.030.637</b> | <b>175.643.342</b> | <b>181.439.572</b> | <b>187.427.078</b> | <b>193.612.171</b> | <b>908.152.799</b> |

## 7. GASTOS DE PERSONAL

Tabla No 2

| PAGOS ESTIMADOS CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS |                 |                |                 |                 |              |                 |               |               |               |
|--|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|--------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|
| CARGO DESEMPEÑADO                            | SUELDO BASICO   | DIAS TRABAJADO | DEVENGADO       |                 |              |                 | DEDUCIDOS     |               |               |
|  |                 |                | SUELDO          | PRIMA           | AUX. TRANSF  | TOTAL DEVENGADO | PARAFISCALES  |               |               |
|  |                 |                |                 |                 |              |                 |               | PENSION       | SALUD         |
|  |                 |                |                 |                 |              |                 |               | 9.0 %         | 4% 4%         |
| GERENTE GENERAL                              | \$ 4.000.000,00 | 30             | \$ 4.000.000,00 | \$ 2.500.000,00 | \$           | \$ 6.500.000,00 | \$ 585.000,00 | \$ 260.000,00 | \$ 260.000,00 |
| ARTESANO                                     | \$ 1.500.000,00 | 30             | \$ 1.500.000,00 | \$ 750.000,00   | \$ 88.211,00 | \$ 2.250.000,00 | \$ 202.500,00 | \$ 90.000,00  | \$ 90.000,00  |
| ARTESANO                                     | \$ 1.500.000,00 | 30             | \$ 1.500.000,00 | \$ 750.000,00   | \$ 88.211,00 | \$ 2.250.000,00 | \$ 202.500,00 | \$ 90.000,00  | \$ 90.000,00  |
| ARTESANO                                     | \$ 1.500.000,00 | 30             | \$ 1.500.000,00 | \$ 750.000,00   | \$ 88.211,00 | \$ 2.250.000,00 | \$ 202.500,00 | \$ 90.000,00  | \$ 90.000,00  |
| CARPINTERO                                   | \$ 1.200.000,00 | 30             | \$ 1.200.000,00 | \$ 600.000,00   | \$ 88.211,00 | \$ 1.800.000,00 | \$ 162.000,00 | \$ 72.000,00  | \$ 72.000,00  |
| CARPINTERO                                   | \$ 1.200.000,00 | 30             | \$ 1.200.000,00 | \$ 600.000,00   | \$ 88.211,00 | \$ 1.800.000,00 | \$ 162.000,00 | \$ 72.000,00  | \$ 72.000,00  |

**tabla No 3**

### 7.1 DESCRIPCION DE CARGOS

**Tabla No 4**

| <b>CARPINTERO</b>   |
|---|
|   |
|   |
| <b>OBJETIVO DEL CARGO</b>   |
| Fabricar los muebles de madera que soliciten los clientes de manera óptima que cumplan estándares de calidad, productividad y costos, garantizando el cumplimiento del mismo. |
| <b>RESPONSABILIDADES</b>  |
| Cumplir con la producción requerida, optimizar recursos y generar estrategias de mejora.  |
| <b>COMPETENCIAS</b>   |
| <b>EDUCACIÓN</b>  |
| No existe un grado de profesión requerido basta con tener la experiencia y a ver tomados talleres de carpintería que lo certifique.   |
| <b>EXPERIENCIA</b>  |
| Mínimo 1 año de experiencia   |
| <b>HABILIDADES</b>  |
| Excelente comunicación, responsabilidad y toma decisiones.  |
| <b>FORMACIÓN ESPECIFICA</b>   |

|  |
|--|
| <p>Conocimiento en procesos de producción de madera y ERP<br/>(opcional)</p> |
|--|

Fuente. Autor

**Contrato fijo**

- Salario: \$1'200.000 mensuales
- Subsidio de transporte: Si
- Prestaciones: 100%

**Tabla No 5**

|  |
|--|
| <b>ARTESANO</b>  |
|  |
| <b>OBJETIVO DEL CARGO</b>  |
| Trabajar las piedras de mármol y granito moldeando adecuadamente para la instalación y así las solicitudes de los clientes se den de manera óptima cumpliendo estándares de calidad, productividad y costos, garantizando el cumplimiento del mismo. |
| <b>RESPONSABILIDADES</b>   |
| Cumplir con la producción requerida, optimizar recursos y generar estrategias de mejora.   |
| <b>COMPETENCIAS</b>  |
| <b>EDUCACIÓN</b>   |
| No existe un grado de profesión requerido basta con tener la experiencia y a ver tomados talleres de carpintería que lo certifique.  |
| <b>EXPERIENCIA</b>   |
| Mínimo 1 año de experiencia  |
| <b>HABILIDADES</b>   |
| Excelente comunicación, responsabilidad y toma decisiones.   |
| <b>FORMACIÓN ESPECIFICA</b>  |
| Conocimiento en procesos de tallado y molduras de producción   |

**Contrato fijo**

- Salario: \$1'500.000 mensuales

- Subsidio de transporte: Si
- Prestaciones: 100%

**Tabla No 6**

|  |  |
|--|--|
| <b>GERENTE GENERAL</b>   |  |
|  |  |
| <b>OBJETIVO DEL CARGO</b>  |  |
| Encargado de conseguir clientes, estrategias de planificación, dirección y control de la microempresa, diseñar estrategias de marketing, toma de decisiones, supervisión del persona |  |
| <b>RESPONSABILIDADES</b>   |  |
| Lograr efectividad de las funciones asignadas contribuyendo al desarrollo y pro de la microempresa, optimizando recursos y generar estrategias de mejora.                            |  |
| <b>COMPETENCIAS</b>  |  |
| <b>EDUCACIÓN</b>   |  |
| Título profesional ingeniería industrial, administración de empresas, especialización en mercados, gerencia de proyectos o finanzas  |  |
| <b>EXPERIENCIA</b>   |  |
| Mínimo 3 año de experiencia  |  |
| <b>HABILIDADES</b>   |  |
| Comunicación asertiva, responsabilidad y toma decisiones.<br>Liderazgo, emprendedor  |  |
| <b>FORMACIÓN ESPECIFICA</b>  |  |
| Conocimiento de trato de personal y de gestión de finanzas   |  |

**Contrato fijo**

- Salario: \$4'000.000 mensuales
- Subsidio de transporte: Si
- Prestaciones: 100%

### 7.1.2 FORMATO PARA CONTRATO A TÉRMINO FIJO Y PARA CONTRATO A TÉRMINO INDEFINIDO

..... (Nombre del empleador), identificado con cédula de ciudadanía No. ...., ..... (Actuando a nombre propio o como representante legal de..... identificado con el NIT. No. ....), domiciliado en..... (Municipio), quien en adelante se denominará EMPLEADOR y..... (Nombre del trabajador) identificado con cédula de ciudadanía No. ...., residente en..... (Municipio), quien en adelante se denominará TRABAJADOR, acuerdan celebrar el presente CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO A TÉRMINO..... (Fijo o indefinido) (a), por un periodo de..... (.....) (Días, meses, años) que se regirá por las siguientes cláusulas: PRIMERA. - OBJETO: El EMPLEADOR contrata los servicios personales del TRABAJADOR, para..... (Describir la actividad que se va a desarrollar) y los que se deriven de estas labores. PARÁGRAFO. - El TRABAJADOR acepta los cambios de labores decididos por el EMPLEADOR siempre que sus condiciones laborales se mantengan. SEGUNDA. - INICIACIÓN Y JORNADA DE TRABAJO: El TRABAJADOR iniciará labores a partir de..... (Día, mes, año), con una jornada laboral ordinaria de..... (b), que se podrán distribuir de la forma permitida por el artículo 164 del Código Sustantivo del Trabajo. TERCERA. - LUGAR DE TRABAJO: El lugar de trabajo será en..... (Nombre y dirección del lugar de trabajo) de la ciudad de....., y puede ser modificado por acuerdo entre las partes, siempre que las condiciones laborales del trabajador no sufran desmejora o se disminuya su remuneración o le cause perjuicio. CUARTA. - SALARIO: El TRABAJADOR devengará..... M/C (\$.....), pagaderos en..... (c), que incluye la remuneración de los descansos dominicales y festivos. QUINTA. - OBLIGACIONES: El TRABAJADOR deberá cumplir con las

siguientes obligaciones: a) Colocar al servicio del EMPLEADOR su capacidad normal de trabajo, de manera exclusiva en el desempeño de las funciones encomendadas y en las labores conexas, según ordenes e instrucciones del empleador o sus representantes. b) Trabajar durante la vigencia del presente contrato única y exclusivamente al servicio del EMPLEADOR. c) Cumplir con la jornada de trabajo dentro de los turnos y horario señalado por el EMPLEADOR. d) Las demás consagradas en el artículo 58 del Código Sustantivo del Trabajo. SEXTA. - TRABAJO EXTRA, EN DOMINICALES Y FESTIVOS: El trabajo suplementario o en horas extras, así como el trabajo en domingo o festivo en los que deba concederse descanso, será remunerado conforme a la Ley, al igual que los respectivos recargos nocturnos. Es de advertir que dicho trabajo debe ser autorizado por el empleador o sus representantes, para efectos de su reconocimiento. SÉPTIMA. - JUSTAS CAUSAS PARA DESPEDIR: Son justas causas para dar por terminado unilateralmente el presente contrato, por cualquiera de las partes, las expresadas en los artículos 62 y 63 del Código sustantivo del Trabajo. OCTAVA. - PERIODO DE PRUEBA: (OPCIONAL) Acuerdan las partes fijar como periodo de prueba los primeros..... (.....) (días o meses) (d) a partir de la vigencia de este contrato. Durante este periodo las partes pueden dar por terminado unilateralmente el contrato. En el caso de existir prórroga o nuevo contrato entre las partes se entiende que no existirá para esto nuevo periodo de prueba. .... NOVENA. - AVISO DE TERMINACIÓN UNILATERAL DEL CONTRATO: Cualquiera de las partes puede dar por terminado el contrato dando aviso a la otra con una anticipación mayor a treinta (30) días de la fecha de vencimiento del periodo contratado. En caso de no producirse tal aviso, o de hacerlo en un término inferior al establecido, la parte que termina el contrato deberá a la otra, a título de indemnización, el equivalente a treinta (30) días de salario o proporcional al tiempo que falte. DECIMA. - PRORROGA: Si el aviso de terminación unilateral del contrato no se da o se da con una anticipación menor a treinta (30) días el contrato se prorroga por un periodo igual a la inicial, siempre que subsistan las causas que lo originaron y la materia del trabajo. DECIMA PRIMERA. - El presente contrato reemplaza y deja sin efecto cualquier otro contrato verbal o escrito, que se hubiera celebrado entre las partes con anterioridad. DECIMA SEGUNDA. - Cualquier modificación al presente contrato debe efectuarse por escrito y anexarse a este documento

Para constancia se firma por las partes, en la ciudad de..... (Municipio) a los...días del mes de..... De 200....

EMPLEADOR

\_\_\_\_\_  
C. C. No.

TRABAJADOR

\_\_\_\_\_  
C. C. No.

(a) El contrato de trabajo no estipulado a término fijo, o cuya duración no esté determinada por la de la obra o la naturaleza de la labor contratada, o no se refiera a un trabajo ocasional o transitorio, será contrato a término indefinido

(b) La jornada de trabajo ordinaria no puede ser mayor a ocho (8) horas diarias y cuarenta y ocho (48) semanales. (Excepto trabajadores con cargos de dirección, confianza o manejo, trabajadores de servicio doméstico y que ejerciten actividades intermitentes o de vigilancia si reside el lugar de trabajo)

(c) Ningún trabajador puede devengar menos del salario mínimo legal y si labora menos de ocho (8) horas diarias su salario será proporcional al tiempo trabajado.

Se debe determinar en el contrato la forma (mensual, quincenal, etc.) y el lugar en que deberá hacerse el pago

(d) El Periodo de prueba puede ser hasta de dos (2) meses y en contratos inferiores a un (1) no podrá ser superior a una quinta (1/5) parte del termino pactado

Prestaciones sociales en el periodo de prueba: salario, auxilio de transporte, afiliación a la seguridad social, cesantías.

## 7.2 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

### Arrendamiento de bodega

En primer lugar, se debe arrendar una bodega donde se llevará a cabo el trabajo y almacenamiento de materiales. Se cotiza una bodega la cual estará arrendada por valor de \$ 580.000 mensuales la cual ya incluye los servicios utilizados como lo son el agua y la luz, se hace un incremento promedio del IPC promedio de 4.5% anual para obtener el valor de los siguientes años, la línea de producción tendrá una participación para este gasto del 25% del arriendo total del mes y su gasto total será multiplicado por el número de meses en el año.

|                 | AÑO 1     | AÑO 2     | AÑO 3     |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|
| Arriendo (fijo) | \$580.000 | \$606.100 | \$633.375 |

### 7.3 Formato de arrendamiento de bodega

#### CONTRATO DE ARRENDAMIENTO PARA BODEGA

Lugar y fecha del contrato: \_\_\_\_\_.

