

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE
DOTACION EMPRESARIAL UBICADA EN EL DEPARTAMENTO DE
CUNDINAMARCA-PROVINCIA SABANA DE OCCIDENTE-CORREDOR
INDUSTRIAL CALLE 80.

LUZ DARY GARAY DIAZ

ID 52.323.079

UNIMINUTO- CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTA D.C

JUNIO 2010

PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE
DOTACION EMPRESARIAL UBICADA EN EL DEPARTAMENTO DE
CUNDINAMARCA-PROVINCIA SABANA DE OCCIDENTE-CORREDOR
INDUSTRIAL CALLE 80.

LUZ DARY GARAY DIAZ

ID 52.323.079

Trabajo de grado para optar el titulo de administradora de empresas

Directora

MARIA PEDRAZA

UNIMINUTO- CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTA D.C

JUNIO 2010

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bogotá D.C Mayo de 2010

Dedico este trabajo, A Dios, a Tania mi hija quien es la persona por la que lucho día a día, a mi madre por su apoyo incondicional, a mi familia por sus palabras de fortaleza en momentos difíciles.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primera medida a mi familia, quienes con su apoyo incondicional permitieron que este logro fuera realidad, con sus palabras de aliento en momentos difíciles y por su comprensión en tiempo y sacrificio durante esta etapa de mi vida.

A mi directora de proyecto de grado, la economista María Pedraza quien con sus conocimientos y alta experiencia me oriento en el proceso de este trabajo.

A cada uno de los profesores de la facultad de Ciencias Empresariales de Uniminuto por sus valiosos consejos y palabras de apoyo durante el transcurso y desarrollo de mi carrera como profesional.

CONTENIDO

| | Pág. |
|--|------|
| RESUMEN..... | 15 |
| INTRODUCCION..... | 19 |
| MARCO CONCEPTUAL..... | 20 |
| MARCO NORMATIVO..... | 21 |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 22 |
| 1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA..... | 23 |
| 1.1.1 Causas..... | 23 |
| 1.2.1 Efectos..... | 25 |
| 1.2 JUSTIFICACION..... | 27 |
| 1.3 OBJETIVO GENERAL..... | 40 |
| 1.3.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS..... | 40 |
| 1.4 MARCO TEORICO..... | 41 |
| 1.5 METODOLOGIA..... | 45 |
| 1.6 ANTECEDENTES..... | 47 |
| 1.6.1 Sector Industrial..... | 47 |
| 1.6.2 Seguridad Industrial..... | 50 |
| 2. ESTUDIO DE MERCADO..... | 55 |
| 2.1 ANALISIS DEL MERCADO..... | 56 |
| 2.2 IDENTIFICACION Y CARACTERIZACION DEL BIEN..... | 58 |
| 2.2.1 Línea Operativa:..... | 58 |
| 2.2.2 Línea Administrativa:..... | 60 |
| 2.2.3 Línea Servicios Generales:..... | 61 |
| 2.2.4 Línea Servicios de Vigilancia:..... | 61 |
| 2.3 ANALISIS DOFA..... | 63 |
| 2.3.1 Amenazas..... | 63 |
| 2.3.2 Oportunidades..... | 64 |

| | |
|---|----|
| 2.3.3 Fortalezas:..... | 64 |
| 2.3.4 Debilidades:..... | 65 |
| 2.4 DEMANDA..... | 66 |
| 2.5 OFERTA | 67 |
| 2.6 ANALISIS DE LA COMPETENCIA | 68 |
| 2.7 PRECIO DEL MERCADO | 71 |
| 2.8 PLAN DE MERCADO:..... | 72 |
| 2.8.1 PRODUCTO..... | 72 |
| 2.8.2 PRECIO..... | 72 |
| 2.8.3 PLAZA..... | 74 |
| 2.8.4 PROMOCION..... | 75 |
| 2.8.5 PERSONAS..... | 75 |
| 2.8.6 PUBLICIDAD | 76 |
| 2.8.7 PROCESOS | 78 |
| 2.9 ESTRATEGIAS DE PROMOCION..... | 78 |
| 2.10 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN: | 80 |
| 2.11 ESTRATEGIA DE SERVICIO:..... | 80 |
| 2.12 INVESTIGACION DE MERCADO..... | 82 |
| 3. ESTUDIO TECNICO | 88 |
| 3.1 UBICACIÓN DE LA EMPRESA..... | 88 |
| 3.2 MACRO LOCALIZACIÓN. | 90 |
| 3.3 TAMAÑO DE LA EMPRESA..... | 91 |
| 3.4 MAQUINARIA..... | 94 |
| 3.5 PROCESOS DE LA EMPRESA | 95 |
| 3.6 CRONOGRAMA DE LA INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA..... | 95 |
| 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y JURIDICO LEGAL..... | 96 |
| 4.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO..... | 96 |
| OBJETIVOS ESTRATEGICOS..... | 96 |
| 4.1.1 MISION | 96 |
| 4.1.2 VISION..... | 97 |
| 4.1.3 PRINCIPIOS CORPORATIVOS..... | 97 |

| | |
|--|-----|
| 4.1.4 ESTRATEGIA DE MERCADO-(Intensiva)..... | 98 |
| 4.1.5 ESTRATEGIA CORPORATIVA (Defensiva) | 99 |
| 4.1.6 ESTRATEGIA OPERATIVA (Funcional). | 99 |
| 4.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 100 |
| 4.6 PERFIL DE CARGOS Y FUNCIONES. | 102 |
| 4.7 MARCO JURÍDICO LEGAL DE LA EMPRESA. | 107 |
| 5. ESTUDIO FINANCIERO Y DE EVALUACIÓN ECONÓMICA..... | 114 |
| 5.1 PROYECCIÓN DE VENTAS | 115 |
| 5.3 COSTOS LABORALES..... | 117 |
| 5.4 PROYECCIÓN VOLUMEN DE COMERCIALIZACIÓN..... | 120 |
| 5.5 MATERIA PRIMA..... | 121 |
| 5.6 EMPAQUES | 122 |
| 5.7 INVERSIONES..... | 124 |
| 5.8 MONTO DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO | 125 |
| 5.9 MATERIALES INDIRECTOS | 128 |
| 5.9 GASTOS DIVERSOS | 129 |
| 5.10 GASTOS DE ADMINISTRACION. | 130 |
| 5.11 DETERMINACIÓN DE COSTOS | 131 |
| 5.12 ESTADO DE FUENTES Y USOS | 133 |
| 5.13 FLUJO NETO DEL PROYECTO | 136 |
| 5.8 ESTADOS FINANCIEROS DEL PROYECTO | 137 |
| 5.8.1 BALANCE GENERAL..... | 137 |
| 5.8.2 ESTADO DE RESULTADOS..... | 139 |
| 5.8.3 ANALISIS VERTICAL..... | 140 |
| 5.8.4 INDICADORES FINANCIEROS | 143 |
| 5.9 CUADRO RESUMEN PARA LA TOMA DE DECISIONES | 146 |
| CONCLUSIONES | 147 |
| LISTA DE REFERENCIAS..... | 150 |
| ANEXOS | 154 |

Lista de Mapas

Mapa 1. Provincia de Sabana de Occidente

Mapa 2. Provincia de Sabana Centro

Mapa 3. División de la ciudad de Bogotá según POT

Mapa 4. Ubicación de la competencia

Mapa 5. Macro localización de la Empresa

Lista de Gráficos

Grafico 1. Actividad económica de la población por zonas % personas.

Grafico 2. Establecimientos según actividad

Grafico 3. Total industrias manufactureras 2001-I / 2009 III

Grafico 4. Bodega parque empresarial OKIOS

Grafico 5. Mesa de corte

Grafico 6. Cortadora de tela

Grafico 7. Distribución de la inversión del proyecto

Grafico 8. Proyección de costos

Grafico 9. Proyección flujo de efectivo

Grafico 10. Proyección balance general

Grafico 11. Proyección estado de resultados

Lista de Cuadros

Cuadro 1. Teorías humanísticas

Cuadro 2. Estructura del proyecto

Cuadro 3. Empresas corredor calle 80

Cuadro 4. Clasificación del producto.

Cuadro 5. Empresas del mercado de dotación empresarial

Cuadro 6. Precios del mercado

Cuadro 7. Precio promedio línea Operativa

Cuadro 8. Precio promedio línea Administrativa

Cuadro 9. Precio promedio línea Servicios Generales

Cuadro 10. Precio promedio línea Servicios Vigilancia

Cuadro 11. Análisis de la encuesta

Cuadro 12. Ficha técnica de la encuesta

Cuadro 13. Proyección de ventas

Lista de Figuras

Figura 1. Pirámide de Maslow

Figura 2. Análisis DOFA

Figura 3. Logo

Figura 4. Aviso paginas amarillas

Figura 5. Valla publicitaria

Figura 6. Volante

Figura 7. Organigrama

Figura 8. Cargo Gerente General

Figura 9. Cargo Coordinador de logística

Figura 10. Cargo Almacenista

Figura 11. Cargo Vendedor

Figura 12. Cargo contabilidad

Figura 13. Cargo Jefe de Talento humano

Figura 14. Cargo Jefe de Compras

Figura 15. Cargo Auxiliar de Bodega

Figura 16. Cargo secretaria

Figura 17. Cargo conductor

Figura 18. Proyección de ventas

Figura 19. Costos laborales área administrativa

Figura 20. Costos laborales área Logística

Figura 22. Proyección volumen de Ventas

Figura 23. Costos de inventarios

Figura 24. Consumo materia prima

Figura 25. Empaques

Figura 26. Inversión en maquinaria y equipos

Figura 27. Inversión fija

Figura 28. Inversión diferida

Figura 29. Inversión total

Figura 30. Materiales indirectos.

Figura31. Gastos diversos.

Figura 32. Presupuestos de gastos

Figura 33. Costos fijos

Figura 34. Costos Variables

Figura 35. Punto de equilibrio

Figura 36. Fuentes de efectivo

Figura 37. Usos de efectivo

Figura 38. Evaluación financiera

Figura 39. Proyección Balance General ACTIVO

Figura 40. Proyección Balance General PASIVO

Figura 41. Proyección estado de resultados

Figura 42. Análisis vertical Balance General ACTIVO

Figura 43. Análisis vertical Balance General PASIVO

Figura 44. Indicadores Financieros

Figura 45. Resumen para toma de decisiones.

RESUMEN

El crecimiento económico en el departamento de Cundinamarca de los últimos años ha fortalecido especialmente el sector industrial en diferentes zonas de la ciudad de Bogotá, especialmente a las afueras de la capital el asentamiento de Parques Industriales, centros empresariales, zonas francas y terminales de carga. Favorece cada vez más el crecimiento económico del país.

De la misma manera la importancia en la seguridad de los trabajadores en ambientes laborales adecuados, ha aumentado el mercado de dotación y seguridad industrial que permite disminuir el índice de accidentabilidad que informan las Administradoras de Riesgos Profesionales (ARP).

El objetivo de este trabajo es presentar el plan de de negocios para la empresa DOTACIONES EMPRESARIALES LGD, una alternativa de dotación para los empleados de las empresas de la zona industrial de la calle 80.

La metodología utilizada en el presente trabajo esta determinada de la siguiente forma:

1. Como primera medida se analizara el sector industrial en la zona; cubriendo los municipios de Tenjo, Mosquera, Madrid, Cota y Funza, como zonas que limitan al sector y empresas que serian el cliente potencial para la empresa.

2. Teniendo presente el comportamiento del sector industrial a nivel nacional se hace un breve análisis con los datos proporcionados por el Banco de la República.
3. Posteriormente se realiza el estudio de mercadeo que permite determinar la demanda, oferta y plan de mercadeo para la nueva empresa, este estudio se apoyó con una encuesta realizada a empresas del sector.
4. Seguidamente se presenta el estudio técnico donde se formula la posible ubicación de la compañía teniendo presente el tamaño y los procesos internos para saber la capacidad con la que debe contar para cubrir la demanda.
5. Ya establecido el mercado meta al cual se va a direccionar la empresa y el tamaño que debe tener para cubrir las necesidades de los clientes; se realiza el estudio administrativo, en este estudio se refleja el direccionamiento estratégico para la nueva empresa definiendo Misión, Visión y políticas, del mismo modo se define la estructura organizacional, los cargos y la representación legal de la nueva empresa.
6. Por ultimo se realiza el estudio financiero y evaluación económica que permite visualizar la proyección en pesos de la empresa, Este estudio se realizó de acuerdo a los lineamientos de la cátedra de evaluación y formulación de proyectos por medio de las cédulas presupuestales que facilita recopilar todos los factores a tener en cuenta en la formulación de un proyecto de inversión.

Mediante el estudio de mercadeo se pudo determinar que el mercado meta de la nueva empresa estará ubicado en la zona industrial de la calle 80, específicamente 70 de las muchas empresas que conforman este corredor industrial, y con una proyección de ventas a las empresas de los municipios que limitan esta zona como lo son Mosquera, Tenjo, Madrid, Faca y Cota por su crecimiento económico en los últimos años, adicional a esto se plantearon estrategias de promoción, comunicación y servicio que permitirán el posicionamiento de la nueva empresa.

Con el estudio técnico se llegó a la conclusión que la empresa debe contar con una pequeña bodega en uno de los parques o centros industriales del sector permitiendo la cercanía con su cliente directo ya que los procesos y el tamaño de la empresa está determinado para un pequeño grupo de colaboradores y a su vez no necesitara de espacios grandes para el almacenamiento de sus productos.

En el estudio administrativo se determinó la estructura organizacional, cargos y el direccionamiento estratégico para la empresa. Enfocado a ofrecer productos de dotación empresarial a las organizaciones de la zona industrial de la calle 80 con una oferta de valor en cercanía a los clientes y con principios corporativos en pro del desarrollo industrial del sector.

Por ultimo el estudio financiero permitió definir los costos en los que se debe incurrir para llevar a cabo la nueva empresa durante los primeros cinco años, desde la proyección de ventas pasando por la evaluación económica de la propuesta hasta los indicadores financieros que arrojarían los estados financieros.

Este estudio permitirá tomar la decisión a inversionistas de la viabilidad de la empresa.

INTRODUCCION.

Con los conocimientos adquiridos en la carrera de administración de empresas realizada en Uniminuto, se presenta el siguiente proyecto de grado que permitirá afianzar dichos conocimientos plasmándolos en un plan de negocios para la creación de una empresa de dotación empresarial en la zona industrial de la calle 80.

Partiendo de la oportunidad que se presenta en este sector por el crecimiento de urbanizaciones industriales que han fortalecido el sector industrial en el país y la creciente demanda en seguridad empresarial por la normatividad expresada en las diferentes organizaciones como el Ministerio de Protección Social y las aseguradoras de riesgos profesionales; se ve la posibilidad de incursionar en este mercado con una empresa que satisfaga dicha demanda.

La seguridad social de las organizaciones se debe ver reflejada en las buenas condiciones laborales hacia sus empleados, en un mercado tan competitivo como el de los últimos tiempos las empresas deben contar con un grupo de colaboradores que permitan por medio de sus actividades lograr los objetivos que se planteen, por esta razón el proyecto de esta nueva empresa aportara desde el principio de protección y normatividad productos que faciliten el bienestar los empleados.

MARCO CONCEPTUAL

SALUD OCUPACIONAL: Se define como la disciplina que busca el bienestar físico, mental y social de los empleados en sus sitios de trabajo.

MOTIVACIÓN: Causa del comportamiento de una persona, o razón por la que una persona lleva a cabo una actividad determinada.

SALUD: Es un estado de bienestar físico, mental y social. No solo en la ausencia de enfermedad.

TRABAJO: Es toda actividad que el hombre realiza de transformación de la naturaleza con el fin de mejorar la calidad de vida.

AMBIENTE DE TRABAJO: Es el conjunto de condiciones que rodean al trabajador y que directa o indirectamente influyen en su estado de salud y en su vida laboral.

RIESGO: Es la probabilidad de ocurrencia de un evento. Ejemplo Riesgo de una caída, o el riesgo de ahogamiento.

FACTOR DE RIESGO: Es un elemento, fenómeno o acción humana que puede provocar daño en la salud de los trabajadores, en los equipos o en las instalaciones. Ejemplo, sobre esfuerzo físico, ruido, monotonía.

INCIDENTE: Es un acontecimiento no deseado, que bajo circunstancias diferentes, podría haber resultado en lesiones a las personas o a las instalaciones. Es decir UN CASI ACCIDENTE. Ejemplo un tropiezo o un resbalón.

ACCIDENTE DE TRABAJO: Es un suceso repentino que sobreviene por causa o con ocasión del trabajo y que produce en el trabajador daños a la salud (una lesión orgánica, una perturbación funcional, una invalidez o la muerte). Ejemplo herida, fractura, quemadura.

MARCO NORMATIVO

Decreto 614 de 1984 Art 8- Art 28 y Art 29: Bases para la organización y administración de salud ocupacional en el país.

LEY 70 DE 1988: Dispone el suministro de calzado y vestido de labor para los empleados del sector público.

Resolución 1016 de Marzo 31 de 1989: Reglamenta la organización, funcionamiento y forma de los Programas de Salud Ocupacional que deben desarrollar los patronos o empleadores en el país.

LEY 9 DE 1989: Normas sobre planes de desarrollo municipal, compraventa y expropiación de bienes y se dictan otras disposiciones.

Código Sustantivo de Trabajo Titulo III Capitulo IV-Articulo 230 "OVEROLES Y CALZADO PARA TRABAJADORES" (5 de Agosto de 1994).

DECRETO 1295 DE 1994: La organización y administración del Sistema General de Riesgos Profesionales.

LEY 388 DE 1997: Armonizar y actualizar las disposiciones contenidas en la Ley 9ª de 1989 con las nuevas normas establecidas en la Constitución Política, la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo, la Ley Orgánica de Áreas Metropolitanas y la Ley por la que se crea el Sistema Nacional Ambiental

DECRETO 3600 DE 2007: Se reglamentan las disposiciones de las Leyes 99 de 1993 y 388 de 1997 relativas a las determinantes de ordenamiento del suelo rural y al desarrollo de actuaciones urbanísticas de parcelación y edificación en este tipo de suelo y se adoptan otras disposiciones

LEY 152 DE 1994: Se establece la Ley Orgánica del Plan de Desarrollo.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El recurso humano es uno de los factores productivos mas importantes para las organizaciones, contar con empleados sanos tanto física como mentalmente estimula la productividad permitiéndole a las empresas una competitividad en las condiciones del entorno (social, económico, político, ambiental y legal).

La seguridad industrial como factor primordial de calidad de vida para un empleado es la responsabilidad que tienen las organizaciones para mantener buenas condiciones en el ambiente laboral con bajos índices de accidentalidad, los accidentes laborales suelen ser causados por la inadecuada utilización de materiales, por la no protección y atención a los empleados en el desempeño diario de su trabajo.

Las indemnizaciones a las que se ven obligadas las empresas por enfermedades profesionales y accidentes de trabajo son un riesgo para su funcionamiento, adicional a esto, no cumplir con la ley establecida en el código sustantivo de trabajo (CST) Capitulo IV, Art 230 Calzado y overoles para trabajadores lleva a sanciones que puede afectar directamente los recursos financieros de la compañía.

Otro de los factores que aportan a la competitividad de las organizaciones es la imagen corporativa y no solo la que ve el cliente externo, tener a los empleados uniformados mejora los procesos internos, es una estrategia de posicionamiento y da a los empleados un sentido de pertenencia con la organización.

Viendo la necesidad de un mercado en donde la seguridad ocupacional, higiene, seguridad industrial e imagen corporativa se han convertido en un elemento esencial para cualquier labor, se plantea el interrogante.

1.1 FORMULACION DEL PROBLEMA.

¿Por qué no se aprovecha el espacio del corredor industrial de la calle 80 para desarrollar un mercado de dotación empresarial basado en el principio de normatividad y protección para los empleados de las organizaciones del sector?

1.1.1 Causas

Las causas se han clasificado en cuatro tipos:

Mercado.

Desconocimiento de los factores de riesgo que producen los accidentes de trabajo: Dentro del marco legal como obligatoriedad de las empresas en el suministro de dotación y seguridad industrial para los empleados se ve la necesidad del suministro de estos elementos basados en el principio de protección y prevención de accidentes laborales, adicional a esto apoyar la imagen corporativa para el reconocimiento de la empresa.

Las prendas utilizadas para desempeñar cualquier actividad laboral deben ser confeccionadas para tal fin: El suministro de dotación para empleados debe ser cada 4 meses del año por esto las prendas para dichas actividades deben ser confeccionadas para mantener una resistencia mínima durante este tiempo o múltiples dotaciones.

La competencia: El incremento en este tipo de negocios desde la creación de la normatividad exige a los empresarios a suministrar estos elementos a los empleados, esto ha llevado a la creación de pequeñas empresas que abarcan parte de este mercado.

Tecnología.

Los adelantos tecnológicos en la manufactura de productos exigen una protección para las personas que la manipulan: Con los nuevos procesos productivos se debe dotar a los empleados de los mínimos requisitos de seguridad para su bienestar y a su vez una buena producción de la empresa.

Administrativas.

La disminución de costos administrativos: En muchas organizaciones se entregan bonos a cambio de dotación para los empleados esto para disminuir costos administrativos, Aunque es contra la ley según el Artículo 234 de C.S.T dar en dinero lo correspondiente a las dotaciones de overol y calzado.

Financieras.

Falta de importancia en la seguridad ocupacional: Se sabe que existe el riesgo de un accidente laboral en cualquier momento del día, pero invertir en programas de seguridad industrial no es prioridad para algunas empresas, tomar conciencia de esta necesidad sin calcular que finalmente el costo-beneficio es más conveniente para las organizaciones.

Desconocimiento técnico para realizar pronósticos financieros de largo plazo y medir la factibilidad del proyecto: Los estudios financieros están enfocados a la distribución de elementos de seguridad industrial en los cuales los costos no serían tan altos, la factibilidad de una empresa que conjugue dotación y seguridad industrial es un estudio y análisis financiero más complejo.

1.2.1 Efectos.

Mercadeo.

Estándar de dotación para empresas: Por ser prendas que no necesitan acabados delicados, ni accesorios para el caso de la industria se confeccionan de manera igual para todas las empresas; overoles y batas en las mismas telas y acabados.

Tecnología.

La materia prima para la elaboración de elementos de seguridad industrial no cuenta con la suficiente calidad: Muchos trabajadores se encuentran en peligro por la baja calidad de los materiales de estos productos, por ello esta serie

de elementos debería contar con altos niveles de calidad, dureza, durabilidad y resistencia para proporcionar una mayor proyección a los empleados.

Administrativos.

Tercerización de las empresas: Con las nuevas figuras empresariales las compañías optan por esta figura para minimizar los costos de dotación, seguridad industrial y hasta indemnización, lo que permite una disminución del mercado

Financiero.

El ahorro de las empresas en la inversión de estos elementos. En algunas empresas se está recortando el presupuesto en lo que tiene que ver con la dotación y seguridad industrial.

1.2 JUSTIFICACION.

El crecimiento de las diferentes urbanizaciones industriales que se han formado en el país, especialmente en las áreas metropolitanas, como zonas francas áreas geográficas delimitadas dentro de un territorio nacional, donde se desarrollan actividades industriales de bienes y servicios o actividades comerciales, bajo una normatividad especial en cuanto a materia tributaria, aduanera y de exportación. de las cuales existen once en Colombia distribuidas así: Barranquilla (1), Bogotá (1), Cali (1), Cartagena (2), Cúcuta (1), La Tebaida (1), Palmira (1), Santa Marta (1), Sopó (1) y Rionegro (1)¹. Estas zonas francas han fortalecido el desarrollo industrial del país en tres aspectos importantes.

Primero se ha incentivado a la inversión extranjera y nacional para las industrias, la modernización en la infraestructura de la capital, se promueve a la creación de economías de escala, y la generación de empleo directo en los diferentes sectores de la economía nacional. Estos logros a nivel industrial son una estrategia en cuanto a competitividad y en cuanto a ubicación por la cercanía a las zonas francas para la adquisición de insumos y materias primas para sus productos de igual manera el beneficio que adquieren en la disminución de impuestos por pertenecer a estas zonas industriales le permite a los futuros empresarios una ventaja en sus negocios.

¹http://web.presidencia.gov.co/especial/zona_franca/index.html#que_son. Tomado el 20 de Abril de 2010.

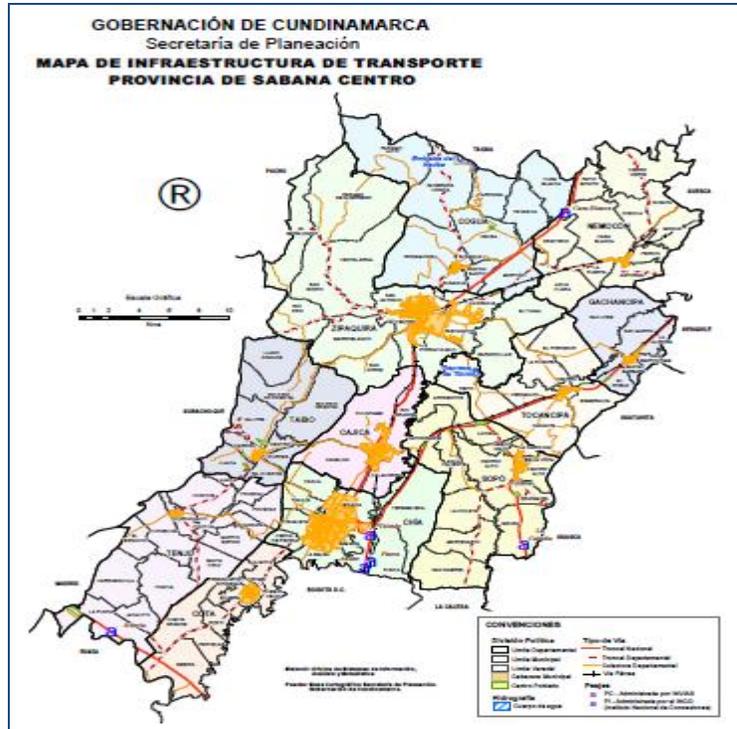
Un segundo aspecto es la responsabilidad social empresarial RSE entendiéndose como la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés)². Esta RSE ha permitido que las empresas realicen actividades que orienten a la satisfacción de su entorno y a cubrir adecuadamente las necesidades de sus clientes como también al cuidado y preservación del medio ambiente.

Adicional a esto la RSE aumenta la productividad y utilidades en las organizaciones, crea una imagen corporativa positiva para la sociedad, facilita nuevos negocios, da confianza al sector financiero para inversiones futuras de crecimiento, y lo mas importante crea fidelidad de sus clientes.

El tercer aspecto importante es el crecimiento económico en la zona Industrial de la calle 80 que se ha fortalecido permitiendo la construcción de parques industriales y el desplazamiento de empresas hacia las afueras de la ciudad. Según estudios realizados por las importantes inmobiliarias del país (Colliers Internacional y Lonja propiedad raíz), constructoras como PAYC y construcciones Arrecife, el crecimiento de parques industriales y zonas francas en las zonas suburbanas de Cota, Funza y Mosquera ha sido del 44% entre el primer semestre de 2007 y el 2008. Esto a su vez hace que suban los precios por metro cuadrado en estos espacios industriales debido a que las normas del Plan de Ordenamiento Territorial (POT) también han generado cambios en la tendencia en zonas como Siberia (hacia La Calle 80) y Engativá (hacia el Aeropuerto Eldorado) se están

² Artículo CCER Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial/Que es responsabilidad social empresarial.

Mapa 2. Provincia de sabana Centro

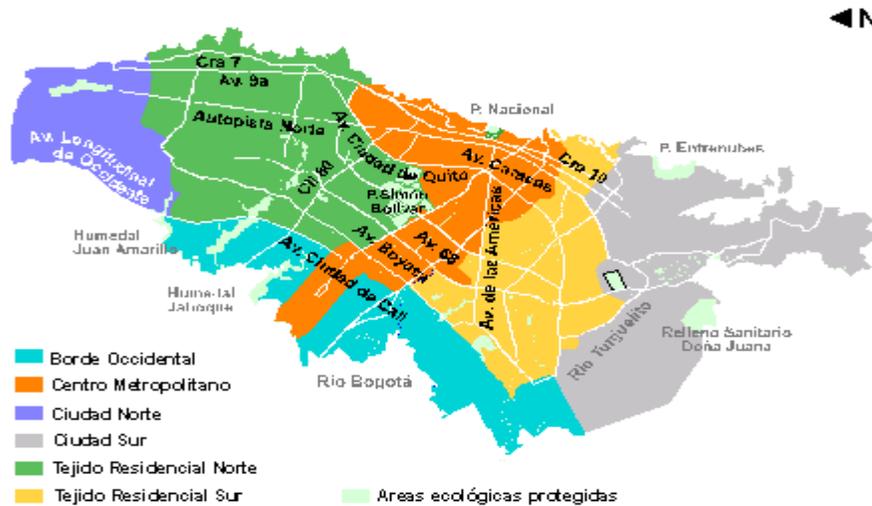


Fuente: Gobernación de Cundinamarca, Secretaria de Planeación.