Arrendador: \_\_\_\_\_.

Arrendatario: \_\_\_\_\_...

Coarrendatario(s) \_\_\_\_\_.

Objeto: Conceder el goce de un inmueble que consta de \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_.

Linderos: \_\_\_\_\_

Canon: \_\_\_\_\_.

Pesos (\$ \_\_\_\_\_...) m/cte. mensuales, pagaderos dentro de los \_\_\_\_\_... (\_\_\_\_\_)

días de cada período mensual, al arrendador o a su orden. Avalúo catastral:



\_\_\_\_\_.  
Certificado N° \_\_\_\_\_... (Leyes 14 de 1983 y 56 de 1985).

Término de duración: \_\_\_\_\_

Fecha de iniciación: \_\_\_\_\_.

Servicios de: \_\_\_\_\_

Por cuenta de: \_\_\_\_\_.

Además de las anteriores estipulaciones, el arrendador y el arrendatario convienen las siguientes:

Primera. Pago, oportunidad y sitio. El arrendatario se obliga a pagar el canon acordado dentro de los plazos previstos en \_\_\_\_\_. El canon se reajustará anualmente en la proporción máxima que autorice el gobierno, en principio en el 90% del incremento del índice de precios al consumidor en el año calendario inmediatamente anterior.

Segunda. Mora. La mora por falta de pago de la renta mensual en la oportunidad y forma acordada facultará al arrendador para hacer cesar el arriendo y exigir judicial o extrajudicialmente la restitución del bien.

Tercera. Destinación. -El arrendatario se obliga a usar el inmueble para la vivienda de él y de su familia y no podrá darle otro uso, ni ceder o transferir el arrendamiento sin la autorización escrita del arrendador. El incumplimiento de esta cláusula dará derecho al arrendador para dar por terminado el contrato y exigir la entrega del inmueble o, en caso de cesión o subarriendo, celebrar un nuevo contrato con los usuarios reales, sin necesidad de requerimientos judiciales o privados, a los cuales renuncia el arrendatario.

Cuarta. Recibo y estado. -El arrendatario declara que ha recibido el inmueble objeto de este contrato en buen estado, conforme al inventario que se adjunta, el cual hace parte de este contrato; en el mismo se determinan los servicios, cosas y usos conexos y adicionales. El arrendatario, a la terminación del contrato, deberá devolver al arrendador el inmueble en el mismo estado, salvo el deterioro proveniente del tiempo y uso legítimos.

Quinta. Mejoras. -El arrendatario tendrá a su cargo las reparaciones locativas a que se refiere la ley (C.C., arts. 2028, 2029 y 2030) y no podrá realizar otras sin el consentimiento escrito del arrendador.

Sexta. Obligaciones de las partes.-Son obligaciones de las partes las siguientes:

a) Del arrendador:

1. Entregar al arrendatario en la fecha convenida el inmueble dado en arrendamiento en buen estado de servicio, seguridad y sanidad y poner a su disposición los servicios, cosas o usos conexos y los adicionales aquí convenidos.
2. Mantener en el inmueble los servicios, las cosas y los usos conexos y adicionales en buen estado de servir para el fin convenido en el contrato.
3. Entregar al arrendatario una copia del reglamento interno de propiedad horizontal al que se encuentra sometido el inmueble (ello cuando el inmueble arrendado esté sometido a dicho régimen).
4. Las demás obligaciones consagradas para los arrendadores en el capítulo II, título XXVI, libro 4º del Código Civil (L. 56/85, art. 11).

b) Del arrendatario:

1. Pagar al arrendador en el lugar convenido en la cláusula primera del presente contrato, el precio del arrendamiento. En el evento que el arrendador rehusé recibir en las condiciones y lugar aquí acordado, el arrendatario podrá efectuarlo mediante consignación a favor del arrendador en las instituciones autorizadas por el Gobierno Nacional para tal efecto de acuerdo con el procedimiento legal vigente.
2. Cuidar el inmueble y las cosas recibidas en arrendamiento. En caso de daños o deterioros distintos derivados del uso normal o de la acción del tiempo y que fueren imputables al mal uso del inmueble o a su propia culpa, efectuar oportunamente y por su cuenta las reparaciones o sustituciones necesarias.
3. Cumplir con las normas consagradas en el reglamento de propiedad horizontal al que se encuentra sometido el inmueble arrendado (ello cuando el mismo esté sometido a dicho

régimen), así como con las demás disposiciones que dicte el Gobierno Nacional dirigidas a la protección de los derechos de todos los vecinos.

4. Las demás obligaciones consagradas para los arrendatarios el capítulo III, título XXVI, libro 4° del Código Civil (L. 56/85, art. 12).

Séptima. Terminación del contrato. - Son causales de terminación del contrato en forma unilateral, por parte del arrendador las previstas por el artículo 16 de la Ley 56 de 1985; y por parte del arrendatario las consagradas en el artículo 17 de la misma ley.

Parágrafo. -No obstante, las partes en cualquier tiempo y de común acuerdo podrán dar por terminado el presente contrato (L. 56/85, art. 15).

Octava. Preaviso. -El arrendador podrá dar por terminado el contrato de arrendamiento durante cualquiera de sus prórrogas, mediante preaviso dado al arrendatario con tres meses de anticipación y el pago de la indemnización que prevé la ley (L. 56/85, art. 16, inc. final) Así mismo, el arrendatario podrá dar por terminado unilateralmente el contrato de arrendamiento dentro del término inicial o el de sus prórrogas previo aviso escrito al arrendador, con un plazo no menor de tres meses y el pago de una indemnización equivalente al precio de tres meses de arrendamiento.

Cumplidas estas condiciones el arrendador estará obligado a recibir el inmueble; si no lo hiciera, el arrendatario podrá hacer entrega provisional mediante la intervención de la autoridad administrativa competente, sin perjuicio de acudir a la acción judicial correspondiente.

Parágrafo. -No habrá lugar a la indemnización si el aviso de terminación por parte del arrendatario se refiere al término estipulado en este contrato (L. 56/85, art. 17, inc. final).

Novena. Cláusula penal. -El incumplimiento por cualquiera de las partes de las obligaciones derivadas de este contrato la constituirá en deudora de la otra por la suma de \_\_\_\_\_ a título de pena sin menos cabo del canon y de los perjuicios que pudieren ocasionarse como consecuencia del incumplimiento.

Décima. Linderos. -El arrendador podrá llenar el espacio correspondiente a la

determinación de los linderos del inmueble objeto del presente contrato.

Décima primera. Gastos. -Los gastos que cause este instrumento serán a cargo de \_\_\_\_\_.

Décima segunda. Coarrendatario(s). - Para garantizar al arrendador el cumplimiento de sus obligaciones, el arrendatario tiene como coarrendatario (o como sus coarrendatarios) a \_\_\_\_\_ mayor(es) y vecino(s) de \_\_\_\_\_ identificado(s) con \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ quien(es) declaran que se obligan solidariamente con el arrendador durante el término de duración del contrato y el de sus prórrogas y portando el tiempo que permanezca el inmueble en poder de éste.

Decimotercera. Cláusula compromisoria. -Las partes convienen que en el evento en que surja alguna diferencia entre las mismas, por razón o con ocasión del presente contrato, será resuelta por un tribunal de arbitramento cuyo domicilio será \_\_\_\_, integrado por \_\_ árbitros designados conforme a la ley.

En constancia de lo anterior se firma por las partes el día \_\_\_\_ de \_\_\_\_ Dos Mil \_\_\_\_

Cláusulas adicionales:

Arrendador: \_\_\_\_\_ C.C. N° \_\_\_\_\_ Arrendatario:

\_\_\_\_\_ C.C. N° \_\_\_\_\_

Testigo: \_\_\_\_\_ C.C. N° \_\_\_\_\_

### **Gastos de personal**

| <b>CARGO DESEMPEÑADO</b> | <b>SUELDO BASICO</b> | <b>DIAS TRABAJADOS</b> |
|--------------------------|----------------------|------------------------|
| GERENTE GENERAL          | \$ 4.000.000,00      | 30                     |
| ARTESANO                 | \$ 1.500.000,00      | 30                     |
| ARTESANO                 | \$ 1.500.000,00      | 30                     |
| ARTESANO                 | \$ 1.500.000,00      | 30                     |
| CARPINTERO               | \$ 1.200.000,00      | 30                     |
| CARPINTERO               | \$ 1.200.000,00      | 30                     |
| TOTAL                    | \$ 10.900.000,00     |                        |

Para la empresa serán aquellos que ayuden a la publicidad de la empresa como lo son las tarjetas de presentación las cuales son unos de los principales medios de publicidad, el gasto de estas tarjetas no es muy alto y la duración que tienen las tarjetas depende del uso que le de la empresa. La empresa invertirá \$100.000 al año para dichas tarjetas de presentación.

### **7.4 ADQUISICIÓN DE PRESTAMO**

Para el arranque y puesta en marcha de la microempresa se requiere de capital financiero por lo que lo más viable es solicitar un préstamo ya sea con una entidad bancaria o una compañía financiera. Analizando los gastos de arranque se estima solicitar un préstamo de \$40.000.000 millones.

<https://www.coopcredimax.com/>



Línea Celular : 3227938431  
Línea Celular y Whatsapp: 3212827916  
E-mail: [informacion@coopcredimax.com](mailto:informacion@coopcredimax.com)

|        |                     |            |               |          |
|--------|---------------------|------------|---------------|----------|
| Inicio | Solicita tu Crédito | Portafolio | Quiénes somos | Contacto |
|--------|---------------------|------------|---------------|----------|



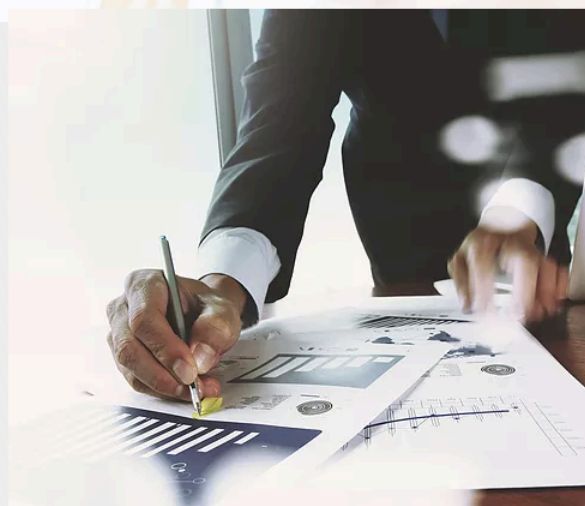
### Solicítalo Ya mismo

|          |                 |
|----------|-----------------|
| Nombre * | Valor Requerido |
| Email *  |                 |
| Teléfono |                 |
| Ciudad   |                 |

[Solicitar](#)

Línea Celular : 3227938431, Whatsapp: 3212827916 Calle 146 #13-76, Bogotá Colombia, Barranquilla, Colombia y con sucursales de entrega de dinero en todo el País

**Nuestro Interés Fijo es del 0.5% mensual para cualquier línea de crédito, menos para compra de Vivienda.**



## Estamos aquí para el préstamo que esté buscando.

Su mejor opción para solicitar su crédito, ya que la **Compañía Financiera CoopCrediMax SAS** es una compañía legalmente constituida para brindar confiabilidad de nuestros procesos, confíe en nosotros, nos gusta satisfacer las necesidades de nuestros clientes y nuestro objetivo es hacerlo con excelencia, ya que es importante que usted reciba lo que espera de nosotros.

Somos lo mejor en su **Compañía Financiera CoopCrediMax SAS** cualquier duda o consulta que usted tenga por favor escribanos un mensaje a través de nuestro formulario de contacto o con nuestros asesores por vía telefónica en un tiempo no menor de 24 horas.

Nuestros préstamos le brindan el respaldo que su necesidad está buscando con préstamos para que efectúe sus pagos fácilmente con cuotas fijas y con los lineamientos legales en Colombia.

- Cuotas fijas mensuales.
- Tasa máxima anual (TAE) del 6%
- Plazo de 6 a 120 meses según el monto de dinero aprobado.
- Préstamos desde \$ 2.000.000 de pesos.
- La evaluación de crédito no tiene ningún costo, ni penalidades.
- Desembolso inmediato
- Interés fijo de 0.5%

OBTenga RESPUESTA DE SU SOLICITUD EN UN PERIODO DE 12 A 48 HORAS DESPUÉS DE HABER INGRESADO EN NUESTRA BASE DE DATOS.

## 8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

### 8.1 Ley tributaria

Con la expedición de la Ley 1819 del 2016 se dio un vuelco al panorama tributario nacional. Tras su aprobación, independientemente de la polémica, la industria maderera necesita conocer con claridad los cambios que la afectan directamente; la reforma trae aspectos tanto positivos como negativos para el sector que valen la pena analizar.