A nivel local el plan de ordenamiento territorial de la ciudad de Bogotá divide a la ciudad en 5 áreas para recuperar y diferenciar las áreas residenciales, comerciales, industriales, de expansión y reserva natural, Una de estas áreas es el borde occidental, este territorio comprende el espacio de transición entre las áreas urbanizadas y los municipios ubicados al costado occidental del río Bogotá.⁴

⁴http://contenido.metrocuadrado.com/contenidom2/ciudyprec_m2/inforbog_m2/informacingeneralbogot/ARTICULO-WEB-PL_DET_NOT_RED_M2-1990929.html

Mapa 3: División de la ciudad de Bogotá según el POT.



Fuente: Metro cuadrado.com

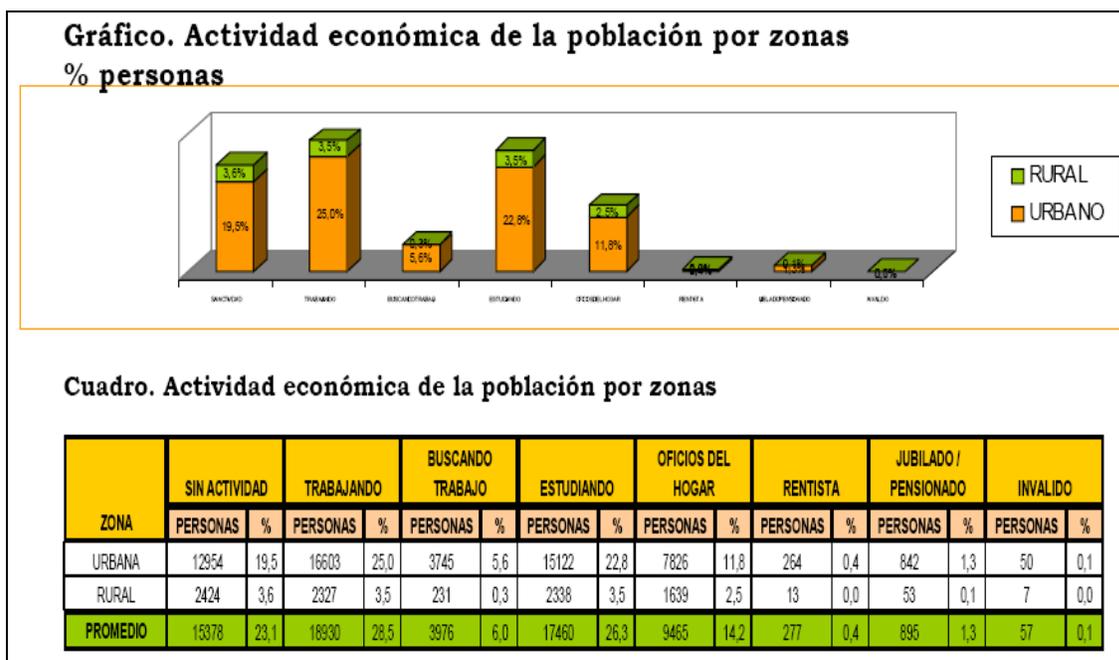
En el informe de la Secretaria de Planeación del departamento de Cundinamarca en donde se informan las cuentas económicas del mismo y con datos suministrados por el DANE respecto al censo económico realizado en el año 1999, El departamento de Cundinamarca contaba con 52.953 establecimientos relacionados con la industria de los cuales 4.365 se dedicaban al sector industrial, 29.059 al comercio y 19.529 a los servicios los cuales se ubicaban en Soacha, Sabana de Occidente y Sabana Centro.

Uno de los primeros municipios que limitan con el corredor industrial de la calle 80 es el municipio de MADRID el cual se destaca por ser el mayor municipio floricultor de Colombia, con 1.000 hectáreas donde trabajan mas de 30.000 personas generando así al país muchas divisas y recursos, Dentro de estas

empresas dedicadas a esta actividad se pueden destacar Fantasy flowers, Imperial, Santa Mónica Flowers, Flores de los Andes, Rosas Colombianas, Rosas Tesalia, Agrícola Papagayo, Senda Brava, entre muchas otras. En el sector industrial Madrid cuenta con las sedes de Colcerámica S.A. (empresa de la organización Corona), Café Águila Roja, Postobón, Ajoever, Factoría del Vidrio, Bellini, Molinos Capri, Facelec, Prolav.

En cuanto a las actividades económicas que desarrolla la población de Madrid, se observa que el 28.5% de las personas trabaja, el 26.3% estudia, el 23.1% no desarrolla ningún tipo de actividad económica, el 14.2% se dedica a oficios del hogar, el 6.3% busca trabajo, el 1.3% es jubilado o pensionado y en una baja proporción, las personas son rentistas o inválidas

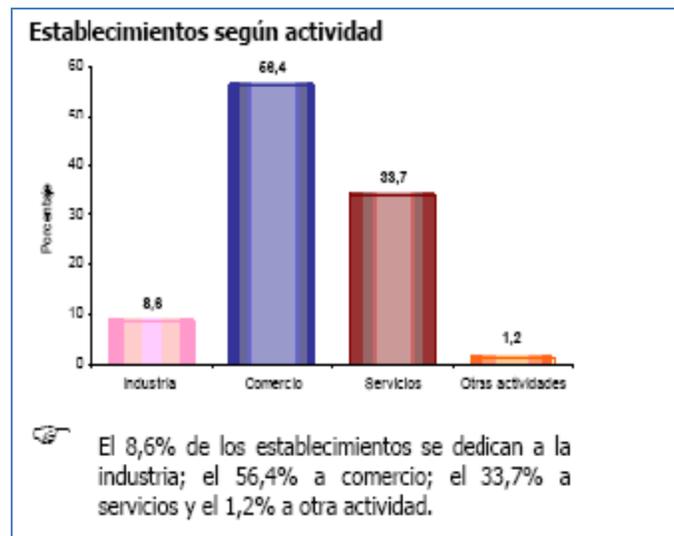
Grafico 1 Actividad económica de la población por zonas % personas



Fuente: Plan de Desarrollo Municipal Madrid-Cundinamarca” CONSTRUYENDO A MADRID CON SENTIDO SOCIAL 2008-2012.

Como se puede observar en el grafico No 1 la actividad económica del sector solo esta representada en un 23.1% personas económicamente activas, adicional a esto y pese a que el municipio esta ubicado en el eje industrial de occidente tiene un porcentaje bajo de industrialización solo el 8% son actividades del sector industrial. Grafico 2.

Grafico 2: Establecimientos según actividad.



En el plan de desarrollo municipal de Madrid Cundinamarca **Construyendo a Madrid con sentido social 2008-2012**” donde se encuentra la información detallada del Municipio se puede observar específicamente que la economía de la región esta caracterizada por un fuerte desarrollo industrial en la carretera de Occidente junto con los municipios de Mosquera y Funza.

Dentro de los enfoques del Plan se encuentra el desarrollo territorial el cual a través de políticas de desarrollo económico se potencializara el territorio en lo urbano con industrias y en lo rural con la economía agropecuaria del campo.

La normatividad establecida en la ley orgánica, ley 388 de 1997 Artículo 15 referente a Normas Urbanísticas las cuales regulan el uso, la ocupación y el aprovechamiento del suelo y según el plan de ordenamiento territorial municipal de Madrid, donde se define como objetivos de inversión el asentamiento de nuevas industrias en el municipio permitirá visualizar un mercado potencial en la zona

Por otro lado dentro de las metas propuestas para el plan de desarrollo en cuanto a la promoción del desarrollo se encuentra la de INCENTIVAR LA LOCALIZACION DE NUEVA INDUSTRIA EN EL MUNICIPIO esta meta está enfocada en incentivar la localización de 10 nuevas industrias en el municipio, buscando ampliar la oferta laboral de los madrileños para la reducción de pobreza. Promocionar con los empresarios la localización de sus industrias de transformación en los sectores permitidos y buscar espacios de encuentros de inversionistas nacionales y extranjeros para la localización de nueva industria.⁵

Otro de los municipios que limitan el corredor industrial de la calle 80 es el municipio de Funza ubicado a 15k de la ciudad de Bogotá. La actividad económica principal de este municipio esta enfocada al comercio al por mayor y al por menor

⁵ Eje económico. unidos trabajando por el desarrollo económico de Madrid, programa – Madrid y ciudad – región- meta No 5.1.1.4

esta actividad representa el 87.3% de la economía del municipio seguido de un 12% en industrias manufactureras, La ganadería y actividades pecuarias están constituidos por pequeños, medianos y grandes productores

En su plan de desarrollo ***Funza: ciudad eficiente 2008-2011*** dentro del eje desarrollo físico se formula el programa de integración regional el cual tiene por objetivo definir, desarrollar e incorporar los escenarios e iniciativas para la integración del municipio con la región y la región capital, En el eje económico apoyo a conformación de microempresas viables y sostenibles el objetivo es brindar o gestionar asesorías para la creación y el adecuado funcionamiento de las microempresas.

El municipio de MOSQUERA cuenta con una fortaleza económica en cuanto a su actividad agrícola en el municipio se encuentran grandes haciendas dedicadas a esta actividad en cultivos de espinacas, coliflor, lechuga, zanahoria, apio, ajos, papa y arveja entre otras. A pesar de ser una región de bastantes cultivos de flores no ha sido representativo como lo es para los municipios de Funza y Madrid. En cuanto a la ganadería Mosquera explota la raza Holstein y Normanda, para lechería y carnes, y en menor escala la cría y ceba de especies menores como cerdos y pollos.

Por su cercanía a Bogotá, su relieve y su clima en el municipio se han instalado varias industrias en el corredor industrial de occidente lo que ha permitido ser financieramente sostenible para su propia dinámica económica.⁶

En cuanto al plan de gobierno “**Recuperemos a Mosquera**” 2008-2011 Se establecen ejes temáticos para el desarrollo del mismo, dentro de ellos se encuentra el eje visional- recuperación productiva - administración en el cual se implementaran acciones para fortalecer la industria a través de estímulos que garanticen la presencia de nuevas industrias en el municipio

Otro de los municipios es COTA comprende 5.343,46 hectáreas de las cuales aproximadamente 141,56 pertenecen al área urbana y el restante 5.202 al área rural. Su economía se destaca en la agricultura con cultivo de hortalizas.

El plan de desarrollo **Cota... nuestro compromiso para volver a creer** en el eje transformador de desarrollo económico el municipio pretende identificar fuentes productivas de generación de empleo, mejorar la capacidad empresarial, fomentar la atracción de la inversión empresarial, comercial e industrial al municipio.

Por ultimo el municipio de TENJO tiene como base economía actividades agropecuarias las cuales se presentan en el 86% de sus veredas , en su plan de desarrollo **Tenjo, territorio de paz, desarrollo y bienestar 2008-2008** dentro de la política de desarrollo económico se plantea la disminución de desempleo ya que es uno de los problemas mas críticos del municipio, por esta razón en el plan de

⁶ <http://mosquera-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=m111--&m=f#economia>, Tomado el 20 de abril de 2010.

desarrollo el municipio promoverá una política de desarrollo económico local que fortalecerá la capacidad económica que mejorara la calidad de vida de sus habitantes .Adicional a esto en el eje visión del Plan se plantea el programa de movilidad para el desarrollo y la integración regional este programa esta enfocado en mejorar la infraestructura vial la cual permitirá al municipio consolidar los corredores de comercio, desarrollo y turismo y mejorar la funcionalidad urbano rural para generar mayor competitividad y productividad

Como se puede observan los planes de desarrollo de los municipios que limitan con el corredor industrial de la calle 80 están articulados al crecimiento económico de si mismos y a su vez del sector, por esta razón se ve una proyección en el crecimiento económico del sector al incentivar la industria para el bienestar común la cual permitirá la oportunidad de nuevas empresas.

Normatividad en Dotación empresarial

Otro de los puntos por los cuales se plantea la viabilidad del proyecto es la normatividad en cuanto a la dotación para empleados.

A partir del 5 de Agosto de 1950 el Código Sustantivo de Trabajo dispone en el Capítulo IV CALZADO Y OVEROLES PARA TRABADORES la obligatoriedad de los empleadores a suministrar dotación a sus empleados. El texto establece:

CALZADO Y OBEROLES PARA TRABAJADORES.ARTICULO 230. SUMINISTRO DE CALZADO Y VESTIDO DE LABOR. <Artículo modificado por el artículo 7o. de la Ley 11 de 1984. El nuevo texto es el siguiente:> Todo {empleador} que habitualmente ocupe uno (1) o más trabajadores permanentes, deberá suministrar cada cuatro (4) meses, en forma gratuita, un (1) par de zapatos y un (1) vestido de labor al trabajador, cuya remuneración mensual sea hasta dos (2) veces el salario mínimo más alto vigente. Tiene derecho a esta prestación el trabajador que en las fechas de entrega de calzado y vestido haya cumplido más de tres (3) meses al servicio del empleador.

Como se puede observar es obligación de los empleadores suministrar este tipo de dotación a sus empleados, las fechas pueden estar determinadas cerca de; el 30 de Abril, 31 de Agosto y 20 de Diciembre, aunque no es la fecha exacta en la que se debe entregar la dotación, si se debe tener presente que son 3 veces por año.

La dotación es también una herramienta de trabajo, la cual le permite al empleado realizar sus actividades en una forma cómoda y segura, Aunque la ley solo establece que la dotación se debe entregar a empleados que devenguen hasta 2 Salario Mínimo Legal Vigente (SMLV), es voluntario de la empresa entregar dotación a personas que superen este monto en su salario.

En la actualidad el uniforme como es llamado en algunas organizaciones a este tipo de dotación, es para todos los empleados sin importar la condición que exige la ley, Tener a todos los empleados uniformados le permite a la compañía crear un ambiente de trabajo en grupo y reconocimiento de igualdad frente a sus clientes, imagen importante para el crecimiento social de la compañía.

Por este motivo una de las oportunidades que tiene la nueva empresa es que estará sujeta a la ley de dotación y protección de los empleados permitiendo aumentar su mercado con el asentamiento de nuevas empresas en la zona.

1.3 OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa dedicada a la comercialización de dotación empresarial en el departamento de Cundinamarca- Provincia sabana Occidente- Zona Industrial calle 80.

1.3.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, la oferta, precios, mercado objetivo para la dotación empresarial.

Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño de la empresa e impulsar los productos estableciendo los procesos de comercialización.

Diseñar un estudio administrativo y jurídico legal para plantear el direccionamiento estratégico del negocio, estructura administrativa y su identidad jurídica.

Realizar un estudio financiero y de evaluación económica para plantear la factibilidad de la futura empresa.

1.4 MARCO TEORICO

La gestión del talento humano vincula las personas y las organizaciones. Las personas en el sentido de dependencia para subsistir y alcanzar sus objetivos personales y las organizaciones para producir bienes y servicios con el objetivo de atender a los clientes para así alcanzar el éxito; Se puede precisar que la una depende de la otra, ya que si en una organización no hay personas que dediquen parte del día trabajando las empresas no tendrían productos para competir en el mercado.