En suma, la Ley 1819 de 2016 marca un nuevo escenario de impuestos para Colombia y, por supuesto, para el sector, representa un antes y un después tributario. Por ello, la Revista M&M, con la asesoría de la Federación Nacional de Industriales de la Madera (Fedemaderas), a continuación, expone algunos puntos de la reforma considerados relevantes y que tienen impacto directo en el negocio maderero.

### 8.2 Leyes laborales

LEY 100 DE 1993 (diciembre 23) Diario Oficial No. 41.148 de 23 de diciembre de 1993  
Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.

Modificado por la Ley 1562 de 2012, publicada en el Diario Oficial No. 48.488 de 11 de julio de 2012, "Por la cual se modifica el Sistema de Riesgos Laborales y se dictan otras disposiciones en materia de Salud Ocupacional

Modificada por el Decreto 4465 de 2011, publicado en el Diario Oficial No. 48.264 de 25 de noviembre de 2011, "Por el cual se adopta un mecanismo transitorio para garantizar la afiliación al Régimen Contributivo del Sistema General de Seguridad Social en Salud.

### **8.2.1 LEY 50 DE 1990**

(diciembre 28)

“Por la cual se introducen reformas al Código Sustantivo del Trabajo y se dictan otras disposiciones.”

La continuada subordinación o dependencia del trabajador respecto del empleador, que faculta a éste para exigirle el cumplimiento de órdenes, en cualquier momento, en cuanto al modo, tiempo o cantidad de trabajo, e imponerle reglamentos, la cual debe mantenerse por todo el tiempo de duración del contrato. Todo ello sin que afecte el honor, la dignidad y los derechos mínimos del trabajador en concordancia con los tratados o convenios internacionales que sobre derechos humanos relativos a la materia obliguen al país; y un salario como retribución del servicio.

### **8.3 LEYES COMERCIALES**

DECRETO 410 DE 1971 (marzo 27) Por el cual se expide el Código de Comercio EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA, en ejercicio de las facultades extraordinarias que le confiere el numeral 15 del artículo 20 de la Ley 16 de 1968, y cumplido el requisito allí establecido,

ARTÍCULO 1o. APLICABILIDAD DE LA LEY COMERCIAL. Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas.



### **8.3.1 LEY 1021 DE 2006**

(Abril 20)

Diario Oficial No. 46.249 de 24 de abril de 2006

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

<NOTA DE VIGENCIA: Ley declarada INEXEQUIBLE mediante la Sentencia C-030-08>

Por la cual se expide la Ley General Forestal.

ARTÍCULO 1o. OBJETO DE LA LEY. <Ley declarada INEXEQUIBLE mediante la Sentencia C-030-08> La presente ley tiene por objeto establecer el Régimen Forestal Nacional, conformado por un conjunto coherente de normas legales y coordinaciones institucionales, con el fin de promover el desarrollo sostenible del sector forestal colombiano en el marco del Plan Nacional de Desarrollo Forestal. A tal efecto, la ley establece la organización administrativa necesaria del Estado y regula las actividades relacionadas con los bosques naturales y las plantaciones forestales.

MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE DECRETO 1791 DE 1996 Por medio de la cual se establece el régimen de aprovechamiento forestal EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA, En uso de sus facultades constitucionales y legales y, en especial, las que les confiere el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y el artículo 5o. de la Ley 99 de 1993.

### **8.4 LEYES SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL**

NORMATIVIDAD SOBRE DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL EN COLOMBIA

1. Artículo 61 Constitución Política de Colombia
2. Ley 23 de 1982 Sobre los Derechos de Autor 2.1 Artículo 1 2.2 Artículo 2
3. Ley 44 de 1993 3.1 Capítulo II Artículo 6 3.2 Capítulo IV Artículo 51
4. Ley 599 de 2000 Por la Cual se Expide el Código Penal 4.1 Artículo 270 4.2 Artículo 271 4.3 Artículo 272

## **9. TRAMITES JURIDICOS Y TRIBUTARIOS PARA CREAR UNA EMPRESA**

1. Registrarse como persona natural o jurídica ante la cámara de comercio, las implicaciones tributarias y las responsabilidades jurídicas dependen de la naturaleza del negocio
2. Como régimen simplificado la contabilidad puede llevarse en un libro fiscal y como régimen común facturan el IVA, debe llevarse contabilidad con contador
3. Registro de nombre de la empresa, se consulta la disponibilidad del nombre (homonimia)
4. Clasificación de la actividad económica, donde con una palabra clave se consulta la clasificación con el denominado CIU, trámite que es gratuito en la página web de la CCB.
5. Consulta de la marca donde se observa que la marca que se ha elegido no tenga un registro previo
6. Se descarga, diligencia y organiza los documentos exigidos:
  - formulario RUES
  - estatutos, modelos y guía disponibles en la página web
  - fotocopia de la cedula de ciudadanía de los representantes legales
7. solicite el pre RUT (persona jurídica) y solicitud de la pre matricula mercantil
8. apertura de una cuenta bancaria a nombre de la empresa
9. radicación de documentos en las ventanillas de la CCB
10. pre aprobación, tres días después de radicar documentos verificar en línea la aprobación, en caso de ser aceptados, pida cita en la DIAN pues su empresa esta pre. Aprobada
11. Cumplir cita con la DIAN, solicite su RUT y firma digital, descargue en línea y sincronicela con los datos de la empresa

## **9.1 CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES POR ACCIONES SIMPLIFICADAS (SAS)**

- El trámite debe ser realizado por el representante legal de la sociedad que se pretende constituir y ya debe contar con el registro de pre-RUT en la DIAN. Si no lo ha hecho por favor acceda a los servicio en línea de la DIAN
- Todos los constituyentes de la sociedad deben tener una firma digital (Token virtual - SAS virtual). Esta tiene una validez de 30 días a partir de la descarga de la misma. Se permiten hasta un máximo de 10 constituyentes o accionistas por solicitud.
- Se puede inscribir hasta un establecimiento de comercio, el cual debe ser de propiedad de la sociedad que se está constituyendo.
- El tiempo máximo para realizar el trámite de constitución es de 30 días calendario, contados a partir de la fecha de solicitud.

### **9.1.1 Clasificación de las mí pymes – clasificación de cc mármoles y artesanos sas**

LEY 590 DE 2000

(Julio 10)

Diario Oficial No. 44.078 de 12 de julio 2000

EL CONGRESO DE COLOMBIA

Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empres

Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.

Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los (10) trabajadores;

- b) Activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes

Parágrafo 1. Para la clasificación de aquellas micro, pequeñas y medianas empresas que presten combinación de parámetros de planta de personal y activos totales diferentes a los indicados, el factor determinante para dicho efecto, será el de activos totales.

Parágrafo 2. Los estímulos beneficios planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

## **9.2 CLASIFICACION CIU**

Para consultarlo o actualizarlo usted debe:

Ingresar al portal [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co) – Servicios en línea

Ingresar al servicio: Consulta y actualización de actividad económica

Usted podrá realizar la consulta o actualización de su Código CIU a través de los siguientes criterios de búsqueda:

- Identificación, Nombre o razón social, palabra clave, número de Matrícula Mercantil
- Tenga en cuenta que, para realizar esta consulta, usted debe tener clave de servicios virtuales. Si no la posee o recuerda, haga clic aquí para solicitarla
- Usted también podrá realizar la verificación de su Código CIU o la actualización del mismo en nuestras sedes o en la Red Super CADE.

Nota: Recuerde que la información de su actividad deberá coincidir con la registrada en la DIAN, así como en el Registro Único de Proponentes (RUP) y que esta actualización también debe realizarla en la página web [www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co)

### **9.2.1 REGISTRO DEL CODIGO CIU**

- Registro Mercantil

- Registro de Entidades Sin Ánimo de Lucro (ESAL) – Teniendo en cuenta que a partir del 1 de enero del 2013 deberán realizar su inscripción y/o renovación
- Registro Nacional de Turismo
- Registro de entidades de economía solidaria
- Registro de actividades y juegos de azar.

### **9.2.2 BENEFICIOS DEL CIU**

Los datos que usted suministra para la matrícula o la renovación de su registro mercantil son la principal fuente de información para nuestra base de datos comercial, una herramienta valiosa a través de la cual puede hacer publicidad gratuita de sus productos o servicios, investigar nuevos mercados y ampliar su portafolio de posibles clientes y proveedores.

Otros beneficios:

La Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) le contactará:

- Cuando un comprador extranjero o nacional nos pregunte quién vende el producto o servicio que usted registra.
- Cuando un empresario nacional o extranjero esté interesado en proveer bienes y servicios relacionados con su empresa.
- Cuando la CCB organice encuentros entre compradores y vendedores, nacionales o extranjeros, de la actividad que usted registra.
- Cuando un empresario nacional o extranjero busque colocar su inversión en la producción del bien o servicio que usted describe.

Le enviaremos información acerca de:

- Ferias y misiones nacionales y extranjeras dirigidas a su sector
- Cursos y seminarios relacionados con la actividad que usted realiza
- Los libros y documentos sobre temas de interés para desarrollar su actividad económica.

Usted podrá conocer:

- El mercado potencial de la zona de influencia que a usted le interesa
- Información segmentada de su mercado de acuerdo con los productos y/o servicios que usted ofrece
- El tamaño de su mercado y sus principales características.

### **9.3 CLASIFICACION DE LAS SOCIEDADES LEY 222 DE 1995**

Para la constitución de la empresa es importante saber y ajustarse a las leyes comerciales que están constituidas en Colombia por lo que la ley 222 de 1995 nos muestra a que acogernos y como constituirmos.

LEY 222 DE 20 DE DICIEMBRE DE 1995

Diario Oficial No. 42.156 de 20 de diciembre de 1995

Por la cual se modifica el Libro II del \*Código de Comercio, se expide un nuevo régimen de procesos concursales y se dictan otras disposiciones.

\*Nota de Interpretación: Para mayor información y mejor comprensión de la remisión hecha al Código de Comercio, le sugerimos remitirse a la publicación de nuestro Grupo Editorial Nueva Legislación del mismo nombre.

CONCORDANCIAS:

Resolución Supersociedades No. 3085 de 2007: Por la cual se conforman los grupos de trabajo para atender las funciones jurisdiccionales otorgadas a la Superintendencia de Sociedades por las Leyes 222 de 1995, 446 de 1998, 550 de 1999 y 1116 de 2006. ARTICULO 100. Se tendrán como comerciales, para todos los efectos legales, las sociedades que se formen para la ejecución de actos o empresas mercantiles. Si la empresa social comprende actos mercantiles y actos que no tengan esa calidad, la sociedad será comercial. Las sociedades que no contemplen en su objeto social actos mercantiles, serán civiles.

Desde 2008 existe un nuevo tipo de asociación empresarial, conocido como sociedad por acciones simplificada (SAS).

Desde su entrada en vigencia, el 54% de las empresas que se han creado en Colombia, lo han hecho bajo esa figura. Esta modalidad de empresas permite a los emprendedores simplificar trámites y comenzar su proyecto con un bajo presupuesto. Por ejemplo, las SAS no necesitan revisor fiscal y pueden ser personas naturales o jurídicas.

Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, por ejemplo, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.

- La creación de la empresa es más fácil. Una SAS se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima.

- Las acciones pueden ser de distintas clases y series. Pueden ser acciones ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo o acciones de pago. Es importante aclarar que las acciones de las SAS no pueden negociarse en bolsa.

- No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.

- El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la SAS, no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si las entidades tienen la capacidad para desarrollar determinada transacción.

- El pago de capital puede diferirse hasta por dos años. Esto da a los socios recursos para obtener el capital necesario para el pago de las acciones. La sociedad puede establecer libremente las condiciones en que se realice el pago.

- Por regla general no exige revisor fiscal. La SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.

- Mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales. Existe la posibilidad de pactar un mayor poder de voto en los estatutos sociales o de prohibir la negociación de acciones por un plazo de hasta 10 años.

- Mayor facilidad en la operación y administración. Los accionistas pueden renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión de socios o reunirse por fuera del domicilio social. La SAS no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

- El trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades.

#### **9.4 CONSTITUCIÓN LEGAL DE UNA SAS**

La creación de la SAS se hace por medio de un documento privado, que debe autenticarse por quienes participan en su suscripción e inscribirse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Los tres pasos son:

1. Redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la SAS. Este documento debe incluir: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales; el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades.

2. Autenticar las firmas de las personas que suscriben el documento de constitución. La autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio.



3. Inscribir el documento privado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

#### **9.4.1 REQUISITOS DEL REGISTRO MERCANTIL**

1. Tener como mínimo dos (2) años consecutivos de matriculado en cualquier cámara de comercio.

2. Haber ejercido durante este plazo la actividad mercantil.

3. Haber cumplido de forma permanente con sus obligaciones derivadas de la calidad de comerciante, incluida la renovación oportuna de la Matrícula Mercantil en cada período.

Artículo 33. Renovación de la Matrícula Mercantil - Término para solicitarla.

La matrícula se renovará anualmente, dentro de los tres primeros meses de cada año. El inscrito informará a la correspondiente cámara de comercio la pérdida de su calidad de comerciante, lo mismo que cualquier cambio de domicilio y demás mutaciones referentes a su actividad comercial, a fin de que se tome nota de ello en el registro correspondiente. Lo mismo se hará respecto de sucursales, establecimientos de comercio y demás actos y documentos sujetos a registro.

De conformidad con el artículo 19 del Código de Comercio, los comerciantes, además de matricularse en el Registro Mercantil, deben cumplir con las siguientes obligaciones:

(a) Inscribir en el Registro Mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad, así:

Las personas naturales no deberán inscribir libros de comercio en el Registro Mercantil; las personas jurídicas solo deberán inscribir los libros de Registro de Socios o Accionistas, los Libros de Actas de Asambleas y Actas de Junta de Socios. Las empresas unipersonales de que trata la Ley 222 de 1995 deberán inscribir el libro de actas.

- (b) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales.
- (c) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades.
- (d) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles.
- (e) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal, entendida dicha competencia desleal como todo acto o hecho que se realice en el mercado con fines concurrenciales, cuando resulte contrario a las sanas costumbres mercantiles, al principio de la buena fe comercial, a los usos honestos en materia industrial o comercial, o bien cuando esté encaminado a afectar o afecte la libre decisión del comprador o consumidor, o el funcionamiento concurrencial del mercado (Numeral 2.o del artículo 10 bis del Convenio de París, aprobado mediante Ley 178 de 1994 y retomado en artículo 7.º de la Ley 256 de 1996, art. 7).

#### **9.4.2 PASOS PARA EL REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO**

##### 1. Solicite la cita

Tiene dos canales de atención para hacerlo:

##### a) Asistencia telefónica

Líneas de información general contact center 019005550993 (nacional con costo).

Línea nacional con costo 019001115462.

En Bogotá 057(1) 6059830 y 057(1) 5462200 Bogotá.

##### b) Agendamiento de citas virtuales

##### 2. Documentación con requisitos

Todas las personas deben tener a la mano el original de la cédula de ciudadanía junto con una fotocopia ampliada. En caso que la haya extraviado, fotocopia del documento que expide la Registraduría Nacional del Estado Civil. Si la persona es menor de edad debe presentar la tarjeta de identidad.

En caso que usted se identifique con alguno de los siguientes casos también debe presentar:

Inversionistas extranjeros (persona jurídica) sin domicilio en Colombia, obligados a cumplir deberes formales:

Cédula del apoderado del inversionista en Colombia.

Inversionistas extranjeros (persona natural) sin domicilio en Colombia, obligados a cumplir deberes formales:

Poder otorgado por la persona natural en el exterior, debidamente autenticado.

Cédula original y fotocopia de la misma del representante en Colombia.

Personas jurídica y asimilada:

Formulario 001 (RUT), el cual se puede reclamar en los puntos de atención de la DIAN.

Este se diligencia por el MUISCA, por el usuario al momento de inscribirse en línea o por el funcionario del punto de atención.

Sociedades o entidades consideradas nacionales por tener su sede efectiva de administración en territorio colombiano:

Cédula original y fotocopia del representante legal o del apoderado de la sociedad en Colombia. En caso de actuar a través del apoderado de la sociedad en Colombia se requiere presentar fotocopia del poder otorgado por el representante legal de la sociedad en el exterior en español, debidamente apostillado o extendido ante Cónsul o funcionario autorizado.

Sociedades y entidades extranjeras que realicen operaciones a través de establecimientos permanentes diferentes a sucursales

Cédula original y fotocopia del representante legal o del apoderado de la sociedad en Colombia. En caso de actuar a través de apoderado de la sociedad en Colombia se requiere presentar fotocopia del poder otorgado por el representante legal de la sociedad en el exterior, en español, debidamente apostillado o, si es el caso, autenticado ante el Cónsul o el funcionario autorizado.

También aplica para:

En caso de realizar el trámite a través de un apoderado.

Inversionistas de capital del exterior de portafolio que inviertan a través de los sistemas de cotización de valores del extranjero mediante acuerdos o convenios de integración de bolsas de valores, así como aquellos convenios que se suscriban.

Inversionistas no residentes ni domiciliarios en Colombia titulares de inversiones de capital del exterior de portafolio.

Personas naturales sin residencia en Colombia que realicen operaciones a través de establecimientos permanentes diferentes a sucursales.

### 3. Registro y diligenciamiento del formulario de inscripción de forma virtual

Se debe seleccionar una de las opciones según corresponda: persona jurídica, persona natural o cámara de comercio.

### 4. Radicación de documentos para formalizar la inscripción

En los mismos puntos de atención del punto anterior.

Luego de realizar los 4 pasos anteriores en un espacio de una hora obtendrá su RUT. Este se puede obtener por correo electrónico, por la página web o de forma presencial.

Con información de la DIAN.

## **9.5 REVISIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD - BOMBEROS**

TRÁMITE: 1. LIQUIDACIÓN: Para obtener su concepto técnico el usuario deberá acercarse a cualquiera de los puntos de atención, donde se le realizará la liquidación del pago respectivo. Acercándose a uno de los siguientes puntos de atención: Súper CADE CAD, Carrera 30 No. 24-90. Súper CADE Suba, calle 145 No. 103 B - 90. Oficina de Atención al Ciudadano del Cuerpo Oficial de Bomberos, Calle 20 N° 68 A - 68.

2. DOCUMENTOS: Los siguientes son los documentos que debe presentar en el momento de solicitar la liquidación según el tipo de establecimiento: Régimen Común: Presentar en original o fotocopia legible las seis (6) declaraciones bimestrales del ICA del año gravable inmediatamente anterior a la solicitud y Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio con vigencia de 1 año. Régimen Simplificado: Presentar el original o fotocopia legible del Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la Cámara de Comercio renovado, con vigencia de 1 año y original del impuesto ICA del año inmediatamente anterior a la solicitud. Establecimientos nuevos o no obligados a declarar: Original o fotocopia legible del Certificado de Existencia y Representación Legal expedido por la de Cámara de Comercio renovado, con vigencia de 1 año. Jardines Infantiles vinculados a la Secretaría Distrital de Integración Social: Presentar Personería Jurídica o Resolución expedida por la Secretaría Distrital de Integración Social.

3. PAGO: El valor a cancelar será el establecido en el Acuerdo 11 de 1988, Capítulo IV, y el acuerdo 9 de 1992: Régimen común y régimen simplificado: el valor a pagar es el equivalente al uno por ciento (1%) liquidado sobre el valor del impuesto de Industria y Comercio del año anterior más el equivalente a un (1) salario mínimo diario por cada establecimiento. Establecimientos nuevos (primer año agradable de existencia) o no obligados a declarar: el valor a pagar es el equivalente a 2 salarios mínimos diarios, éste monto debe ser cancelado por cada sucursal que tenga el establecimiento. Este valor debe ser consignado únicamente en cualquier sucursal del Banco de Occidente en la Cuenta Corriente N° 25604582-4 a nombre de la Tesorería Distrital.

4. RADICACIÓN: Una vez realizado el pago acérquese con la consignación a cualquiera de los puntos de atención donde se le programará la respectiva capacitación para la auto revisión o inspección dependiendo de la clasificación del tipo de riesgo del establecimiento (riesgo bajo, moderado y alto) y se le entregará un recibo de caja, el cual sirve para

reclamar el concepto de revisión técnica. 5. CAPACITACIÓN Y AUTORREVISIÓN: Si el usuario es clasificado en riesgo bajo, el usuario participa en una capacitación donde se le hará entrega del formulario de auto-revisión. Una vez diligenciado el usuario se acercará a la Oficina de Servicio al Ciudadano donde se le colocará el sello respectivo. 6. INSPECCIÓN TÉCNICA: Si la clasificación otorgada al establecimiento es de moderado o alto riesgo se le asignará una visita dentro del término de los 30 días hábiles posteriores a la radicación de la solicitud de inspección. El concepto final deberá reclamarlo en la Oficina principal de Atención al Ciudadano (Calle 20 N° 68 A – 06) 15 días hábiles posteriores a la inspección técnica.

TENGA EN CUENTA:

- El concepto técnico será entregado con el original del recibo de caja (no fotocopia), en caso de pérdida el usuario deberá interponer el denuncia correspondiente y presentarlo para reclamar el concepto.
- Los documentos que radique serán devueltos una vez se haya realizado la liquidación, no se requiere llevar fotocopias.
- El Concepto Técnico de Bomberos tiene vigencia de un año a partir de la visita de inspección.
- Solo se realiza una visita técnica al establecimiento, de ser requerido una nueva visita, deberá iniciarse el procedimiento.

## 10. ESTUDIO TECNICO

### 10.1 FICHATE TECNICA

Tabla No 7

| <b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>      |   |
|--|---|
| <b>Nombre de la empresa:</b>           | CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS  |
| <b>Dirección:</b>                      | Bosa San Bernandino   |
| <b>Ciudad:</b>                         | Bogotá D.C.   |
| <b>Contacto:</b>                       | Jorge Goebanny Cardozo  |
| <b>Teléfono:</b>                       | 3193136238  |
| <b>E-mail:</b>                         | <a href="mailto:Jorge.cardozo@cun.edu.co">Jorge.cardozo@cun.edu.co</a>  |
| <b>Sitio Web:</b>                      | No poseen   |
| <b>NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO:</b>  | Muebles de madera para Cocinas integrales   |
| <b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:</b>       | La finalidad de estos muebles es decorar un espacio determinado ayudando a quien los requiera a tener una mejor organización y/o ubicación de los objetos que guarde dentro de ellos. Usualmente se producen y diseñan con tableros contrachapados o aglomerados. |
| <b>Materia Prima:</b>                  | Madera  |
| <b>Insumos:</b>                        | Tornillos, manijas, bisagras.   |
| <b>Color:</b>                          | El requerido por el cliente y que se pueda conseguir en el mercado.   |
| <b>Tamaño:</b>                         | Depende del espacio en el predio para la elaboración de los muebles.  |
| <b>tecnología</b>                      | Cierras y pulidoras para los respectivos cortes   |
| <b>Características fisicoquímicas</b>  | Lignina, carbohidratos, celulosa, resina, hemicelulosa  |
| <b>Cantidad de producción mensual:</b> | Producto realizado según la demanda del mismo mes.  |

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>Precios referenciales:</b>  | No existe precio fijo, varía con base al tipo de madera, diseño, tamaño y accesorios.  |
| <b>Tipo de investigación</b>   | <p>Investigación descriptiva: es un tipo de investigación de análisis donde se busca caracterizar un objeto de estudio y así señalar sus características y propiedades combinada con ciertos criterios de clasificación. De tal manera se ordenan, agrupan y se sistematizan los objetos involucrados.</p> <p>Investigación exploratoria: apropiada en las primeras etapas del proceso de la toma de decisiones permite obtener una investigación preliminar sobre la situación del entorno que rodea a la microempresa. Esta investigación nos permite identificar los problemas u oportunidades.</p> |
| <b>Método de investigación</b> | <p>Método inductivo: proceso de conocimiento que se inicia por observación con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observada.</p> <p>Este procedimiento permite que el proyecto se pueda realizar un proceso por el cual se deducen propiedades y características de la población que demanda el producto a partir de una muestra significativa acerca de una población adecuada o universo.</p>  |
| <b>Fuentes de información</b>  | <p>Primarias: información escrita que es recopilada directamente por los investigadores utilizando como fuente a los posibles clientes.</p> <p>Secundarias: información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas. Se utilizan fuentes como artículos en internet, revistas, textos, documentos entre otras que hablen del producto</p>   |

## 11. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO



El diagrama de procesos es una representación gráfica u ordenada de un proceso, los cuales se identifican o se trabajan con símbolos y adicional se evidencia la información importante y relevante dentro del proceso.