Las personas pueden ser vistas como socias de las organizaciones, son proveedores de conocimientos, habilidades, capacidades e inteligencia como el aporte más importante que permite tomar decisiones racionales y da rumbo a los objetivos de la compañía.

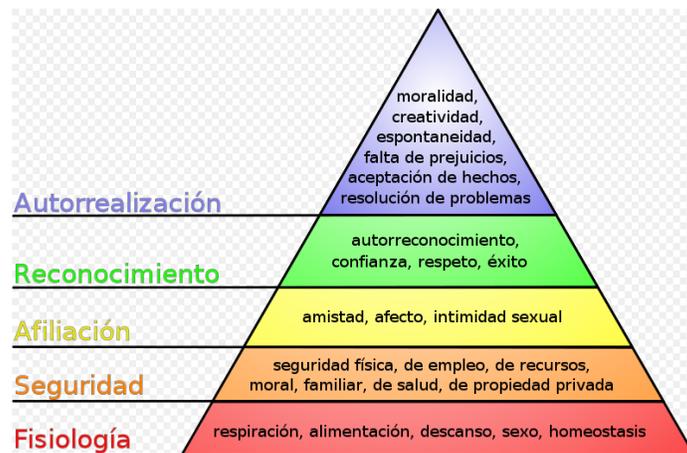
En el siglo XX después de la revolución industrial donde surge el concepto actual de trabajo y se definen tres eras organizacionales; la era industrial clásica, la era industrial neoclásica y la era de la información se produjeron grandes cambios y transformaciones en las organizaciones influyendo en su administración y su comportamiento.

En la era industrial clásica en el periodo de 1900 y 1950, las personas eran vistas como recursos de producción, la estructura organizacional era burocrática caracterizada por la forma piramidal y departamentalización funcional,

reglamentos internos para disciplinar el comportamiento de las personas, la preocupación de las organizaciones de este tiempo era la eficiencia respecto a la cantidad de productos fabricados.

Según Abraham Harold Maslow (1943) autor de la teoría Humanística (Teoría de la Motivación) basada en las necesidades del individuo, partiendo que el progreso de una persona reside en satisfacer necesidades básicas, estableciendo cinco niveles que, según él explicaban la determinación del comportamiento humano. Este orden de necesidades sería el siguiente: (1) fisiológicas, (2) de seguridad, (3) afiliación, (4) reconocimiento, y (5) autorrealización

Figura No1: Pirámide de Maslow



Teoría de las relaciones humanas⁷ (Escuela humanística de la administración)

Otro aporte importante en la teoría Humanística fue la teoría de las relaciones humanas de Elton Mayo, esta teoría surgió en los Estados Unidos a partir de la década de los años 30, y está enfocada en dos etapas básicas:

⁷ CHIAVENATO, Adalberto: Introducción a la Teoría General de la Administración. Quinta Edición, Bogotá: Editorial McGraw-Hill Latinoamericana, S.A., 2003. Pág. 143 Capítulo V.

Análisis del trabajo y adaptación del trabajador al trabajo: En esta etapa domina el aspecto meramente productivo, la psicología del trabajo o psicología industrial, características humanas que exigía cada tarea por parte de su ejecutante, y la selección científica de los empleados, esta selección científica se basaba en pruebas en la selección de personal, la orientación profesional, los métodos de aprendizaje y de trabajo, la fisiología del trabajo y el estudio de los accidentes y la fatiga.

Adaptación del trabajo al trabajador. Esta etapa se caracteriza por la creciente atención dirigida hacia los aspectos individuales y sociales del trabajo sobre aspectos productivos, los temas predominantes eran el estudio de la personalidad del trabajador y del jefe, el estudio de la motivación y de los incentivos de trabajo, del liderazgo, de las comunicaciones, de las relaciones interpersonales y sociales dentro de la organización.

Cuadro 1 Teorías Humanísticas

| TEORIA DE LA MOTIVACION | TEORIA DE LAS RELACIONES HUMANAS |
|---|--|
| Abrahán Harold Maslow (1943) | Elton Mayo (1924) |
| <i>Necesidades Básicas - Fisiológicas</i> | <i>Estudia la organización como grupos de personas</i> |
| | <i>Hace énfasis en las personas.</i> |
| <i>Necesidades de seguridad</i> | <i>Se inspira en sistemas de psicología.</i> |
| <i>Necesidades de Afiliación</i> | <i>Delegación plena de autoridad.</i> |
| | <i>Autonomía del trabajador.</i> |
| <i>Necesidades de Reconocimiento</i> | <i>Confianza y apertura.</i> |
| | <i>Énfasis en las relaciones humanas entre los empleados</i> |
| <i>Necesidades de Auto superación.</i> | <i>Confianza en las personas.</i> |
| | <i>Dinámica grupal e interpersonal.</i> |

1.5 METODOLOGIA

La metodología que se va a usar para el desarrollo de este proyecto de grado, se define como mixta, Cuenta con los dos elementos metodológicos; cuantitativo ya que se recogen y analizan datos sobre variables y factores medibles para obtener resultados como lo es la realización de una encuesta para determinar el mercado meta y el estudio financiero para la evaluación final del proyecto. Por otro lado es cualitativo desde la observación del comportamiento de las personas y el bienestar de los empleados en condiciones laborales sanas.

Adicional a esto es deductivo ya que permite por medio de la observación explicar situaciones particulares como el crecimiento económico de la zona por las variables de desarrollo económico de los municipios.

En cuanto a la estructura de la metodología utilizada en el proyecto de grado se divide en cuatro etapas.

Primera etapa: (Marco General) En esta etapa se contemplaron los factores por los cuales la futura empresa será viable en la zona industrial de la calle 80, teniendo en cuenta los planes de desarrollo de los municipios que limitan el sector y sus características económicas y de evolución industrial.

Segunda etapa: (Marco Teórico Y Legal) Corresponde a la investigación del comportamiento del sector industrial a nivel nacional de los últimos 9 años, la

evolución de la seguridad industrial dentro del marco normativo a nivel internacional con información de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y nacional con la normatividad expedida desde el año 1938, por ultimo las políticas ambientales que rigen el desarrollo económico con la creación del Sistema Nacional Ambiental (SINA).

Tercera Etapa: (Desarrollo) Desarrollo de los objetivos específicos donde se realizaron los cuatro estudios planteados para la factibilidad de la futura empresa, presentación de los resultados de la información recolectada por medio del instrumento.

Cuarta Etapa:(Evaluación) Evaluación final, conclusiones y elaboración final del documento.

Cuadro 2: Estructura del proyecto de Grado.

| Metodologia | | | |
|--|--|--|---|
| <p>Marco General</p> <p>Problematica. Justificaciòn. Antecedentes. Objetivos .</p> | <p>Marco Teorico y Legal</p> <p>Teorias aplicadas al proyecto. Abrahan Maslow- Elton Mayo</p> <p>Normatividad. Art 230 C.S.T</p> | <p>Desarrollo</p> <p>Diseño de la encuesta. Realizacion de la encuesta. Análisis de la informacion. Presentacion de resultados .</p> | <p>Evaluaciòn</p> <p>Evaluacion Final. Conclusiones. Presentacion final del proyecto.</p> |

1.6 ANTECEDENTES

1.6.1 Sector Industrial

Desde marzo de 1997 La junta directiva del Banco de la República dentro de sus funciones presenta al Congreso de la República el informe detallado de los resultados macroeconómicos, las metas adoptadas por la Junta y las perspectivas de las distintas variables macroeconómicas del país⁸. Tomando como base los datos de estos informes en el periodo de los últimos 9 años se puede ver el comportamiento de la economía desde el escenario del sector industrial al cual esta enfocado el presente proyecto.

En el año **2000** el país pasaba por uno de los retos mas difíciles, recuperar y estabilizar la política económica era una de las metas del Banco de la República y sus logros se estaban viendo reflejados en el 2.23% en crecimiento económico del país para el primer trimestre de ese año donde el sector industrial tenía una significativa recuperación del 8.9% gracias al aumento de las exportaciones y el de otras industrias. En el año **2001** el sector industrial siguió en un constante crecimiento pese a las huelgas de las industrias de bebidas, la reducción de la producción petrolera, los altos niveles de desempleo y la disminución de las industrias madereras por el abastecimiento de materia primas el sector reflejo un crecimiento del 2.2% durante el primer trimestre del año este aumento se debió

⁸ Banco de la República, Informes de la Junta Directiva al Congreso de la República - Julio de 2000 a Julio de 2009.

al crecimiento en la producción de equipos de transportes, cuero, tabaco, papel, cartón y maquinaria y equipos. Por el contrario para el año **2002** la economía tuvo una desaceleración en un (-3.72%) junto con el comercio en un (1.8%) y agricultura en un (0.54%).

Para el año **2003** el incremento en los flujos externos de capital hacia las economías de la región generó una gran confianza, se fortaleció el sector financiero y el sector privado disminuyó su nivel de deuda generando mejores expectativas para los industriales, comerciantes y hogares sobre el desempeño de la economía. Lo que dio como resultado al final del año un crecimiento económico del 3.74% la tasa más alta de América Latina para el año 2003 esto a su vez permitió disminuir la tasa de desempleo del 15.6% al 12.3% en el mes de diciembre frente al año 2002. Por otro lado las exportaciones a los Estados Unidos aumentaron principalmente en carbón, oro y el ferróníquel. Este buen comportamiento de la economía en el país continuó para el año **2004**, donde el sector industrial presentó un aumento del 4.4% del PIB para el primer trimestre de ese año gracias a la continua inversión privada y la recuperación de las exportaciones especialmente a Venezuela,

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE la economía creció en 3.6% para el primer trimestre del año **2005**. Siguiendo un papel importante la inversión pública especialmente en el sector de la construcción, lo contrario del sector industrial que presentó una disminución en el 1% para el primer trimestre del 2005 con respecto al año anterior, este resultado

era esperado por el poco número de días hábiles generados por la semana santa, en total el crecimiento del sector industrial fue del 3.8%.

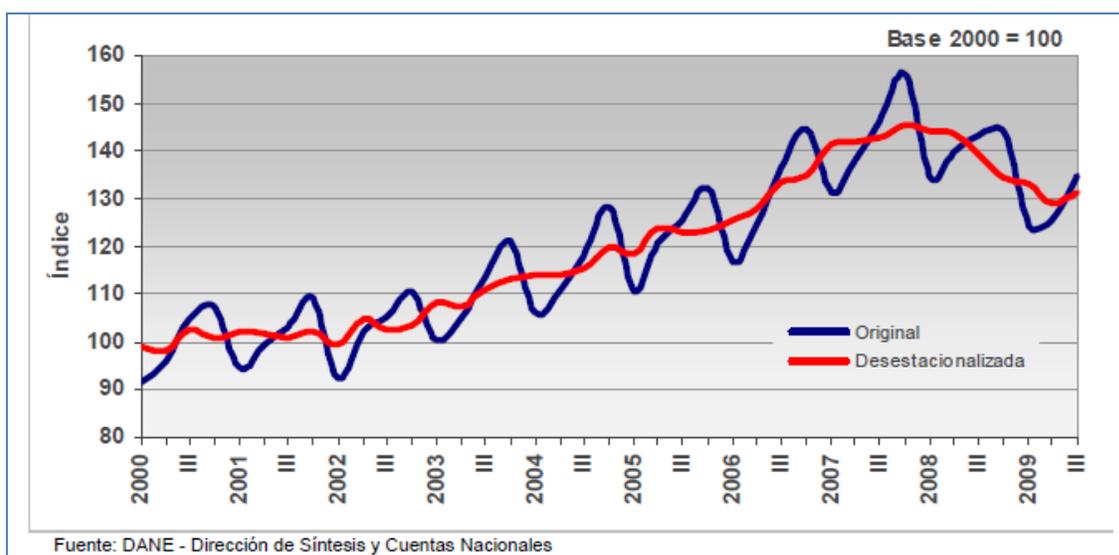
Al contrario para el año **2006** los días hábiles favorecieron el crecimiento del primer trimestre ya que la semana santa paso para el mes de Abril presentando un incremento en el sector industrial del 7.3%

El continuo crecimiento de la economía en los últimos tres años permite estabilizar mas la inversión publica para el año **2007** impulsando a la infraestructura industrial, maquinaria y equipos permitiendo el fortalecimiento económico e incrementando la productividad. Para este año el sector de la industria sigue presentando un aumento en el 14.6% contribuyendo con un 2.2% al crecimiento anual. Por el contrario para primer trimestre del año 2008 el crecimiento económico fue del 4.1% comparado con el trimestre anterior decreció ya que para finales del 2007 fue del 8.4%, esto se presento por la moderación en la demanda interna planteada por el banco de la república como regulador de la economía del país. Por consiguiente el sector industrial presento un crecimiento tan solo del 2.1% donde los mas afectados fueron los textiles, productos de madera y transporte.

Por ultimo y después de una desaceleración en el año **2008** del crecimiento económico por la crisis financiera internacional a finales de septiembre del mismo año, Colombia logro resistir mejor que otros países a esta crisis mundial la disminución fue del 0.6% para el 2009 donde el sector industrial refleja una caída del 7.9 %

Como se puede observar y pese a la dinámica del sector industrial este ha sido el que más a aportado al crecimiento del país. Cabe destacar que la inversión privada y extranjera juegan un papel importante para el buen desempeño de este sector.

Grafico 3: Total Industria Manufacturera 2000 / I - 2009/ III



1.6.2 Seguridad Industrial

Por otro lado la seguridad industrial a nivel internacional se ve directamente relacionada con las Normas Internacionales de Trabajo las cuales hacen parte de la constitución de la Organización Internacional de Trabajo OIT.⁹ Dentro de los temas comprendidos en estas normas se encuentra el de **Seguridad y Salud en el Trabajo** el cual esta directamente relacionado con el tema de seguridad industrial, La OIT establece el principio de protección de los trabajadores en cuanto a enfermedades y accidentes de trabajo, pero pese a esta norma

⁹ Organización promotora de trabajo digno, decente, igualitario, seguro y productivo para hombres y mujeres

internacional las enfermedades laborales y accidentes de trabajo son mas de 2 millones por año a nivel mundial.¹⁰

Teniendo presente los inconvenientes jurídicos por los que tienen que pasar las compañías y los costos en cuanto a jubilaciones y pagos de seguros la OIT ha implementado programas de prevención, información y prácticas de inspección para disminuir esta cifra.

A nivel nacional la seguridad industrial es un factor importante en las empresas ya que cada día las organizaciones se preocupan más por el bienestar de sus empleados pues esto conlleva a una productividad, competitividad y sostenibilidad que favorecen su crecimiento.