Para los siguientes diagramas de proceso de la empresa, partirá desde el momento en que se adquiriera un contrato para la elaboración de los muebles de madera para la cocina integral, así dada la situación a continuación se observaran 3 diagramas de procesos:

**11.1 Selección materia prima.** Lo primero que debe hacer la empresa una vez tenga el contrato con la persona u empresa a la cual se le va a producir y diseñar los muebles es cotizar e indagar la materia prima con base al tipo de material requerido por el cliente, para ello debe seleccionar proveedores, luego analizar y seleccionar la mejor oferta tanto en términos de calidad, garantía y presupuesto. En el siguiente diagrama de procesos se evidenciará:

**Grafica No 6**

| No                  | Actividad                     | ○ | ⇒ | □ | ▷ | ▽ | Tiempo (Horas) | Q                          | Recurso Material | Recurso Humano | Observaciones   |
|---------------------|-------------------------------|---|---|---|---|---|----------------|----------------------------|------------------|----------------|---|
| 1                   | Seleccionar proveedores       | ○ |   |   |   |   | 1              |                            | PC               | 1              | Validar en bases datos  |
| 2                   | Cotizar en cada punto         |   | ⇒ |   |   |   | 4              |                            | Automóvil        | 1              | Ir a cada proveedor   |
| 3                   | Analizar materia prima        |   |   | □ |   |   | 0,5            |                            |                  | 1              |   |
| 4                   | Revisar ofertas               | ○ |   |   |   |   | 2              |                            |                  | 1              | Con base a calidad, garantía y presupuesto                      |
| 5                   | Seleccionar oferta            | ○ |   |   |   |   | 0,5            |                            | PC               | 1              |   |
| 6                   | Solicitar pedido              | ○ |   |   |   |   | 0,5            | Lo acordado con el cliente |                  | 1              | Con el proveedor que cumpla mejor el paso anterior              |
| 7                   | Establecer acuerdo de entrega | ○ |   |   |   |   | 0,5            |                            |                  | 1              |   |
| 8                   | Realizar pago                 | ○ |   |   |   |   | 0,5            |                            |                  | 1              | Se acuerda con el proveedor si de manera electrónica o personal |
| 9                   | Esperar pedido                |   |   |   | ▷ |   | 3              |                            |                  |                |   |
| 10                  | Revisar pedido al llegar      |   |   | □ |   |   | 0,5            |                            |                  | 1              | Inspeccionar que el material llegue en optimas condiciones      |
| 11                  | Almacenar materia prima       |   |   |   |   | ▽ | 1              |                            |                  | 2              | Almacenarla en la bodega de producción                          |
| <b>Tiempo total</b> |                               |   |   |   |   |   | <b>14</b>      |                            |                  |                |   |

Fuente: autor

Este proceso tendrá una duración aproximada de 14 horas, es decir, puede que se realice en más de un día dado el horario de jornada laboral. Terminará en el momento en que el material se encuentre almacenado en la bodega de trabajo para dar continuidad al siguiente proceso.

**11.2 Diseño y fabricación.** Con estas series de actividades la empresa pondrá en marcha la elaboración del mueble requerido por el cliente (persona u empresa), en el cual se tendrán planos previamente realizados teniendo en cuenta los requerimientos, gustos y necesidades del cliente además se tendrá en cuenta garantizar la calidad que la empresa acostumbra con cada uno de sus clientes, a continuación, en el siguiente diagrama se evidenciará el debido proceso:

| No | Actividad                                     | ○ | ➔ | □ | ▷ | ▽ | Tiempo (Minutos) | Q                          | Recurso Material      | Recurso Humano | Observaciones   |
|----|---|---|---|---|---|---|------------------|----------------------------|-----------------------|----------------|---|
| 1  | Ubicar la materia prima en las mesas de corte |   | ➔ |   |   |   | 5                | Lo acordado con el cliente |                       | 2              |   |
| 2  | Verificar planos                              | ○ |   |   |   |   | 15               |                            | Planos físicos        | 1              | Los planos son tomados al momento de indagar y establecer acuerdos con el cliente |
| 3  | Revisar maquina de corte                      |   |   | □ |   |   | 5                |                            | Sierra circular       | 1              | Verificar que las cuchillas esten en buen estado                                  |
| 4  | Realizar corte                                | ○ |   |   |   |   | 10               |                            | Sierra circular       | 1              | Realizar los cortes necesarios dado los planos                                    |
| 6  | Revisar maquina de cepillado                  |   |   | □ |   |   | 5                |                            | Cepilladora electrica | 1              |   |
| 7  | Realizar cepillado                            | ○ |   |   |   |   | 30               |                            | Cepilladora electrica | 1              | Con el fin de quitar asperezas  |
| 9  | Realizar Chapado de cantos                    | ○ |   |   |   |   | 10               |                            |                       | 1              | Recubrir cantos con el fin de embellecer la madera o tablero                      |
| 10 | Revisar maquina fresadora                     |   |   | □ |   |   | 5                |                            | Fresadora Manual      | 1              |   |
| 11 | Realizar fresado                              | ○ |   |   |   |   | 20               |                            | Fresadora Manual      | 1              | Mejorar la estetica y presencia visual  |
| 12 | Revisar maquina de taladro                    |   |   | □ |   |   | 5                |                            | Taladro               | 1              | Verifica que las brocas esten en buen estado                                      |

|                     |                                    |   |  |  |   |     |                            |                                    |   |  |  |
|---------------------|------------------------------------|---|--|--|---|-----|----------------------------|------------------------------------|---|--|--|
| 13                  | Realizar taladrado                 | ● |  |  |   | 30  | Lo acordado con el cliente | Taladro                            | 1 | Realizar los orificios necesarios dado el plano  |  |
| 14                  | Realizar pre-encolado              | ● |  |  |   | 30  |                            | Cinta                              | 1 |  |  |
| 15                  | Esperar el secado del pre-encolado |   |  |  | ● | 60  |                            |                                    |   | Es un tiempo estimado dado que se realiza con una cinta especial                       |  |
| 16                  | Realizar montaje                   | ● |  |  |   | 60  |                            |                                    | 1 | Unir las piezas que se puedan  |  |
| 17                  | Realizar barnizado (acabados)      | ● |  |  |   | 90  |                            | Brocha, barniz, lija y cepillo     | 1 | Con el fin de determinar tonalidades para el aspecto deseado                           |  |
| 18                  | Esperar el secado del barniz       |   |  |  | ● | 480 |                            |                                    |   | Este tiempo puede variar un poco, normalmente se debe dejar secar de un día para otro. |  |
| 19                  | Inspeccionar y verificar calidad   |   |  |  | ■ | 60  |                            |                                    | 1 | Se valida que los acabados hallan quedado de manera adecuada                           |  |
| 20                  | Montaje de accesorios              | ● |  |  |   | 30  |                            | Tornillos, manijas, bisagras, etc. | 1 | Montar los accesorios necesarios   |  |
| 21                  | Embalaje o ensamble                | ● |  |  |   | 30  |                            | Piezas o tableros de madera        | 1 | Ensamblar el mueble completo si es posible o unir las partes que se puedan             |  |
| 22                  | Almacenar                          |   |  |  | ▼ | 20  |                            |                                    | 1 | Dejar el producto listo para transportarlo e instalarlo                                |  |
| <b>Tiempo total</b> |                                    |   |  |  |   |     | <b>1000</b>                |                                    |   |  |  |

Fuente autor

Este proceso durará aproximadamente 2 días, dado que el tiempo de secado del barniz es demorado y además es importante la inspección que se le hace al producto unas actividades antes de finalizar el proceso, adicional se debe tener en cuenta el tiempo improductivo del colaborador (descanso, ir al baño o comer) que explícitamente no se evidencia, pero es

importante para el proceso conocer las necesidades del colaborador. Este proceso culminará en el momento que se deje el producto en bodega listo para ser transportado e instalado.

**11.3 Instalación.** Este proceso se considera el final dado que ya es el momento en que se le realiza la entrega final al cliente, dejando todo instalado y es el momento en el que la empresa podrá recibir retroalimentaciones con el fin de mejorar. También se considera el momento en el que el cliente se ve feliz y satisfecho de un trabajo hecho con calidad. En el siguiente diagrama se evidenciará el proceso correspondiente:

| No                  | Actividad                                     | ○ | ⇒ | □ | ▭ | ▽ | Tiempo (Minutos) | Q                          | Recurso Material                        | Recurso Humano | Observaciones  |  |
|---------------------|---|---|---|---|---|---|------------------|----------------------------|---|----------------|--|--|
| 1                   | Cargar el producto al vehículo                | ○ |   |   |   |   | 30               | Lo acordado con el cliente |   | 2              |  |  |
| 2                   | Transporte del producto                       |   | ⇒ |   |   |   | 80               |                            | Vehículo de transporte                  | 1              | El tiempo es una estimación para la movilidad al punto establecido con el cliente    |  |
| 3                   | Descargar el producto del vehículo            | ○ |   |   |   |   | 30               |                            |   | 2              |  |  |
| 4                   | Ubicar el producto en el sitio de instalación | ○ |   |   |   |   | 15               |                            |   | 2              | Evidenciar el punto de instalación   |  |
| 5                   | Alistar herramientas                          | ○ |   |   |   |   | 15               |                            | Destornilladores, juego de llaves, etc. | 1              |  |  |
| 6                   | Verificar medidas                             |   |   | □ |   |   | 20               |                            | Flexómetro                              | 1              | Se tomara con inspección, validar medidas de las paredes u espacios correspondientes |  |
| 7                   | Instalar muebles                              | ○ |   |   |   |   | 120              |                            |   | 2              | Instalar, atornillar y demás   |  |
| 9                   | Limpiar                                       | ○ |   |   |   |   | 30               |                            | Limpion                                 | 1              | Limpiar y recoger los residuos que queden de la instalación                          |  |
| 10                  | Entregar producto final                       | ○ |   |   |   |   | 15               |                            |   | 1              | Entregar producto final al cliente   |  |
| <b>Tiempo total</b> |   |   |   |   |   |   |                  |                            | <b>355</b>                              |                |  |  |

Fuente: autor

Una vez finalizada la entrega, la empresa podrá tomar las evidencias correspondientes con el fin de exponerlo a otros clientes como muestra del trabajo que se realiza y adicional tanto el cliente como la empresa podrán retroalimentar hechos buenos y no tan buenos que hayan existido durante la elaboración e instalación del mueble.

**11.4 Análisis Diagramas de proceso.** Con base a los diagramas expuestos anteriormente se puede analizar y además concluir que la empresa manejara un tiempo estimado de trabajo de una semana laboral (lunes a viernes), es decir, 5 días una vez se haya realizado el acuerdo con el cliente, ya que mientras se logra reunir o acordar una cita entre el representante de la empresa y el cliente para poder dar una primera observación, realizar planos y llegar a acuerdos de tiempo, materiales y pagos existirá más tiempo, probablemente en días que demoren el inicio del trabajo.

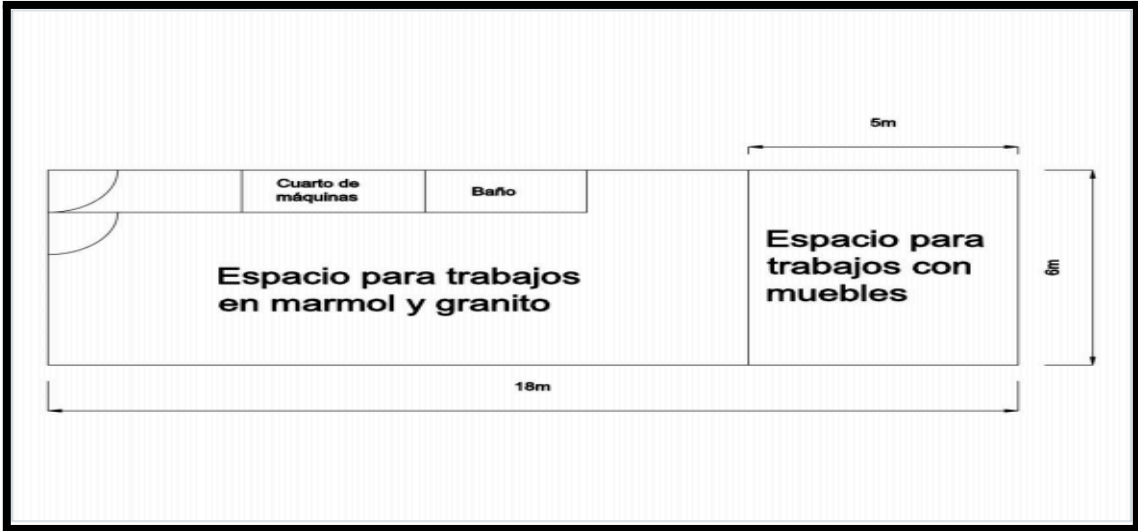
Cabe resaltar que los diagramas en especial el diagrama de procesos, diseño y fabricación del mueble está restringido a un solo producto, es decir, que entre mayor sea la producción puede tender demorar más, aunque para esto se pueden tomar los tiempos en los que el mueble se encuentra en espera por el secado para aprovechar ese tiempo y realizar otra producción del mismo pedido o de otro si es el caso.

## **12. INFRAESTRUCTURA**

La empresa cuenta con una bodega o lugar de trabajo de un tamaño de 6 metros de frente por 18 metros de fondo, es allí donde realiza los diferentes trabajos correspondientes.