Por esta razón las políticas nacionales han evolucionado en este tema de la siguiente manera:

Con la ley 96 de 1938 se crea el Ministerio de Trabajo Higiene y Protección Social , en 1946 la Ley 27 crea el Ministerio de Higiene, dentro de su estructura contaba con una dependencia de Salud Ocupacional seguido a esto en el año 1952 la entidad se convierte en el Ministerio de Salud Publica mediante el decreto 984 de 1953, Después de la creación del Instituto Colombiano de Seguro Social ICSS en el año de 1946 con la ley 90, el ICSS asumió el riesgo de los accidentes de trabajo y enfermedad profesional para la población trabajadora del sector privado en las zonas urbanas del País, El 1 de Julio de 1965.

La normatividad del sector laboral consignada en el Código Sustantivo de Trabajo CST (Decreto 2663 y 3748 de 2950) reglamenta el derecho al trabajo en

¹⁰ Revista OIT "Las reglas del juego-Edición revisada 2009.

condiciones adecuadas, en la década de los 60 se desarrolló la legislación en Salud Ocupacional en el sector público con los Decretos 3135 de 1968 y 1848 de 1969. A partir de esta fecha la Caja Nacional de Protección Social CAJANAL asumió la protección de los trabajadores públicos, en 1979 en Ministerio de Salud gestionó ante el Congreso de la República la ley 9ª por la cual se dictan medidas sanitarias en cuanto a salud ocupacional en mayo del mismo año el Ministerio de Trabajo expide la resolución 2400, el Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial y los Reglamentos de Seguridad Industrial para el sector minero y de la construcción. En el año 1983 se constituyó el Comité Nacional De Salud Ocupacional cuya finalidad era coordinar e integrar acciones y programas, focalizar recursos y evitar la colisión de competencias entre entidades públicas y privadas, El objetivo primordial del comité fue elaborar el 1er Plan Nacional de Salud Ocupacional.

Con el decreto 614 de 1989 se determina la Organización de la Salud Ocupacional en el país la cual establece la obligatoriedad de los empleadores de estructurar, desarrollar y evaluar programas integrales de Salud Ocupacional, para ello el gobierno nacional y el Comité Nacional de la Salud Ocupacional formulan a la organización a realizar programas de formación de postgrados para satisfacer la demanda de esta nueva norma que se generaba.

Con este decreto se modificó el Comité Nacional dando participación democrática a los actores sociales no gubernamentales, también se conformaron los comités sociales reglamentándose así los comités paritarios de salud ocupacional, Con la aplicación de estas normas el Ministerio de Salud expidió la resolución 18475 de

1989 como la 1er norma que reglamenta la expedición de licencia de prestación de servicios de salud ocupacional, En el año de 1990 se realizó el 1er congreso nacional de entidades gubernamentales de salud ocupacional en este congreso se formuló el 2do plan nacional de salud ocupacional y se definieron estrategias, planes y metas con el fin de reducir los accidentes laborales y la aparición de enfermedades profesionales.

Un paso importante en la constitución política nacional de 1991 fue la creación de sistema de seguridad social y el seguro ATEP (Accidente de Trabajo y Enfermedades Profesionales) desarrollando un sistema de pensiones, salud, riesgos profesionales y servicios sociales, Con el decreto 1772 de 1994 se determina la afiliación y cotización al sistema general de riesgos profesionales, En el decreto 1832 se adopta la tabla de enfermedades profesionales,. El decreto 917 de 1999 el manual único para la calificación de invalidez y el decreto 2463 de 2001 la integración, finalización y funcionamiento de la junta de calificación de invalidez.

En cuanto al Código Sustantivo de Trabajo CST en el capítulo II ACCIDENTES DE TRABAJOS¹¹ Y ENFERMEDADES, (Art 199), Se definen cada uno de estos términos y se establece una lista de 42 Enfermedades Profesionales, las consecuencias que se presenten, la atención inmediata que se debe presentar a un empleado cuando halla un accidente de trabajo, y los pagos de la prestación por muerte que impone la ley para la indemnización.

¹¹ : *Es accidente de trabajo todo suceso repentino que sobrevenga por causa o con ocasión del trabajo, y que produzca en el trabajador una lesión orgánica, una perturbación funcional, una invalidez o la muerte. Es también accidente de trabajo aquel que se produce durante la ejecución de órdenes del empleador, o durante la ejecución de una labor bajo su autoridad, aun fuera del lugar y horas de trabajo...*

Como se puede observar la legislación frente al tema de seguridad industrial tiene bases que promueven la disminución de accidentabilidad, por otro lado las Aseguradoras de Riesgos Profesionales autorizadas mediante el decreto 1295 de 1994 están en la obligación de prevenir proteger y atender a las personas que estén trabajando.

En cuanto a la legislación del Medio Ambiente el 22 de Diciembre de 1993 se implementa la ley 93 la cual crea el MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE y define dentro de sus principios; Proceso de desarrollo económico y social del país, la Biodiversidad como patrimonio debe ser protegida y sostenible, la política de población debe tener en cuenta el derecho del ser humano a una vida saludable y en armonía con la naturaleza y la protección de nacimientos de agua entre otros. Adicional se crea el (SINA) Sistema Nacional Ambiental.¹²

¹² es el conjunto de orientaciones, normas, actividades, recursos, programas e instituciones que permiten la puesta en marcha de los principios generales ambientales contenidos en esta Ley

2. ESTUDIO DE MERCADO

El desarrollo del estudio de mercadeo considerará los siguientes aspectos:

- Análisis del mercado.
- Macro localización.
- Identificación y caracterización del bien.
- Análisis DOFA
- Demanda
- Oferta
- Análisis de la Competencia
- Precio del mercado.
- Plan de Mercado.
- Estrategias del plan de Mercado.

El estudio de mercado permite analizar, determinar y cuantificar la necesidad social de un bien o un servicio que se pretenda lanzar al mercado de igual manera permite visualizar la factibilidad en la creación de una nueva empresa.

Teniendo en cuenta la oportunidad de negocio en la zona industrial de la calle 80 y un mercado potencial por el crecimiento económico en el sector el presente estudio se enfocara en los factores primordiales que permitirá llevar a cabo la

empresa DOTACIONES EMPRESARIALES LGD que suministrará a empresas de la zona elementos de dotación empresarial.

La comodidad y protección para un empleado a la hora de desempeñar una labor que le sea asignada son factores que ayudaran a la organización a obtener una mejor productividad y así cumplir con un los objetivos generales de la organización.

2.1 ANALISIS DEL MERCADO.

El mercado al cual están proyectados los productos de la nueva empresa está ubicado en el corredor industrial de la calle 80. Esta zona limita con los municipios de FUNZA, MADRID, MOSQUERA, TENJO Y COTA de igual manera el gran dinamismo económico presentado en la zona para los últimos años hace que este sea una mercado potencial en el cual se puede llevar a cabo el proyecto

Según información de la Asociación de Empresas de Occidente (Asooccidente) las empresas afiliadas a esta asociación son 70 con diferentes actividades económicas como:

Prestación servicios públicos, Transformación de plásticos, Floricultura, Zonas francas, Hoteles industriales, Procesadores de alimentos, Muebles para oficina, Procesadora de productos químicos, dulces, productos concentrados para alimentos de animales Entre otros.

Cuadro 3: Empresas corredor industrial calle 80.

| LISTADO DE EMPRESAS- CORREDOR INDUSTRIAL DE LA CALLE 80 | | | |
|---|------------------------------|----|-------------------------------------|
| 1 | AGUAS DE LA SABADA DE BOGOTA | 36 | JUMAJAD S.A |
| 2 | A Y P DE COLOMBIA | 37 | LAMITECH |
| 3 | ASTRAL FLOWERS | 38 | LAMIFLEX |
| 4 | BED AND BREAKFAST | 39 | MANUFACTURAS DE CEMENTO TITAN |
| 5 | BIMBO DE COLOMBIA | 40 | MANUFACTURAS ELIOT |
| 6 | IL FIORINO PIEDRAS NATURALES | 41 | MARIO HUERTAS COTES |
| 7 | CESVI COLOMBIA | 42 | MONSERRATE PISOS Y MARMOLES |
| 8 | CEM | 43 | MULTIPROYECTOS |
| 9 | CLARIANT | 44 | PARQUE EMPRESARIAL LA FLORIDA OKIOS |
| 10 | CODELAM | 45 | PLIC S.A |
| 11 | COLOMBINA | 46 | PROINBAL |
| 12 | COLSOF | 47 | PRODUCCION Y GESTION |
| 13 | CONCENTRADOS CRESTA ROJA | 48 | PRODUCTOS MORGAN |
| 14 | COOPTENJO | 49 | PARQUE INDUSTRIAL SAN BERNARDO |
| 15 | COPIDROGRAS | 50 | PVC GERFOR |
| 16 | CORPORACION MARIPARANA | 51 | RONDA S.A |
| 17 | DELIPAVO | 52 | SAXON DE OLOMBIA |
| 18 | DISSAN | 53 | SCHOTT ENVASES FARMASEUTICOS |
| 19 | DISTRIBUIDORA LA PUNTA | 54 | SERVIEFECTIVOS |
| 20 | ESPUMAS SANTA FE DE BOGOTA | 55 | SIEMENS DE COLOMBIA |
| 21 | EFICACES | 56 | SINTHYA QUIMICA |
| 22 | FAMOC DEPANEL | 57 | SOLUCIONES INMEDIATAS |
| 23 | FUNDACION ECONOVA | 58 | TECMO |
| 24 | GRUAS TITAN S.A | 59 | TRANSPORTES RINCON |
| 25 | GRUPO IMPRICOL | 60 | UNIGAS DE COLOMBIA |
| 26 | GREIF COLOMBIA S,A | 61 | DISAN S,A |
| 27 | ICOLTRANS | 62 | CONSORCIO PORTOS SABANA 80 |
| 28 | INDUSTRIAS SPRING | 63 | SEGURIDAD DE COLOMBIA LTDA |
| 29 | INVERSIONES KIOTO | 64 | O`CLOCK |
| 30 | PRODUCTOS Y SUMINISTROS | 65 | METALFILM S,A |
| 31 | CLIS | 66 | JOSE MAX LEON |
| 32 | GRUPO VALENCIA | 67 | SAN FRANCISCO DE SALES |
| 33 | INVERSIONES LUTRANS | 68 | SUMMERHILL SCHOOL |
| 34 | OFIPARTES S,A | 69 | CORPORACION JABES |
| 35 | PALMALADIA | 70 | CLARA PATRICA GIRALDO |

Fuente: Asociación de empresas de Occidente ASOCCIDENTE

Estas compañías serán inicialmente el mercado objetivo al cual estará enfocada la nueva empresa, permitiendo a su vez cubrir la necesidad de protección, comodidad e imagen corporativa de sus empleados.

2.2 IDENTIFICACION Y CARACTERIZACION DEL BIEN

Los productos que se pretende ofrecer inicialmente en las empresas de la zona industrial de la calle 80 y teniendo en cuenta las especificaciones técnicas con las que se deben satisfacer las necesidades de los clientes, *Dotaciones industriales LGD* contara con un portafolio de producto clasificado en cuatro grandes líneas, que permitirán cubrir un mercado potencial en todo lo referente a la dotación empresarial para cualquier tipo de empresa.

2.2.1 Línea Operativa:

La línea operativa esta enfocada a personal que desempeña actividades directamente relacionadas con la producción de bienes, esta línea cuenta con prendas adecuadas para las labores diarias que permiten al trabajador comodidad y seguridad.

Los productos que componen la línea operativa son:

Overol 2 Piezas: Blusa manga larga dos bolsillos frontales y pantalón clásico industrial 4 bolsillos ,100% algodón, Confeccionado en Drill desde la talla 36 a 50 en colores Negro, Azul y Zafarí, Bordado o estampado con imagen corporativa

Overol Enterizo: Overol manga larga o corta dos bolsillos tipo parche parte superior cierre frontal, dos bolsillos traseros, resortado en la cintura. ,100% algodón, Confeccionado en Drill desde la talla 36 a 50 en colores Negro, Azul y Zafarí, Bordado o estampado con imagen corporativa

Camisa Drill manga larga: Camisa manga larga 2 bolsillos frontales 100% algodón, Confeccionada en Drill desde la talla 36 a 50 en colores Negro, Azul y Zafarí Bordado o estampado con imagen corporativa

Pantalón Jean: Pantalón 4 Bolsillos clásico industrial triple costura, 100% algodón, Confeccionado en Índigo 14 onz desde la talla 28 a 44 en colores Azul Oscuro.

Chaqueta Jean: Chaqueta elaborada en cuello camisero, cierre frontal en botones metálicos, pretina con ajuste de botones, dos bolsillo de tapa superiores, bolsillo de ribete inferiores, puño con ajuste botón, 100% algodón, Confeccionado en Índigo 14 onz, tallas S,M,L,XL en color Azul Oscuro, Bordado o estampado con imagen corporativa.

Chaleco tipo periodista: Chaleco cuello tipo V, cierre frontal en cremallera, caucho de ajuste en cintura (opcional) cuatro bolsillos tipo fuelle frontal con cierre en cremallera argollas de ajuste en cintura espalda con respiradores laterales en malla y bolsillo porta sobres, elaborado en dril, Bordado o estampado con imagen corporativa. Composición algodón-poliéster, tallas S, M, L, XL en color Negro, Azul y zafarí

Camisa Tipo polo: Camiseta cuello en rib, cierre con dos botones, espalda sin cortes; elaborado en lacoste 100% Bordado o estampado con imagen corporativa, Composición algodón-poliéster, tallas S, M, L, XL en color Negro, Azul y zafarí.

2.2.2 Línea Administrativa:

Esta línea esta orientada a trabajadores y trabajadoras de las áreas administrativas de la empresa como secretarias, recepcionistas, auxiliares de áreas administrativas. Que permiten dar elegancia y comodidad para las labores diarias de la compañía.

Esta se línea la componen las siguientes prendas.

Chaqueta sastre forrada Sastre: dama dos bolsillos, cuello tipo camisero cierre frontal tres botones, elaborado en paño, 100% algodón en tallas S, M, L, XL en color Negro, Azul y otros según la imagen corporativa del cliente.

Falda larga forrada: Falda larga forrada a la rodilla cremallera trasera botón ajuste cintura, elaborada en paño, 100% algodón tallas S, M, L, XL en color Negro, Azul y otros según la imagen corporativa del cliente.

Pantalón Dama: Pantalón dama dos bolsillo cremallera frontal botón ajuste cintura, elaborada en paño, 100% algodón tallas S, M, L, XL en color Negro, Azul y otros según la imagen corporativa del cliente.

2.2.3 Línea Servicios Generales:

La línea de servicios generales esta dirigida a empleados y empleadas encargado de los servicios generales como aseo de la empresa, cafetería y jardinería permitiendo comodidad para los oficios varios que necesite la compañía.