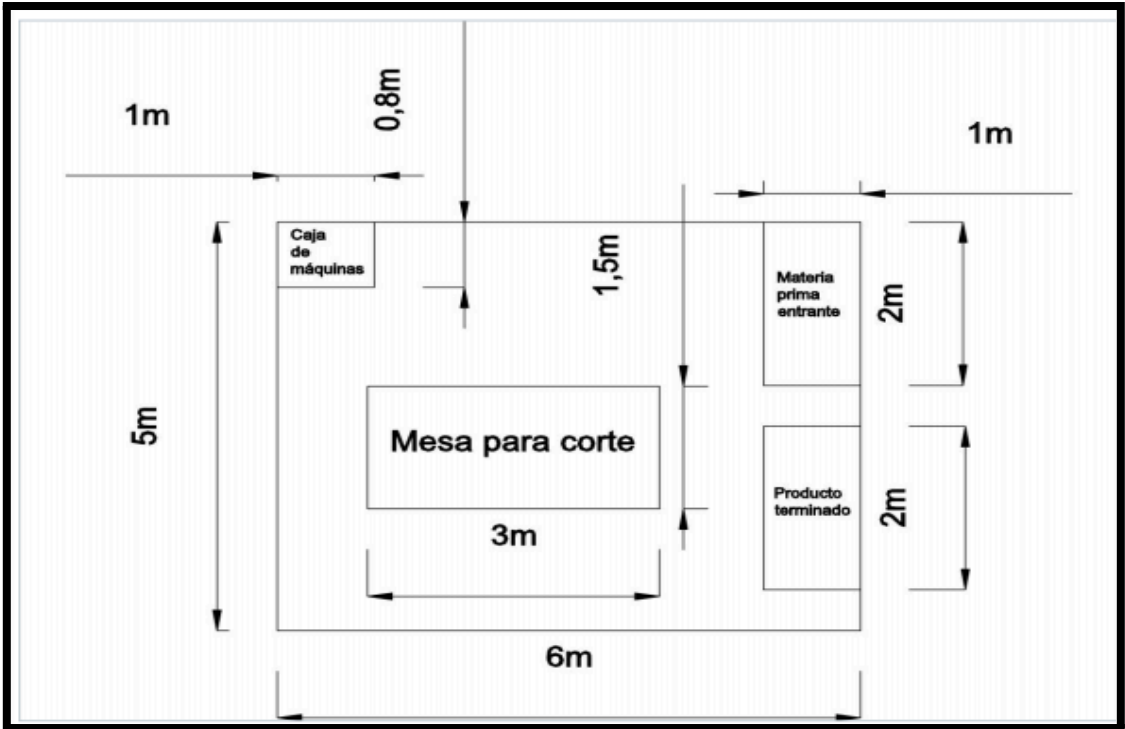
**Grafica No 7**

**Espacio completo**



Fuente: autor

**Espacio de trabajo**



Fuente: autor

**Tabla No 8**

**13. Maquinaria y equipo**



| CANTIDAD | MAQUINA Y/O EQUIPO | MARCA    | REFERENCIA  | APLICACIÓN  | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL   |
|----------|--------------------|----------|---|---|----------------|---------------|
| 2        | sierra circular    | makita   | sierra circular 7 1/4 pulgadas 1800W 5800 Rpm         | realiza corte longitudinal transversal y biselado para madera                 | \$599.900,00   | \$1.199.800   |
| 2        | cepillo eléctrico  | DeWalt   | cepillo eléctrico 5,5 amps 3 1/4 D26676-b3            | realizar acabado liso y parejo  | \$569.900,00   | \$1.139.800   |
| 2        | fresadora manuela  | makita   | fresadora 3/8 RP 0900K 900W 27000rpm                  | agujerar, alisar o labrar las piezas  | \$639.900,00   | \$1.279.800   |
| 4        | brocas para madera | Bos h    | set 7 brocas Madera X-pro 3                           | taladrar y agujerar la madera   | \$35.900,00    | \$143.600     |
| 5        | Tapacantos         | genérico | Tapacantos 44x0,5mm                                   | renovar y ocultar cantos o cortes sin recubrimiento                           | \$4.300,00     | \$ 21.500,00  |
| 3        | Barniz             | Kolor    | Barniz brillante exterior 1/4 galón procteo4          | formar una capa lustrosa capaz de resistir la acción del aire y de la humedad | \$37.000,00    | \$ 111.000,00 |
| 5        | brocha Berniz      | Kolor    | brocha barniz 3 pulgadas                              | pintar y/o maquillar  | \$24.000,00    | \$ 120.000,00 |
| 2        | lijadora           | DeWalt   | Lijadora Orbital 1/4 230W 2.4A 14000 Opm ref. D26441K | lijar madera  | \$289.900,00   | \$ 579.800    |

|       |                             |          |                                  |                                   |              |              |
|-------|-----------------------------|----------|----------------------------------|-----------------------------------|--------------|--------------|
| 10    | guantes de seguridad        | genérico | guantes resistentes a cortes     | protección de manos y antebrazos  | \$18.000,00  | \$ 180.000   |
| 5     | Gafas protectoras industria | genérico | Gafas industrial                 | Gafas para protección de la vista | \$ 5.100     | \$ 25.500    |
| 3     | Pulidora                    | Bos h    | Ga9020ka w 6000rpm               | pulir salientes o bordes          | \$ 887.900   | \$ 2.663.700 |
| 3     | Brilladora                  | Bos h    | Orbital 1/4 330W 2.5A            | Brillar los cantos de las piedras | \$ 628. 900  | \$1886.700   |
| 6     | Discos de pulidora          | DeWalt   | Disco Plano 115 mm x 1 mm Metal  | Complemento de la pulidora        | \$119.000    | \$357.000    |
| 5     | Mástil - pegamento          | Corona   | Tarro de pegamento               | Pegamento para piedras finas      | \$ 37. 000   | \$ 111.000   |
| 3     | Copa abrasiva               | DeWalt   | 4"X2"X5/8"-1 1 - RPM Mod. DW4961 | Sacar brillo a la piedra          | \$ 60.000    | \$ 180.000   |
| 1     | Mesa de corte madera        | Bos h    | Raitool 12-24V                   | Corte de piezas de madera         | \$ 789.900   | \$ 789.900   |
| TOTAL |                             |          |                                  |                                   | \$10.609.100 |              |

Materias primas

**Tabla No 9**

| <b>Tipos de meson</b> | <b>Materia prima</b> | <b>Valor en metro lineal</b> |
|-----------------------|----------------------|------------------------------|
| Negro absoluto        | Granito              | \$ 500.000                   |
| Verde ubatuba         | Granito              | \$ 450.000                   |
| Cuarzo                | Fabricado            | \$ 600.000                   |
| Villa de Leyva        | Piedra               | \$ 550.000                   |
| Salmon Brown          | Piedra               | \$ 250.000                   |
| Beige rosa            | piedra               | \$ 250.000                   |

### 13.1 COSTOS FIJOS

|   |               |
|---|---------------|
| ARRIENDO BODEGA MENSUAL                 | \$580.000     |
| SUELDO EMPLEADOS EN EL MES              | \$ 10.900.000 |
| HERRAMIENTA Y MAQUINARIA                | \$ 10.609.100 |
| DEUDA DE PRESTAMO FINANCIERO<br>MENSUAL | \$ 666.000    |
| TOTAL                                   | \$22.755.100  |

### 13.2 COSTOS VARIABLES

| Tipos de mesón | Materia prima | Valor en metro lineal |
|----------------|---------------|-----------------------|
| Negro absoluto | Granito       | \$ 500.000            |
| Verde ubatuba  | Granito       | \$ 450.000            |
| Cuarzo         | Fabricado     | \$ 600.000            |
| Villa de Leyva | Piedra        | \$ 550.000            |
| Salmon Brown   | Piedra        | \$ 250.000            |
| Beige rosa     | piedra        | \$ 250.000            |

## 14. PLAN FINANCIERO Y VIABILIDAD

es necesario determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto por lo que se expondrán las diferentes variables o factores determinantes para analizar la viabilidad del proyecto y también analizar el crecimiento de las utilidades y el retorno estable de las inversiones.

Además es importante resaltar que el modelo que tiene la empresa CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS el cual funciona para la línea de cocinas integrales trabajara permitiendo cubrir los gastos de operaciones y evitará el costo de inventarios puesto que los trabajos que se realicen serán a la orden de los clientes, es decir, lo que el cliente solicite se trabaja y se despechará sin almacenar material, a esto se suma la oportunidad que tiene clientes de pagar o anticipar el 50% al inicio del trabajo y el restante 50% al momento en que la empresa cumpla con la post-venta, es decir, la entrega e instalación del producto final. Esto ayudará dado que se cuenta con el aporte inicial de los clientes para la compra de materiales y las diferentes necesidades que existan.

### 14.1 BALANCE GENERAL

El balance general para la empresa en su línea de producción se proyectará en 5 años con el fin de evidenciar la evolución y el avance que lleve el proyecto o la línea de producción. El balance general está compuesto por los activos, pasivos y patrimonios, aunque son pocos los rubros a tomar en cuenta puesto que la empresa se encuentra en fase de crecimiento y de expansión. La tabla que se presenta a continuación del balance general de la línea de producción mostrará el valor económico de cada rubro y el peso (porcentaje) que tiene cada uno para el total.

**Tabla No 10**

| BALANCE GENERAL PROYECTADO                   |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS                 |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
|  | AÑO 0             | AÑO 1             | AÑO 2             | AÑO 3              | AÑO 4              | AÑO 5               |
| <b>ACTIVOS</b>                               |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| <b>Activos Corrientes</b>                    |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| Efectivo                                     | 28.999.995        | 0                 | 0                 | 0                  | 0                  | 0                   |
| Cuentas Por Cobrar                           |                   | 1.200.000         | 1.236.000         | 1.273.080          | 1.311.272          | 1.350.611           |
| Inventarios                                  |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| <b>Total Activos Corrientes</b>              |                   | <b>1.200.000</b>  | <b>1.236.000</b>  | <b>1.273.080</b>   | <b>1.311.272</b>   | <b>1.350.611</b>    |
| <b>Activos No Corrientes</b>                 |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| <b>No Depreciables</b>                       |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| Terrenos                                     | 0                 | 0                 | 0                 | 0                  | 0                  | 0                   |
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>                         |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| Edificios                                    | 0                 | 0                 | 0                 | 0                  | 0                  | 0                   |
| Maquinaria y Equipos                         | 11.000.000        | 11.000.000        | 11.000.000        | 11.000.000         | 11.000.000         | 11.000.000          |
| Equipos Computo y comunic                    | 0                 | 0                 | 0                 | 0                  | 0                  | 0                   |
| Muebles y Enseres                            | 0                 | 0                 | 0                 | 0                  | 0                  | 0                   |
| Vehiculos                                    |                   | 0                 | 0                 | 0                  | 0                  | 0                   |
| <b>Total Activo Fijo Depreciable (Bruto)</b> | <b>11.000.000</b> | <b>11.000.000</b> | <b>11.000.000</b> | <b>11.000.000</b>  | <b>11.000.000</b>  | <b>11.000.000</b>   |
| (-) Depreciación Acumulada                   |                   | 2.200.000         | 4.400.000         | 6.600.000          | 8.800.000          | 11.000.000          |
| <b>Total Activo Fijo Depreciable (Neto)</b>  | <b>11.000.000</b> | <b>8.800.000</b>  | <b>6.600.000</b>  | <b>4.400.000</b>   | <b>2.200.000</b>   | <b>0</b>            |
| Activos Diferidos                            | 0                 | -1                | -2                | -3                 | -4                 | -5                  |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>                         | <b>39.999.995</b> | <b>9.999.999</b>  | <b>7.835.998</b>  | <b>5.673.077</b>   | <b>3.511.268</b>   | <b>1.350.606</b>    |
| <b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>                   |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| <b>Pasivos Corrientes</b>                    |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| Proveedores                                  |                   | 288.000           | 298.080           | 308.513            | 319.311            | 330.487             |
| Otros Pasivos Corrientes                     |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| Porción Corriente Pasiv a Largo              |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| Pasivos Financieros a Corto Plazo            |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| Impuesto de Renta y Cree por Pagar           |                   | 0                 | 0                 | -43.310.603        | -90.518.381        | -141.764.008        |
| <b>Total pasivos Corrientes</b>              | <b>0</b>          | <b>288.000</b>    | <b>298.080</b>    | <b>-43.002.090</b> | <b>-90.199.071</b> | <b>-141.433.521</b> |
| <b>Pasivos No Corrientes</b>                 |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| Pasivos Financieros                          |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| Cuentas por pagar                            |                   | 2.400.000         | 2.472.000         | 2.546.160          | 2.622.545          | 2.701.221           |
| <b>Total pasivos No Corrientes</b>           |                   | <b>2.400.000</b>  | <b>2.472.000</b>  | <b>2.546.160</b>   | <b>2.622.545</b>   | <b>2.701.221</b>    |
| <b>TOTAL PASIVOS</b>                         | <b>0</b>          | <b>2.688.000</b>  | <b>2.770.080</b>  | <b>-40.455.930</b> | <b>-87.576.526</b> | <b>-138.732.300</b> |
| <b>PATRIMONIO</b>                            |                   |                   |                   |                    |                    |                     |
| Capital                                      | 39.999.995        | 39.999.995        | 39.999.995        | 39.999.995         | 39.999.995         | 39.999.995          |
| Utilidades Retenidas                         |                   | 0                 | 37.438.127        | 70.564.035         | 96.550.397         | 114.654.073         |
| Utilidades del Ejercicio                     |                   | 0                 | 0                 | 0                  | 0                  | 0                   |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>                      |                   | <b>7.311.999</b>  | <b>5.065.918</b>  | <b>46.129.007</b>  | <b>91.087.794</b>  | <b>140.082.906</b>  |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>             |                   | <b>9.999.999</b>  | <b>7.835.998</b>  | <b>5.673.077</b>   | <b>3.511.268</b>   | <b>1.350.606</b>    |

Con la tabla de balance general se pueden analizar rubros como lo es el activo de la empresa, aunque el proyecto es de una línea de producción es importante evidenciar y

conocer el efectivo o disponible con el que cuenta la empresa puesto que representa más del 50% de activos de la empresa, para el año 5 se proyecta que la empresa tenga cuentas por cobrar en este caso a diferentes clientes, dado que, la necesidad de la empresa es promover el nuevo producto y aumentar el número de clientes y venta.

En los activos fijos, la maquinaria es con base a máquinas y/o equipos necesarios para la producción, los respectivos accesorios para cada una y las herramientas de protección para el personal en cargo. De igual manera se proyecta que cada año la empresa adquiera 1 o 2 máquinas nuevas, así como accesorios y equipo de protección que se reflejará con el aumento de producción año tras año. Los trabajos en curso harán referencia a los trabajos que la empresa tenga pendientes o esté realizando en el momento de finalizar el año, es decir que ingresan para el año siguiente dentro del balance general.

Respecto a los pasivos se trabajará inicialmente con el dinero o adelanto que realicen los clientes para los diferentes trabajos que soliciten, para los 2 siguientes años se estima que la empresa tenga deudas, pero directamente con los proveedores de la materia prima, aunque estas deudas no serán tan altas es importante denotar que existirá de alguna u otra manera a medida que la producción aumente, para el año 2 será un valor de \$2.000.000 y para el año 3 será de \$3.000.000.

## **14 .2 ESTADO DE RESULTADOS**

El estado de resultados es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma en cómo se comportó y como se obtuvo un resultado durante un periodo determinado, en este caso también se proyectarán en los próximos 5 años como se realizó con el balance general con el fin de analizar de manera más correcta los rubros a trabajar en sus respectivos años.

### **Tabla No 11**

| ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO  |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|----------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS     |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|                                  | AÑO 1              | AÑO 2              | AÑO 3              | AÑO 4              | AÑO 5              | TOTAL              |
| <b>VENTAS BRUTAS</b>             | <b>24.000.000</b>  | <b>24.720.000</b>  | <b>25.461.600</b>  | <b>26.225.448</b>  | <b>27.012.211</b>  | <b>127.419.259</b> |
| Menos:                           |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| <b>Costo de Venta</b>            | <b>10.960.000</b>  | <b>11.266.600</b>  | <b>11.583.931</b>  | <b>11.912.368</b>  | <b>12.252.301</b>  | <b>57.975.201</b>  |
| Compras Mp / Inventarios         | 1.800.000          | 1.863.000          | 1.928.205          | 1.995.692          | 2.065.541          | 9.652.438          |
| Nomina Operativa                 | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Costos indirectos de fabricacion | 6.960.000          | 7.203.600          | 7.455.726          | 7.716.676          | 7.986.760          | 37.322.762         |
| Depreciación Operativa           | 2.200.000          | 2.200.000          | 2.200.000          | 2.200.000          | 2.200.000          | 11.000.000         |
| <b>Utilidad Bruta en Ventas</b>  | <b>13.040.000</b>  | <b>13.453.400</b>  | <b>13.877.669</b>  | <b>14.313.079</b>  | <b>14.759.910</b>  | <b>69.444.058</b>  |
| Menos:                           |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| Gastos de Administración         | 171.230.636        | 179.082.941        | 187.120.078        | 195.349.841        | 203.778.585        | 925.562.084        |
| Amortización de Diferidos        | 28.999.996         | 1                  | 1                  | 1                  | 1                  | 29.000.000         |
| <b>Utilidad Operacional</b>      | <b>158.190.636</b> | <b>165.629.542</b> | <b>173.242.410</b> | <b>181.036.762</b> | <b>189.018.677</b> | <b>867.118.029</b> |
| Menos: Gastos Financieros        | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Util Antes de Impuestos          | 158.190.636        | 165.629.542        | 173.242.410        | 181.036.762        | 189.018.677        | 867.118.029        |
| Menos Provisión de Impuestos     | 0                  | 0                  | 43310602,66        | 90518381,41        | 141764007,8        | 275592991,8        |
| <b>Utilidad Neta</b>             | <b>158.190.636</b> | <b>165.629.542</b> | <b>129.931.807</b> | <b>90.518.381</b>  | <b>47.254.669</b>  | <b>591.525.038</b> |

En el estado de resultados se observa el comportamiento que tendrá la empresa en su línea de producción para 5 años, evidenciando diferentes comportamientos en cada uno de sus rubros los cuales serán explicados a continuación para entender el porqué de la Utilidad Neta.

Venta neta. La venta neta para la empresa en su línea de producción está basada en la encuesta, de la cual se recolectaron datos correspondientes al valor que están dispuestos a pagar los usuarios o futuros clientes tomando como base un promedio de \$3.000.000 para lo cual se estima o se proyecta ventas totales por \$24.000.000 (8 productos con el valor promedio) en el primer año de los productos lo cual serán el total de los ingresos operacionales, puesto que puede variar ya sea por encima o por debajo ya que hay varios factores que influyen como lo son el material y la cantidad, mencionado anteriormente.

Para los años posteriores es decir año 2 y año 3, se proyecta un incremento respecto al primer año los cuales serán ventas totales por \$24.720.000 y \$25.461.600 respectivamente, teniendo estos presupuestos como metas de la empresa en esta línea de producción y lo cual representara el 100% de ingresos para el estado de resultados.

Costo de venta. La empresa proyecta como costo de venta únicamente el costo de compra de los materiales, ya que no manejará inventarios iniciales ni finales. El costo de compra de

los materiales (materia prima y accesorios) tendrá una estimación entre 30% y 40% de la venta neta para cada uno de los años puesto que las inversiones suelen ser un poco costosas y adicional depende del tipo de material y la cantidad que se requiera.

La utilidad bruta está dada por ventas netas – costo de ventas, que para el primer año será de \$13.040, para el segundo año será de \$13.453.400 y para el tercer año será de \$13.877.669. Esto refleja que el costo de ventas a pesar de que aumente en porcentaje respecto al año anterior va a ir disminuyendo el peso total sobre la venta neta de la empresa en el respectivo año.

### 14.3 Flujo de caja

**Tabla No 12**

| CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS            |                   |                    |                    |                    |                   |                   |
|---|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| FLUJO DE CAJA                           |                   |                    |                    |                    |                   |                   |
|   | AÑO 0             | AÑO 1              | AÑO 2              | AÑO 3              | AÑO 4             | AÑO 5             |
| INGRESOS DE EFECTIVO                    |                   |                    |                    |                    |                   |                   |
| Ingreso por ventas                      |                   | 21.600.000         | 22.248.000         | 22.915.440         | 23.602.903        | 24.310.990        |
| EGRESOS DE EFECTIVO                     |                   |                    |                    |                    |                   |                   |
| Compras Mp / Inventarios                |                   | 1.512.000          | 1.564.920          | 1.619.692          | 1.676.381         | 1.735.054         |
| Nómina Operativa                        |                   | 0                  | 0                  | 0                  | 0                 | 0                 |
| Costos Indirectos de Fabricación        |                   | 6.960.000          | 7.203.600          | 7.455.726          | 7.716.676         | 7.986.760         |
| Gastos Admon y Ventas                   |                   | 171.230.636        | 176.882.941        | 182.720.078        | 188.749.841       | 194.978.585       |
| Pago de Impuesto de Renta               |                   | 0                  | 0                  | 43.310.602         | 90.518.381        | 141.764.007       |
| Pago de Dividendos                      |                   |                    | 31.638.127         | 33.125.908         | 25.986.361        | 18.103.676        |
| Pago de deuda                           |                   | 0                  | 0                  | 0                  | 0                 | 0                 |
| <b>Total egresos de Efectivo</b>        |                   | <b>179.702.636</b> | <b>154.013.334</b> | <b>115.358.985</b> | <b>81.638.156</b> | <b>44.832.716</b> |
| Flujo Neto de efectivo Operativo        |                   | 158.102.636        | 131.765.334        | 92.443.545         | 58.035.252        | 20.521.726        |
| Inversiones                             | 40.000.000        |                    |                    |                    |                   |                   |
| Flujo Neto Total                        | <b>40.000.000</b> | <b>158.102.636</b> | <b>131.765.334</b> | <b>92.443.545</b>  | <b>58.035.252</b> | <b>20.521.726</b> |
| Mas: Saldo Inicial de Caja              |                   |                    | 158.102.636        | 289.867.971        | 382.311.516       | 440.346.769       |
| Igual: Saldo Caja (Superavit o Deficit) |                   | 158.102.636        | 289.867.971        | 382.311.516        | 440.346.769       | 460.868.496       |
| Flujo neto Acumulado                    | 40.000.000        | 198.102.636        | 329.867.971        | 422.311.516        | 480.346.769       | 500.868.496       |

### 14.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

En el punto de equilibrio se logrará evidenciar el momento en el que los ingresos percibidos se igualen con los gastos asociados o correspondientes al producto en este caso se mostrará el

punto de equilibrio semestral (6 meses) ya que a un año es demasiado tiempo para determinar la viabilidad, para ello se debe tener en cuenta la siguiente información:

- El costo fijo, son aquellos gastos que independiente de la cantidad de bienes y/o productos que se fabriquen la empresa debe asumir, para este caso será el total de gasto operacional que es \$12.519.680.
- El costo variable, para la línea de producción será lo asociado al costo de ventas (materia prima) que dependerá de la cantidad de productos (muebles) que la empresa fabrique, para ello se tendrá en cuenta el valor promedio de venta el cual es \$3.000.000, el costo variable será el 33% de dicho valor, para el producto será de \$990.000.
- El precio de venta, bien como se ha indicado anteriormente será el valor promedio que el cliente estará dispuesto a pagar el cual es de \$3.000.000.
- Cantidad de equilibrio, es la cantidad que se necesitará para lograr el punto de equilibrio para el caso el punto de equilibrio será 6,23, esta cantidad se demuestra con la siguiente formula:

$$\text{Cantidad de equilibrio: } \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable}}$$

$$\text{Cantidad de equilibrio: } \frac{\$12.519.680}{\$3.000.000 - \$990.000} = 6,23$$

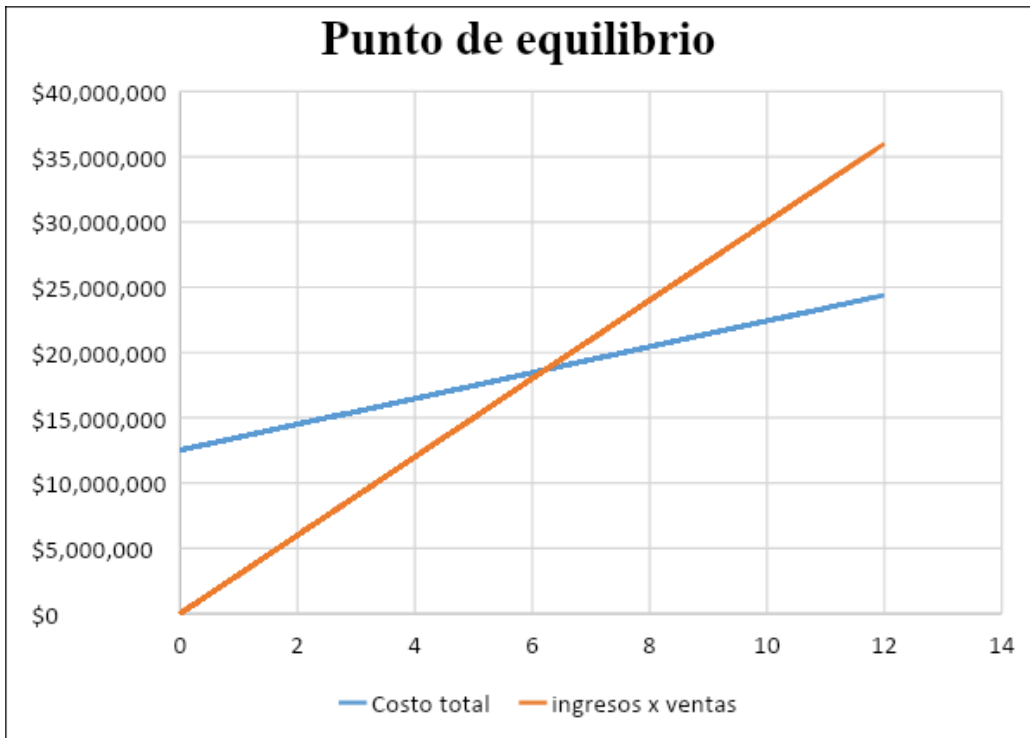
- Ingreso de equilibrio, mostrará el ingreso que debe percibir la empresa para lograr el punto de equilibrio para la línea de producción, en este caso será de **\$18.686.090**, el cual está dado por la multiplicación entre la cantidad de equilibrio y el precio de venta.