Dentro de los productos de esta línea están:

Blusa Dama: Blusa dama manga larga o corta, cierre frontal en cremallera, cuello tipo v, dos bolsillos, elaborada en dacron, 100% algodón en tallas S, M, L, XL en color blanco, azul y otros, Bordado o estampado con imagen corporativa

Bata de Servicio: Delantal cuello sport, cierre frontal en botones, cinturón de ajuste cintura, dos bolsillos de parche inferiores y uno en pecho con porta esferos. Elaborada en dacron en tallas S, M, L, XL en color blanco, azul y otros, Bordado o estampado con imagen corporativa.

2.2.4 Línea Servicios de Vigilancia:

La línea vigilancia como su nombre lo indica esta enfocada al personal encargado de la seguridad de la empresa, generalmente este personal es masculino y es la primera impresión de la compañía por esta razón esta línea cuenta con prendas adecuadas para este cargo.

En la línea de servicios de vigilancia se encuentran:

Camisa Guarda: camisa cuello tipo corbata, cierre frontal en botones, manga larga, bordado o estampado con imagen corporativa, elaborada en lino, 100% algodón en tallas S-M-L-XL en colores azul.

Pantalón Caballero: Pantalón clásico cuatro bolsillos cremallera frontal botón ajuste cintura, elaborado en drill, 100% algodón, desde la talla 28 a 44 en color Negro, Azul y otros según la imagen corporativa del cliente.

Chaqueta para Guarda: Chaqueta con cierre en cobre, dos bolsillo internos, elaborada en material impermeable, velcro ajustable en el puño; en tallas S-M-L-XL color azul.

Como se puede observar las cuatro líneas de productos que ofrece la compañía están acorde a las especificaciones en cuanto a dotación empresarial en materiales adecuados que permiten al trabajador y trabajadora estar cómodo(a) y seguro(a) en el momento de desempeñar cualquier labor que se le asigne.

La codificación de los productos fue establecida igualmente por las cuatro líneas teniendo en cuenta; Línea, Producto, talla y color.

ANEXO 1

2.3 ANALISIS DOFA

El siguiente análisis DOFA permitirá analizar la futura empresa permitiendo establecer como se encuentra en su entorno competitivo.

Figura 2: Análisis DOFA



2.3.1 Amenazas

Competencia: Aunque en el sector no se ubican actualmente empresas que sean competencia directa de la nueva empresa, en la ciudad existen muchas microempresas dedicadas a la fabricación de estos elementos, los cuales serían una amenaza al momento de incursionar al mercado ya que los costos serán más bajos por su capacidad en la producción de estos elementos y por ende el precio ofrecido sería inferior al que ofrecerá la nueva empresa.

Precios bajos: Por ser una empresa nueva en el mercado los precios deben ser competitivos esto reflejaría una disminución en la recuperación de la inversión a corto plazo ya que mientras se logra un reconocimiento en los clientes se debe competir con precios bajos.

2.3.2 Oportunidades

Normatividad: Cada vez mas las organizaciones debe como norma establecer políticas de seguridad para sus empleados, esto contempla la obligatoriedad que tienen las empresas en suministrar dotación a los empleados que devenguen hasta dos salarios mínimos legales vigentes (smlv) cada cuatro meses al año, esta se considera la principal oportunidad que tendrá la empresa para distribuir sus productos.

Aumento de la demanda: Como se ha mencionado el crecimiento industrial del sector ha hecho que varias empresas dedicadas principalmente a la transformación de productos se ubiquen en la zona industrial de la calle 80, incrementando directamente la generación de empleo a muchas personas y creando un cliente potencial para la futura empresa

2.3.3 Fortalezas:

Cercanía con los clientes: Como se ha podido observar la ubicación de la empresa permitirá tener una ventaja competitiva en los tiempos de entrega, en la zona no se presentan empresas dedicadas a este tipo de actividad lo que permitirá contar con un mercado potencial para la nueva empresa.

Capacitación en seguridad industrial: Teniendo en cuenta los índices de accidentabilidad por los que pasan las organizaciones, la futura empresa estará en la disponibilidad de capacitar a los clientes en cuanto a la normatividad en seguridad industrial, este será un valor agregado al producto que se ofrecerá permitiendo un acercamiento al usuario final de los productos creando un ambiente de seguridad que permita tener una relación mas cercana cliente-proveedor.

Asesoramiento en la imagen corporativa: *“La primera impresión es lo que cuenta”*, Organizaciones con posicionamiento en el mercado se destacan por el reconocimiento en la imagen corporativa que proyecte, no solo la marca o el slogan, la presentación personal de sus empleados crea una recordación de la compañía, por esta razón como valor agregado la empresa asesorara a los clientes en cuanto a su imagen corporativa sino cuenta con ella en cuanto al diseño de marca o slogan que llevaran las prendas de dotación empresarial.

2.3.4 Debilidades:

Reconocimiento en el mercado: Por ser una empresa nueva en el mercado una de las debilidades mas fuertes que se puede presentar es el reconocimiento, muchas de las organizaciones ya cuentan con proveedores para este tipo de suministro los cuales tienen contratos y/o tipos de negociación establecidos que dificultan la entrada como proveedores a estas empresas.

Productos complementarios: La seguridad industrial comprende dotación empresarial y elementos de seguridad industrial como guantes, gafas, protectores auditivos, cascos, tapa bocas y todo lo relacionado con la seguridad corporal de un empleado, estos productos no serán suministrados por la empresa inicialmente se trabajara como un producto integral de la dotación si la empresa lo requiere esto puede afectar haciendo que se pueda perder un cliente potencial por no comercializar este tipo productos.

2.4 DEMANDA

El estudio de la demanda permite enfocarse en el grupo específico (nicho de mercado) al cual está dirigido la empresa para identificar sus necesidades a su vez determinará la cantidad de productos que las empresas estarán dispuestas a adquirir.

Teniendo en cuenta los tipos de funciones que se presentan en las organizaciones la nueva empresa cuenta con 4 líneas de productos que se especificaron en la caracterización del bien, En total estos productos son 13 clasificados de la siguiente manera:

Cuadro 4. Clasificación de Productos.

| LINEA | CANTIDAD DE PRODUCTOS OFRECIDOS |
|-------------------------|--|
| Operativa | 7 |
| Administrativa | 3 |
| Servicios Generales | 2 |
| Servicios de Vigilancia | 3 |

Según el número de empresas del sector lo cual a noviembre del 2009 llegaba a un total de 70 y teniendo en cuenta que al menos uno de sus trabajadores desempeñan los cargos anteriormente mencionados y que la dotación debe ser suministrada tres veces al año la demanda podría estar calculada por el número de empresas del sector por (4) que serían los cargos mínimos con los que puede contar una empresa; una secretaria(línea administrativa), un operario (línea operativa), una persona para oficios varios (línea de servicios generales) y una persona de vigilancia (línea de vigilancia), esto a su vez por el número de entregas al año daría una demanda aproximada de 840 prendas al año. Sin embargo con la encuesta de análisis de mercado se podrá determinar más concretamente la demanda de la nueva empresa.

De igual manera dentro de los factores de la demanda se puede destacar que para el caso de estudio el factor primordial es NUMERO DE CONSUMIDORES ya que la generación de empleo en estas compañías está directamente relacionado con el usuario final, mientras crezcan las empresas aumentaría los cargos y aumentaría la demanda de la dotación empresarial.

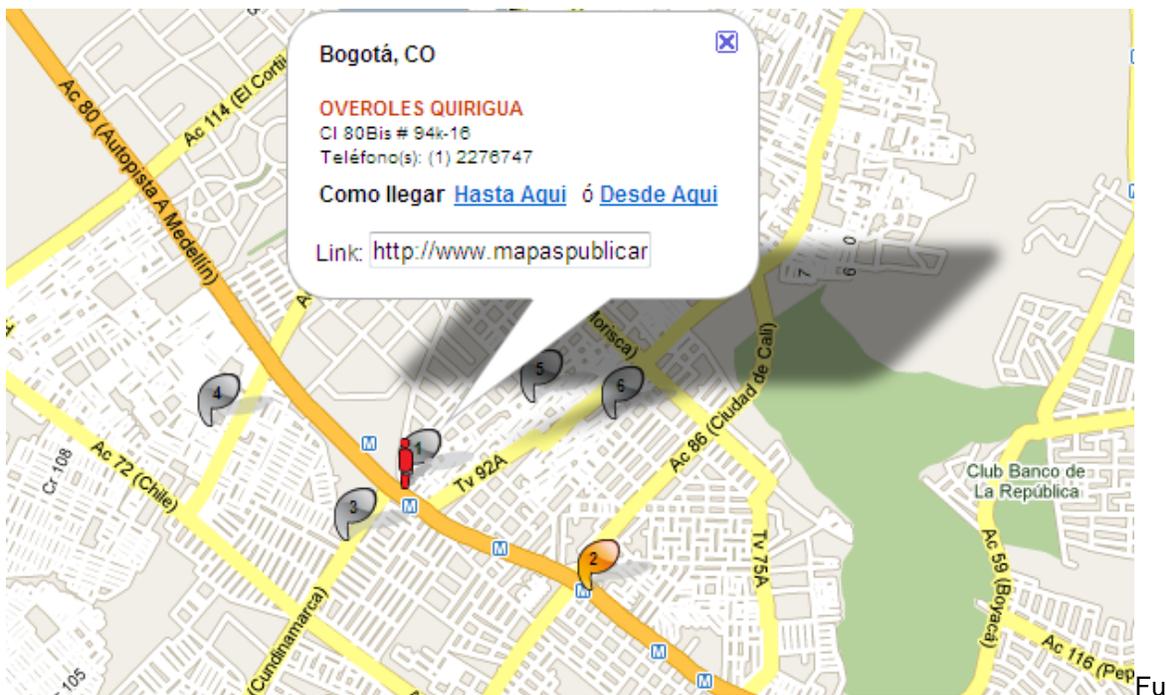
2.5 OFERTA

El mercado de la dotación empresarial está dentro del MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA en el cual hay muchos compradores y muchos vendedores, pues siendo un bien de uso diario para cualquier labor asignada a un trabajador bajo la necesidad de protección y comodidad en su sitio de trabajo se han desarrollado muchas microempresas que suministran estos elementos.

2.6 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

En la zona industrial de la calle 80 no se encuentran dentro de las empresas afiliadas a asociidente (70) competidores directos del negocio, Sin embargo la empresa más cercana al sector es OVEROLES QUIRIGUA situada en la calle 80 Bis No 94k-18

Mapa 4: Ubicación de la Competencia.



ente: Paginas Amarillas Publicar 2009

Otras de las empresas dedicadas a esta actividad y que actualmente suministran estos productos a las empresas del sector son:

Dotaciones alpin E.U Tel 4370871
Dotaciones cordillera Ltda. – Tel 4383460
Dotaciones industriales- Tel 5643291
Ferre-dotaciones MQG (overoles del Quirigua)- Tel 4316423

Se encuentra también dentro de la competencia empresas dedicadas a la fabricación de camisetas, chalecos, gorras y uniformes para promociones publicitarias que serian una competencia indirecta pero a su vez serian un proveedor, Adicional a este y no solo en el sector se encuentran las siguientes empresas que serian una competencia directa.

Cuadro 6. Empresas del mercado de Dotación Empresarial.

| No | EMPRESA | DIRECCION | TELEFONO | CIUDAD | PROVEEDOR DE |
|----|--|---|--|--------|--|
| 1 | Dotaciones Industriales CENTURION LTDA | AV CRA 68 No 23-34 SUR | 2 61 19 61 | BOGOTA | Dotaciones Para Empresas De Seguridad Privada, Construcción, Línea Hospitalaria ,Impermeable, Calzado, Guantes, Cascos, Ropa De Trabajo ,Protección Facial Y Respiratoria |
| 2 | DOTACIONES INDUSTRIALES P&S PROTECTION AND SAFETY | CALLE 42 Sur 23 - 52B SANTA LUCIA | 7 143368 CEL: 3118280530 / 311 2090807 | BOGOTA | Fabricación y Comercialización de dotación industrial y Elementos de Seguridad Industrial |
| 3 | MAKRO DOTACIONES LTDA. | Av. CRA. 68 No. 22-28 SUR | 4802844 - 4066336-4946162 | BOGOTA | Fabricación de ropa de trabajo. Distribución de calzado e implementos relacionados con la seguridad industrial como: Overoles, Petos, Cofias, Botas, Ropa Hospitalaria Desechable, Chalecos Reflectivos, Conos y demás elementos de señalización vial. |
| 4 | NACIONAL DE OVEROLES | CRA .68 No. 23- 40 SUR | 406 71 13 / 417 77 50 | BOGOTA | Fabricantes de la línea, ropa para trabajo y distribuidores directos de seguridad industrial. Suministración de: Señalización Vial, Botas, Overoles, Guantes, Protección Visual, Chalecos Reflectivos, Cascos, Arneses, Protección Respiratoria, Protección Auditiva, Impermeables, Trajes para Cuartos Fríos. |

| | | | | | |
|----|---|------------------------------|--|--------|--|
| 5 | DISEÑOS ESMODA | Cra 41 # 136 – 18 | TELEFAX: 615 4941.CELULAR: 310 484 3857. | BOGOTA | Dotaciones en general. - Seguridad industrial .Calzado. Protección facial. Visual. Respiratoria. Overoles. Prendas diseñadas según se necesidad |
| 6 | IGLOSS DE COLOMBIA S.A | | | | Industria Global De Suministros Y Servicios Para La Industria : Plásticos – Cauchos – Química - Alimenticia Petrolera |
| 7 | Centro del guante y elementos de protección Ltda. | Carrera 16 # 165B-09 | | BOGOTA | la comercialización y venta de los mejores elementos y productos de seguridad industrial, certificados internacionalmente. |
| 8 | Dotación laboral | | | | Elementos para la Seguridad Industrial y la Salud ocupacional. Protección personal para la prevención de accidentes laborales |
| 9 | PROCOLDEXT LTDA. | Cra. 30 5 Piso 1-2 (0176) | 407-6677 | BOGOTA | Fabricación de extintores de alta calidad |
| 10 | NATIONAL GLOVES | 116 9 Piso 5 Of. 503 | | BOGOTA | Fabricación y distribución de artículos de SEGURIDAD INDUSTRIAL |
| 11 | ETERNA S.A | | | | Fabricación de guantes industriales y líquidos |

Fuente: Elaboración propia, información obtenida de las paginas amarillas de Bogotá

2.7 PRECIO DEL MERCADO

Tomando como base cuatro de las empresas mas cercanas al sector, y las cuales suministran actualmente a las empresas de la zona, se seleccionaron productos con especificaciones similares para saber su precio en el mercado.