A continuación, se mostrará una tabla de proyección de ventas en donde el costo total variará dependiendo del costo variable y también la gráfica del punto de equilibrio.



| Unidades vendidas | Costo total   | ingresos x ventas |
|-------------------|---------------|-------------------|
| 0                 | \$ 12.519.680 | \$ -              |
| 1                 | \$ 13.509.680 | \$ 3.000.000      |
| 2                 | \$ 14.499.680 | \$ 6.000.000      |
| 3                 | \$ 15.489.680 | \$ 9.000.000      |
| 4                 | \$ 16.479.680 | \$ 12.000.000     |
| 5                 | \$ 17.469.680 | \$ 15.000.000     |
| 6                 | \$ 18.459.680 | \$ 18.000.000     |
| 7                 | \$ 19.449.680 | \$ 21.000.000     |
| 8                 | \$ 20.439.680 | \$ 24.000.000     |
| 9                 | \$ 21.429.680 | \$ 27.000.000     |
| 10                | \$ 22.419.680 | \$ 30.000.000     |
| 11                | \$ 23.409.680 | \$ 33.000.000     |
| 12                | \$ 24.399.680 | \$ 36.000.000     |

**Grafica No 8**



Como se observa, para en seis meses (semestral) una vez se inicie la línea de producción, se tendrá que vender 6,23 aproximando a 7 unidades para lograr el punto de equilibrio y que la empresa no cierre el año con utilidades negativas (perdidas) y al contrario genere ganancias. Lo que implica que en el año en deberá instalar mínimo 14 cocinas lo que económicamente rodea los \$38.000.000

## **15. Impacto social**

Desde luego que repercute en impacto social puesto que como menciono anteriormente la masiva construcción de torres de apartamentos es una gran demanda para el servicio que se ofrece generando empleo y satisfaciendo las necesidades y gustos de toda una sociedad pues como bien se sabe un apartamento lo entregan en obra gris y es donde surgen los clientes que debido a esto quieren poner adecuados su apartamento y es donde CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS puede darse a mostrar. Si la idea de negocio logra tener buen impacto así mismo se necesitará más personal por lo que se estará generando más empleo. Por ahora la empresa contaría con 5 empleados lo que la hace una microempresa y a medida que esta crezca así mismo dispondrá de más personal y ya que la demanda de trabajo es amplia tiene futuro este proyecto.

Ahora más que nunca se ha hecho realidad lo que venimos diciendo que la construcción es el motor de la economía y la verdadera "locomotora" que arrastra por los demás sectores económicos. Cuando se para, se produce una verdadera recesión en el empleo y en la actividad y por eso miles de trabajadores que ahora desafortunadamente están desempleados pueden dar buena fe de esta realidad.

### **15.1 impacto económico**

CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS es una idea de negocio como microempresa que, si tiene futuro se ira reflejando a medida de su crecimiento, ventas nacionales en el momento no se tiene pensado realizar y mucho menos exportaciones, este proyecto se va a

realizar a nivel local como se estipula al comienzo de este proyecto solo para la ciudad de Bogotá y es por esto que tanto proveedores de materias primas e insumos se buscaron en la ciudad, no se puede hablar de cifras económicas certeras y exactas ya que el servicio varía según las necesidades, el gusto y el poder adquisitivo del cliente que desee contratar el servicio, puede que debido a estos factores el servicio redondee una cocina de \$12.000.000 o un cliente más modesto redondee el servicio en \$5.000.000 por lo que el servicio a prestar no tiene un precio fijo. Los mesones y la madera para la instalación de la cocina se comprarán de acuerdo a las condiciones y es entonces donde entramos a interactuar con los proveedores. La idea en el año es instalar por lo menos 15 cocinas que económicamente para el punto de equilibrio serían \$38.000.000 en promedio cada cocina saldría a \$3.000.000 pero como digo esto puede variar y si las 15 cocinas se instalan de \$8.000.000 hacia arriba las ventas y resultados serán mucho mejor. Por consiguiente, para el punto de equilibrio se requiere el valor mencionado. A los proveedores se les irá comprando a medida que salgan servicios de instalación, no se va a comprar para tener almacenado puesto que no tendría sentido comprar granito y mármol que muy probablemente no se va a utilizar ya que este se compra según el gusto y capacidad económica del cliente que nos solicite la instalación, una vez mostrado el catálogo al cliente y este escoja y se diseñen los planos para la cocina se tiene contacto con el proveedor para conseguir el material y empezar a prestar el servicio.

## **15.2 impacto ambiental**

El sector de la construcción debe tener en cuenta que se necesitan más de 2 toneladas de materias primas por cada m<sup>2</sup> de vivienda que se construya, información importante que se debe tener en cuenta para cuando se realice la instalación del servicio que ofrece CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS. La cantidad de energía asociada a la fabricación de los materiales que componen una vivienda puede ascender, aproximadamente, a un tercio del consumo energético de una familia durante un periodo de 50 años, la producción de residuos de construcción y demolición supera la tonelada anual por habitante lo que implica un gran impacto ambiental. Los residuos que queden después de prestar el servicio por lo general ya no se pueden reutilizar pues son cortes de la piedra ya afectados por lo que estas

se desechan, para la madera aplica diferente puesto que esta se puede reutilizar para la cajonería de otra cocina a instalar o puede aplicarse para otra clase de trabajo.

La fabricación de materiales de construcción comporta el agotamiento de recursos no renovables a causa de la extracción ilimitada de materias primas y del consumo de recursos fósiles. Nuestro entorno natural se ve afectado por la emisión de contaminantes, así como por la deposición de residuos de todo tipo. La reducción del impacto ambiental de este sector se centra en tres aspectos:

el control del consumo de recursos, la reducción de las emisiones contaminantes, y la minimización y la correcta gestión de los residuos que se generan a lo largo del proceso, sin embargo, para poder conseguir el objetivo y contribuir al progreso sin dañar el planeta, será imprescindible:

Contar con la colaboración del personal que intervienen en las diferentes etapas del ciclo de vida de producto hasta que se convierte en servicio. Si cada uno de ellos asume la responsabilidad que le corresponde, será posible aplicar estrategias para la prevención y la minimización del impacto ambiental.

Considerar los residuos como un bien, es decir, aprovecharlos como materia prima mediante reciclaje o reutilización, e incorporarlos de nuevo en el proceso productivo, imitando en cierto modo a los ciclos naturales. Un recurso natural es aquel elemento o bien de la naturaleza que la sociedad, con su tecnología, es capaz de transformar para su propio beneficio. Por ejemplo, el grado de desarrollo que ha adquirido la sociedad actual ha sido capaz de transformar las piedras finas (recurso natural) en una fuente de construcción para grandes edificaciones como torres de apartamentos o centros comerciales. Los recursos se dividen en renovables y en no renovables. De modo que, cuando nos referimos a la energía que nos llega a través del sol, nos estamos refiriendo a un recurso renovable, que equivale a decir que “no se agota”, mientras que cuando nos referimos a la madera nos estamos refiriendo a recursos no renovables, pues sus existencias son limitadas y su regeneración depende de un proceso natural que requiere de años.

## 16. CONCLUSIONES

Con el estudio de mercados se puede concluir que la empresa CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS tendrá una gran oportunidad de penetrar el mercado de los muebles de madera para cocinas integrales y una ventaja puesto que ya conoce lo que debe hacer en este nuevo mercado. Con los respectivos análisis e información planteada se determina que la empresa puede iniciar de buena manera siempre y cuando avance la estrategia de mercadeo planteada y a su vez mejorar dichas estrategias con el fin de lograr mayor posicionamiento en la ciudad de Bogotá, lo que le permitirá a largo plazo expandirse en todo el país y porque no, también fuera del país.

El estudio técnico muestra los diferentes procesos que conlleva la elaboración de los muebles que, aunque son complejos y de cuidado, desde que se cuente con las herramientas y el personal adecuado para la producción de los muebles no debe tener mayores inconvenientes y debe marchar de manera correcta. Adicional para estos procesos se debe tener un control y supervisión constante con el fin de evidenciar fallos que se puedan corregir a tiempo y mejorar los procesos. Esto ayudará a que la toma de decisiones sea la correcta no solo por parte del responsable si no de cada uno de los partícipes del proyecto buscando un crecimiento estable para la empresa.

Como resultado del estudio financiero, se puede concluir que el proyecto es viable para la empresa en un mediano plazo. El resultado del 5 año es favorable con márgenes positivos mayores al de los años anteriores con los que la empresa podrá crecer económicamente y a su vez lograr expandirse a medida que transcurra el tiempo.

A partir de cada uno de los estudios y sus correspondientes factores se concluye de manera final que el proyecto es viable y posible para la ciudad de Bogotá. Siempre y cuando se tengan en cuenta los factores estudiados anteriormente lo que permitirá seguir una secuencia acorde para la realización y desarrollo del proyecto.

Para la empresa debe ser fundamental la satisfacción del cliente o los clientes, puesto que serán los que mayor promuevan los productos y servicios que la empresa CC MARMOLES Y ARTESANIAS SAS, es decir, la empresa debe concentrar gran parte de sus fuerzas en lograr una satisfacción buena en los clientes.

Es de suma importancia el seguimiento de los factores y componentes de cada uno de los estudios realizados con el fin de lograr el funcionamiento acorde de la línea de producción para la empresa y así asegurar la estabilidad del proyecto y de la empresa.

La empresa debe estar en mejoramiento constante en los diferentes procesos del proyecto y sus respectivas evaluación y autoevaluación deben ser de manera crítica, responsable y ética, esto ayudará a mejorar continuamente de manera organizada, eficiente y eficaz, La empresa siempre debe pensar de manera positiva y tener una actitud agradable que contagie a los partícipes que la integren e interactúen con esta misma.

## **17. REFERENCIAS**

Corporación unificada de Educación Superior CUN. (2011). ACUERDO No.002 DE 2.011 DEL CONSEJO DIRECTIVO REGLAMENTO ESTUDIANTIL.

Corporación Universitaria de Educación Superior CUN. (diciembre de 2013). Acuerdo No 037 del 31 de diciembre de 2013 el cual corresponde al Reglamento de Opción de Grado. Bogotá D.C.

Unidad de Emprendimiento y Liderazgo CUNBRE. (febrero de 2016). Syllabus Opción de Grado III.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Área técnica – AITIM, Productos básicos y carpintería – tableros contrachapados, 2015 [en línea]. [Fecha de consulta: 04 septiembre 2018]. Disponible en:

[https://www.cscae.com/area\\_tecnica/aitim/enlaces/documentos/Tableros\\_CONTRACHAPA\\_DOS\\_15.06.2015.pdf](https://www.cscae.com/area_tecnica/aitim/enlaces/documentos/Tableros_CONTRACHAPA_DOS_15.06.2015.pdf)

Área técnica – AITIM, Productos básicos y carpintería – tableros de partículas, 2011 [en línea]. [Fecha de consulta: 21 septiembre 2018]. Disponible en:

[http://infomadera.net/uploads/productos/informacion\\_general\\_455\\_Tableros\\_PART%C3%8DCULAS\\_28.06.2011.pdf](http://infomadera.net/uploads/productos/informacion_general_455_Tableros_PART%C3%8DCULAS_28.06.2011.pdf)

ARAUCO, como diseñar y construir correctamente una cocina [en línea]. [Fecha de consulta: 18 octubre 2018]. Disponible en:

[https://www.araucosoluciones.com/\\_file/17\\_16486\\_pdf\\_sch\\_foll-web\\_muebleria\\_como\\_diseñar\\_cocina\\_chile\\_11may\\_16-pdf\\_374\\_sol.pdf](https://www.araucosoluciones.com/_file/17_16486_pdf_sch_foll-web_muebleria_como_diseñar_cocina_chile_11may_16-pdf_374_sol.pdf)

María Esperanza Cuenca Coral, Análisis económico de la industria de muebles de madera en Colombia con una perspectiva desde el sector forestal 1991-2010, 2014 [en línea].

[Fecha de consulta: 18 octubre 2018]. Disponible en:

<http://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/739/1/52227310-2014-1-EF.pdf>