Cuadro 7: Precio del Mercado

| PRODUCTO | CARACTERISTICAS | EMPRESAS | | | |
|---|--|-------------------------------------|------------------------|---------------------|------------------------------|
| | | CONFECCIONES PUENTE DE PIEDRA | FERREDOTACIONES MQG | DOTACIONES ALPIN | LAUSANT DOTACIONES E.U |
| CHAQUETA EN JEAN | CUARTO FRIO | \$ 45.000,00 | | | \$ 220.000,00 |
| CONJUNTO DRILL | Chaqueta y pantalón | | \$ 40.000,00 | | |
| OVEROLES | NEGRO TIPO PILOTO CON LOGO EN SCREN TIPO BOLSILLO | | \$ 49.200,00 | \$ 36.000,00 | \$ 26.500,00 |
| BATA INDUSTRIAL EN DRIL CON LOGO | BLANCO A UNA TINTA TIPO BOLSILLO. BATA 3/4 AZUL OSCURO | | | \$ 20.600,00 | \$ 20.600,00 |
| CAMISETA BLANCA | CUELLO REDONDO CON LOGO A UNA TINTA AZUL TIPO BOLSILLO. | | \$ 8.200,00 | \$ 5.000,00 | \$ 5.800,00 |
| PANTALON | JEAN AZUL OSCURO. | | | \$ 17.500,00 | \$ 18.000,00 |
| CONJUNTO DAMA EN LINO | AZUL OSCURO (SERVICIOS GENERALES) | | | \$ 26.000,00 | \$ 26.000,00 |

Fuente: Elaboración propia

2.8 PLAN DE MERCADO:

La idea del plan de mercadeo es identificar como llegaremos a lo clientes. Adicional a esto se puede definir mas claramente a que tipos de clientes debe orientarse la empresa, como llegar a ellos y como hacerles seguimiento para crear unos nuevos

Tomando en cuenta las siete "P" del plan de mercadeo; producto, precio, plaza, promoción, personas, publicidad y procesos a continuación se especificara en cada uno de estas variables para posteriormente proponer las estrategias correspondientes que lleven a una ventaja competitiva en el sector.

2.8.1 PRODUCTO.

Los productos que suministrara la nueva empresa están dentro de las características técnicas de dotación empresarial. Con telas adecuadas para el uso pesado (línea operativa) elegancia (línea administrativa) Comodidad (línea de servicios generales) e imagen corporativa (línea de vigilancia) que le permiten a la empresa y a los empleados contar con prendas adecuadas para el uso laboral.

2.8.2 PRECIO.

Para la determinación del precio se realizó una ficha de costos por referencia de cada una de las líneas, esta ficha contiene los costos fijos, costos variables y un margen de utilidad del 30%.

El precio promedio por cada línea es:

Cuadro 8: Precio promedio Línea Operativa

| Línea Operativa | Precio Venta |
|---------------------------------|------------------|
| Overol 2 Piezas | \$ 47.656 |
| Overol Enterizo | \$ 47.656 |
| Camisa Dril | \$ 29.921 |
| Pantalón Jean | \$ 19.565 |
| Chaqueta Jean | \$ 49.112 |
| Chaleco tipo periodista | \$ 48.304 |
| Camisa tipo polo | \$ 29.921 |
| Promedio Precio de Venta | \$ 38.876 |

Cuadro 9: Precio promedio Línea Administrativa

| Línea Administrativa | Precio Venta |
|---------------------------------|------------------|
| Sastre | \$ 87.202 |
| Falda | \$ 24.932 |
| Blusa | \$ 38.712 |
| Pantalón Dama | \$ 26.622 |
| Promedio Precio de Venta | \$ 44.367 |

Cuadro 10: Precio promedio Línea Servicios Generales

| Línea Servicios Generales | Precio Venta |
|---------------------------------|------------------|
| Bata de Servicio | \$ 28.320 |
| Promedio Precio de Venta | \$ 28.320 |

Cuadro 11: Precio promedio Línea Servicios Vigilancia

| Línea Servicios Vigilancia | Precio Venta |
|-----------------------------------|---------------------|
| Pantalón | \$ 15.990 |
| Camisa | \$ 19.029 |
| Chaqueta Guarda | \$ 45.759 |
| Promedio Precio de Venta | \$ 26.926 |

ANEXO 2

Sin embargo en el estudio financiero donde se detallara mas profundamente todos factores de viabilidad de la empresa, se determinara el precio real, el cual se espera se acerque al promedio que dio como resultado las fichas de costos.

Adicional a esto se debe tener en cuenta que es una empresa nueva en el sector y el producto esta en el ciclo de introducción el precio deberá ser igual o inferior a la competencia para poder contar inicialmente con clientes a los cuales su factor de compra sea el precio para posteriormente contar con clientes los cuales su elección sea la imagen corporativa de la organización.

2.8.3 PLAZA.

Inicialmente el lugar donde se distribuirán los productos serán las empresas de la zona industrial de la calle 80, ya que el crecimiento económico presentado en los últimos años permite visualizar un cliente potencial para la nueva empresa.

Por otro lado el tipo de distribución utilizada será DIRECTA, de igual manera el canal será corto ya que no habrá intermediarios para la entrega final del producto.

2.8.4 PROMOCION.

En cuanto a la promoción la empresa estará en contacto directo con el jefe de recursos humanos ofreciendo las últimas prendas en dotación empresarial, adicional a esto la empresa contará con un CATÁLOGO DE PRODUCTOS donde se encuentran las especificaciones técnicas de cada uno de los productos. En cuanto a la publicidad se contará con una valla que informe los datos básicos de la empresa para tener un mensaje de recordación en la zona.

ANEXO 3

2.8.5 PERSONAS.

Empleados: La empresa contará inicialmente con 2 vendedores como función principal tendrán a cargo ofrecer los productos de la compañía, adicional a esto proporcionaran a la empresa información sobre las necesidades de los clientes y presentación de nuevas empresas. Este grupo de colaboradores estarán en constante capacitación frente a los productos, programas de salud ocupacional y normatividad frente al tema de dotación empresarial.

Cliente: El cliente directo de la nueva empresa serán las empresas del sector, sin embargo el usuario final del producto y quien será el que referencie las prendas de dotación será uno de los principales clientes de la compañía a quien se le deberá

dar la mayor atención y servicio para obtener una fidelidad y confianza que permitirá un valor agregado a la compañía

2.8.6 PUBLICIDAD

SLOGAN: “A IMAGEN QUE SU EMPRESA NECESITA.”

LOGO:

Figura 3: Logo



AVISO PÁGINAS AMARILLAS: Se publicara en las paginas amarillas de Bogotá siguiente aviso publicitario.

Figura 4: Aviso paginas amarillas.

The advertisement is contained within a light blue rectangular box. At the top, it features the same logo as in Figure 3. Below the logo, the slogan "LA IMAGEN QUE SU EMPRESA NECESITA." is written in a blue, italicized font. Underneath the slogan, the text "Prendas de dotación Empresarial" is centered. This is followed by the phone number "Tel s (57-1) 8801588 / 3" and the address "Zona Industrial Calle 80". At the bottom, the email address "E-mail: dotaciones Industrialeslgd@gmail.com" is provided.

VALLA PUBLICITARIA: En el sector se pondrá la siguiente valla publicitaria que tendrá dimensiones de 5 x 2 metros.

Figura No 5: Valla Publicitaria.



VOLANTES: Se repartirán los siguientes volantes en los parques industriales, centros empresariales y empresas del sector.

Figura 6: Volante



PÁGINA WEB: La empresa contará con una página web la que le permitirá a los clientes conocer más de la empresa, sus productos, sus promociones y todo a cerca de dotación empresarial.

Adicional a esto mantendrá informado a los clientes de las fechas de dotación empresarial, actualización en legislación y normatividad de salud ocupacional.

2.8.7 PROCESOS.

El proceso de ventas con el que contará la empresa estará dirigido por el área comercial de la compañía, encaminados a la búsqueda de clientes nuevos minino 2 por día. Este proceso de ventas y comercialización será detallado mas adelante en el estudio técnico (Diagrama de Procesos)

2.9 ESTRATEGIAS DE PROMOCION

La principal estrategia que se pretende establecer es la de EMPRESA-EMPRESA donde el contacto directo con el cliente permitirá dar a conocer la nueva empresa y los beneficios de la cercanía en el sector.

Para llevar a cabo esta estrategia se realizará un plan de visitas para apoyar al cliente en identificar las necesidades en cuanto a dotación empresarial para sus empleados, en este acompañamiento se pretenderá afianzar las relaciones de benéfico-costos entre la nueva empresa y los clientes.

Cubrimiento geográfico inicial y expansión: Este es tal vez el punto mas importante en la estrategia de promoción por la ubicación de la empresa se tendrá un contacto mas cercano con el cliente lo que permitirá un tiempo de entrega mas rápido frente a las demás empresas, adicional a esto en cualquier momento del año en el cual el cliente solicite de un producto ya sea por la incursión de personal nuevo a la empresa o por la creación de una nueva empresa en el sector, se tendrá la nueva empresa como la opción mas cercana y rápida para atender las necesidades de dotación empresarial.

Esto a su vez permitirá la expansión a las otras zonas industriales de la ciudad permitiendo tener un reconocimiento en atención rápida y oportuna.

En cuanto al presupuesto de promoción se diseñaran volantes con los productos que ofrecerá la nueva empresa, enfatizando en el tiempo de entrega rápido y la cercanía en el sector. El asesoramiento de imagen corporativa para los clientes ofreciendo en las prendas de dotación el logo de las compañías intercambiable. (Solo la prenda es la que se cambia, el logo de la empresa vendría con el nombre-cargo y dpto.)

Lanzamiento y publicidad del negocio: La campaña de publicidad estará enfocada al servicio de acompañamiento al cliente en la necesidad de dotación y seguridad industrial, la estrategia establecida "EMPRESA-EMPRESA" permitirá a los clientes

el reconocimiento de una empresa cerca del sector para cubrir en menos tiempos sus requerimientos.

2.10 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN:

Partiendo de la idea central de la estrategia la cual es brindar una cercanía con el cliente, esta estrategia estará enfocada a identificar cuales son las necesidades actuales de los clientes, por medio de boletines informativos de seguridad industrial, la implementación adecuada de los elementos, capacitaciones básicas a los empleados para el uso adecuado de estos elementos y el reconocimiento de la imagen corporativa se pretenderá convertir a la nueva empresa como la mejor solución a la mano en menos tiempo.

2.11 ESTRATEGIA DE SERVICIO:

La atención personalizada con el cliente será el servicio más importante que ofrecerá la empresa, teniendo a la disposición del cliente una pagina web donde el pueda encontrar:

- Portafolio de productos.
- Recordación de fechas de dotación.
- Promociones del mes.
- Los diferentes tipos de riesgos profesionales.
- Las actualizaciones legales en cuanto al tema de dotación y seguridad industrial.

- El personal de servicio de la compañía.
- Realizar sus pedidos y/o cotizaciones.
- Información sobre existencia de productos.
- Estado de la cartera con la empresa.
- Correo personalizado.

Esta página será diseñada no solo para el cliente externo sino para el cliente interno, los funcionarios de la empresa podrán acceder a dejar sus ideas en cuanto a innovación de los procesos y productos para un mejor sentido de pertenencia y crecimiento de la compañía.

La página sería un aspecto diferenciador frente a la competencia ya que las empresas identificadas no cuentan actualmente con página web, solo se encuentran en las páginas amarillas con los datos básicos de contacto.

Este servicio le permitirá al cliente tener acceso a la empresa y buscar la información que necesite sin esperar días para una respuesta.

2.12 INVESTIGACION DE MERCADO

Para determinar el mercado meta de la nueva empresa se realizó un instrumento de recolección de datos, este instrumento consiste en una encuesta dirigida a los jefes de Talento Humano quienes suministraron información esencial para identificar la (población estudio) los usuarios finales del producto.

El total de empresas encuestadas del sector fueron 30 de las 70 que se encuentran en la zona y que inicialmente serian la población objetivo. Para un total de 2.375 empleados que utilizan dotación.

Cuadro 12 Análisis de la encuesta.

| LINEA | GENERO | | Total | % |
|----------------------------|--------|-------|-------|------|
| | Hombre | Mujer | | |
| Línea Operativa | 715 | 960 | 1675 | 71% |
| Línea Administrativa | 110 | 340 | 450 | 19% |
| Línea Servicios Generales | 47 | 103 | 150 | 6% |
| Línea Servicios Vigilancia | 72 | 28 | 100 | 4% |
| Totales | 944 | 1431 | 2375 | 100% |

ANEXO 4 Encuesta.

Tabulación de Encuesta

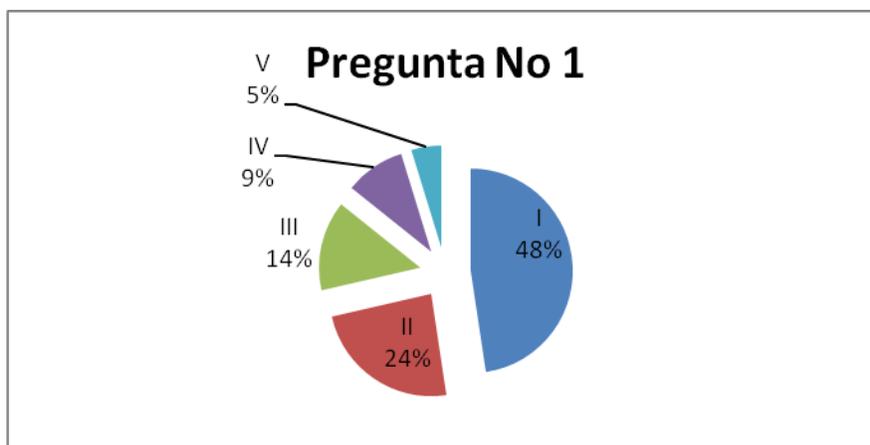
Pregunta No 1.

En que clase de riesgo se encuentra su empresa según la Aseguradora de Riesgos Profesionales ARP?

Pregunta No 1

En que clase de riesgo se encuentra su empresa según la Aseguradora de Riesgos Profesionales ARP?

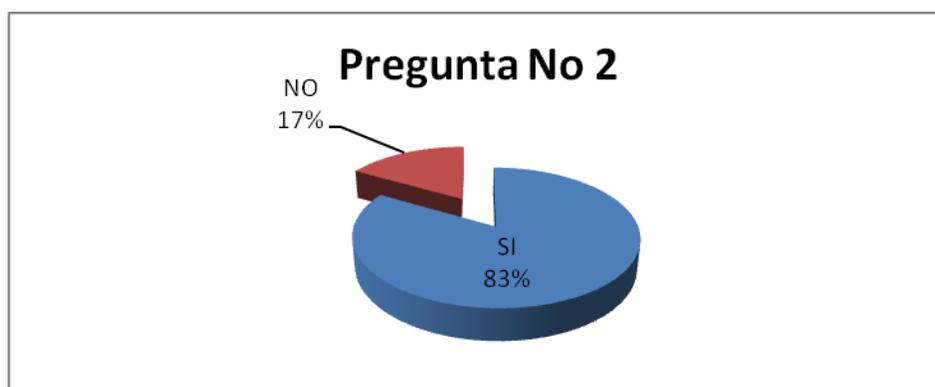
| Total de Encuestados 30 | Opción de Respuesta |
|-------------------------|---------------------|
| 3 | Tipo I |
| 7 | Tipo II |
| 12 | Tipo III |
| 4 | Tipo IV |
| 4 | Tipo V |



Pregunta No 2

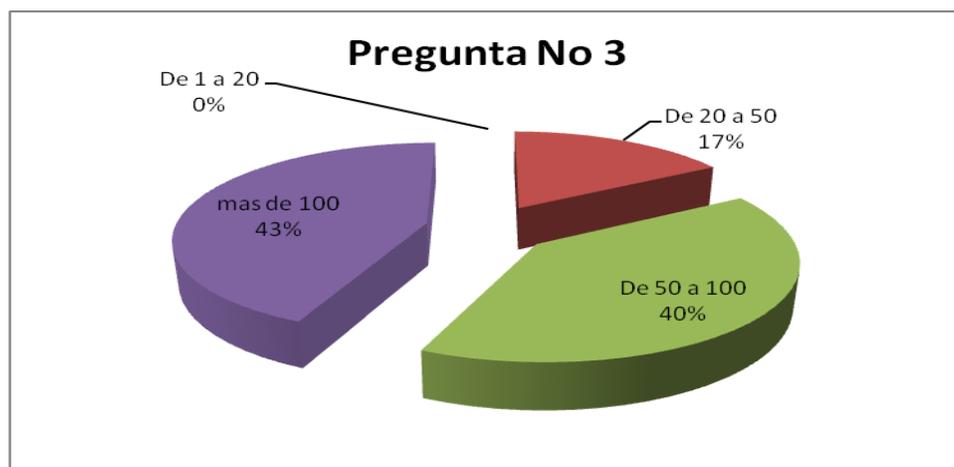
Cumple la empresa con la Normatividad en cuanto a dotación empresarial?

| Total de Encuestados 30 | Opción de Respuesta |
|-------------------------|---------------------|
| 25 | SI |
| 5 | NO |



Pregunta No 3

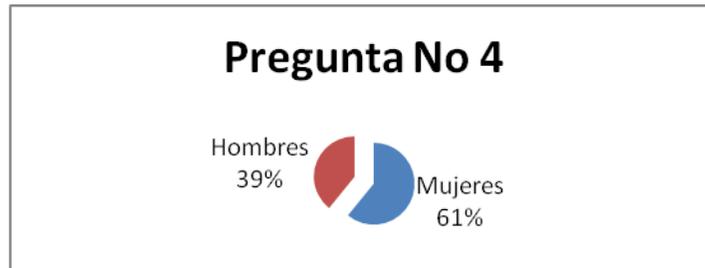
Cuántos empleados tiene su empresa?



Pregunta No 4

Cuantos de estos son Mujeres y Cuantos Hombre?

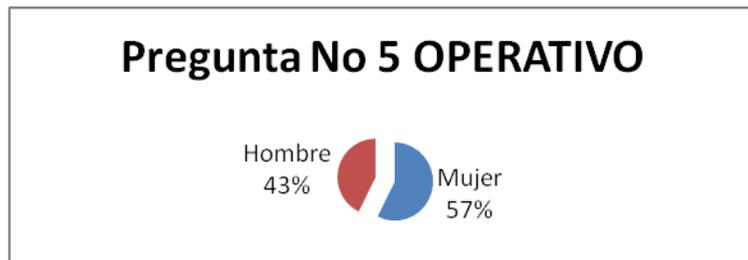
| Total de Encuestados 30 | Opción de Respuesta |
|-------------------------|---------------------|
| 1447 | Mujeres |
| 928 | Hombres |



Pregunta No 5

De los siguientes cargos Indique el Numero de empleados según genero.

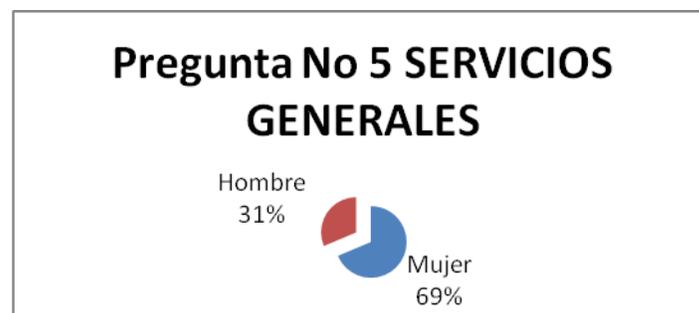
| Total de Encuestados 30 | Cargo Operativo |
|-------------------------|-----------------|
| 960 | Mujer |
| 715 | Hombre |



| Total de Encuestados 30 | Cargo Administrativos |
|-------------------------|-----------------------|
| 340 | Mujer |
| 110 | Hombre |



| Total de Encuestados 30 | Cargo Servicios |
|-------------------------|-----------------|
| | Generales |
| 103 | Mujer |
| 47 | Hombre |



| Total de Encuestados 30 | Cargo Servicios de vigilancia |
|-------------------------|----------------------------------|
| | 28 |
| 72 | Hombre |

Pregunta No 5 SERVICIOS DE VIGILANCIA



3. ESTUDIO TECNICO

Después de realizar un estudio de mercado se continúa con el Estudio Técnico que permitirá analizar los procesos internos y externos de la nueva empresa, adicional permitirá identificar la ubicación, tamaño y procesos de comercialización que se realizaran.

En este estudio se determinaran los siguientes aspectos:

Ubicación de la empresa

Tamaño de la empresa

Procesos de comercialización

Maquinaria

Cronograma de puesta en marcha de la empresa.

3.1 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Como se expuso en el estudio de mercado, una de las ventajas competitivas con las que contara la empresa es la ubicación, la cercanía a los clientes le permitirá a la empresa contar con el valor agregado del tiempo en las entregas del producto.

En la zona industrial de la calle 80 se han adecuado, parques industriales y Centro empresariales que cuentan con una amplia oferta de Bodegas para empresas que

deseen ubicarse en esta zona, Dentro de estos parques Industriales se encuentran:

Parque industrial San Bernardo, Parque Industrial Los Nogales, Parque agroindustrial de Occidente, Centro empresarial Metropolitano, centro empresarial Guadalajara, Los robles Centro empresarial, Parque empresarial OIKOS, Parque empresarial Tecnológico, el terminal terrestre de carga.

Grafico 4: Bodega, Parque Empresarial OIKOS.



Fuente:<http://www.metrocuadrado.com/servlet/co.com.pragma.m2.servlet.demanda.MostrarDetalleProyectoC?idInmueble=1608-M288815&MostrarResultadosBusqueda=yes&location=>

Estas son algunas de las especificaciones con las que cuentan las bodegas del sector.

- Altura libre de 9 Mts.
- Capacidad de Carga de 3000 PSI.
- Carga Eléctrica de 35 KVA con posibilidad de expansión.
- Puertas de acceso para Tracto mulas.
- Baterías de Baños para Bodega (2 Hombres y 2 Mujeres).

- Baterías de Baños Administrativas (1 Hombres y 1 Mujeres).
- Estructura Tradicional en concreto reforzado.
- Estructura Metálica en área de bodega.
- Muelle de descargue deprimido con dos posiciones.

Bodegas desde 300 mts² hasta 594 mts² con local, oficinas, planta eléctrica y muchas más especificaciones que cubren la necesidad de espacio para cualquier empresa y un canon de arrendamiento desde \$4.000.000 hasta \$24.000.000 según el tamaño en m² de la bodega

3.2 MACRO LOCALIZACIÓN.

Como se ha planteado la ubicación de la nueva empresa estará presente en la zona industrial de la calle 80, la cual esta delimitada desde el rio de Bogotá a la salida occidental de la ciudad terminado la calle 80 hasta el peaje de la concesión de Inco. En este sector es donde se ubican los clientes potenciales de la nueva empresa

Mapa 5: Macro localización de la empresa



Fuente: Google, Mapas, Bogotá. Colombia.

3.3 TAMAÑO DE LA EMPRESA.

Para determinar el tamaño de la empresa se debe establecer cual será la capacidad de producción, en el caso de estudio la empresa no tendrá ningún proceso de fabricación solo cortará la tela para ser enviada a los satélites y almacenará producto terminado listo para despachar, Por esta razón la bodega estará distribuida de la siguiente manera.

Primer Piso: Recepción, Baño zona (1) de recepción de materia prima, zona (2) zona de corte. Zona (3) Zona Almacenamiento.

Segundo piso: Sala de juntas, Oficina principal, oficina vendedores, cafetería.

| | |
|-------------------------------------|-------------------|
| AREA LOTE | 131,625 m2 |
| PRIMER PISO | |
| AREA DE CARGUE Y DESCARGUE | 26,5 m2 |
| PARQUEADERO | 9 m2 |
| RECEPCION | 14 m2 |
| ZONA (1) Recepción Materia Prima | 24,4 m2 |
| ZONA (2) Corte | 16,8 m2 |
| ZONA (3) Almacenamiento | 41 m2 |
| TOTAL PISO 2 | 131,625 m2 |
| SEGUNDO PISO | |
| BAÑOS | 4 m2 |
| VENDEDORES | 6,5 m2 |
| GERENCIA | 7 m2 |
| TOTAL PISO 2 | 17,5 m2 |
| TOTAL CONSTRUIDO | 149,125 m2 |
| DIMENSIONES LORE 6.5 X 20.25 | |

ANEXO 5.

Como resultado de la encuesta donde se determino el número de empleados de las empresas del sector que aplican para suministrar dotación ya que su salario es hasta de 2 SMLV, se pudo establecer que la capacidad que debe tener la bodega para almacenar las prendas es de:

Cuadro 8: Ficha técnica Encuesta.

| FICHA TECNICA | |
|---------------------------------|-------|
| Total usuarios final | 2.375 |
| Demanda anual (3 veces al año) | 7.125 |
| Demanda Mensual (4 Semanas) | 594 |
| Demanda Semanal (5 días) | 119 |
| Demanda diaria (8 horas) | 24 |

La capacidad de almacenamiento y materia prima (Telas) será de 594 unidades aproximadamente, lo que equivale a 876 m² de tela por mes para lo cual se debe contar con la siguiente maquinaria y almacenamiento para cubrir dicha demanda.

3.4 MAQUINARIA

1. Mesa de Corte

Grafico 5: Mesa de Corte.



Especificaciones:

- Altura de trabajo ajustable de 33/14"

Especificaciones:

- Altura de trabajo ajustable de 33/14" a 37" (84 cm a 92 cm).
- Patas soldadas con precisión acero calibre 12, laminado frio para soportar peso.
- Extremos metálicos.
- Pintura electrostática gris clara.
- Puede unirse a tantas secciones de mesa como se desee.

2. Cortadora de tela

Grafico 6: Cortadora de tela



Especificaciones:

- 100 Watts
110 Volts
1.6 Amperes
Disco Octagonal de 4 pulgadas
Afilador
- Ideal para cortar todo tipo de tela. Diseñada para la industria textil, puede ser utilizada en maquilas, tiendas, o incluso en costura personal.

3.5 PROCESOS DE LA EMPRESA

La empresa no tiene procesos de fabricación, solo dos procesos intervienen en la ejecución de la comercialización de los productos, la producción de estos estará a cargo de satélites contratados que realizan el proceso de confección para ser entregados finalmente a la empresa quien se encargará de distribuirlos a sus clientes.

En la empresa se definen (2) dos procesos principales desde la compra de la materia prima hasta el pago del producto por parte del cliente. Estos procesos se definen teniendo en cuenta la actividad, procedimiento, área responsable, responsable, tiempo y resultado.

Proceso de Logística y Materia prima.

Proceso de comercialización y ventas.

ANEXO 6.

3.6 CRONOGRAMA DE LA INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA.

La bodega será tomada en alquiler en alguna de las bodegas de la zona industrial como se especifico anteriormente, en el anexo 6 se muestra el cronograma de actividades con tiempos desde la selección de la bodega hasta el montaje de las áreas corte y almacenaje de la bodega.

ANEXO 7.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y JURIDICO LEGAL

En el presente estudio se va a diseñar el direccionamiento estratégico de la empresa, la estructura organizacional, el marco jurídico legal, la política de personal y demás elementos para la existencia y representación jurídica de DOTACIONES EMPRESARIALES LGD.

4.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Conformación organizacional de elementos que al interrelacionarse, establecen el marco de referencia que orienta a la organización hacia el cumplimiento de su misión, el alcance de su visión y la conduce hacia el cumplimiento de sus objetivos corporativos.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

4.1.1 MISION

Brindar a todas las empresas del sector industrial de la calle 80 productos de dotación empresarial de excelente calidad que garanticen comodidad y protección para sus colaboradores basándose en los principios de protección y seguridad social.

4.1.2 VISION

Posicionar a DOTACIONES EMPRESARIALES LGD. En el 2011 como la empresa líder en tiempo de entrega de sus productos en la zona industrial de la calle 80 con calidad y seguridad..

4.1.3 PRINCIPIOS CORPORATIVOS.

Son el conjunto de valores, creencias, normas que regulan la vida de la organización.

- Responsabilidad Social Empresarial.
- Honestidad con el cliente tanto interno como externo.
- Compromiso.
- Seguridad.
- Compromiso con la satisfacción del cliente
- Innovación en servicio al cliente.
- Servicio.
- Espíritu emprendedor.

Teniendo definido el direccionamiento estratégico de la compañía que responde al interrogante ¿En dónde queremos estar? Se procederá a plantear las estrategias que permitirán a la nueva empresa a alcanzar el direccionamiento estratégico al cual quiere llegar.

Las estrategias de direccionamiento estratégico están clasificadas en:

1. Estrategia de mercado.
2. Estrategia corporativa.
3. Estrategia operativa.

4.1.4 ESTRATEGIA DE MERCADO-(Intensiva)

Con el plan de mercado propuesto anteriormente se pretende incursionar al mercado de dotación empresarial, innovando en el sector con productos que satisfagan las necesidades de las empresas y sus colaboradores. Permitiendo tener una posición competitiva de la empresa con los productos que ofrece.

Penetración en el mercado

Se realizaran campañas publicitarias en el sector para dar a conocer la nueva empresa, por medio de volantes, vallas publicitarias, avisos en los principales periódicos de la ciudad, cuñas radiales y la creación de nuestra pagina web los clientes podrán conocer los beneficios de la empresa.

Desarrollo del mercado.

El desarrollo del mercado esta directamente relacionado con el crecimiento económico de la zona industrial, con la llegada de nuevas empresas la compañía tendrá un mercado nuevo que le permitirá tener reconocimiento en la zona para posteriormente incursionar en las diferentes zonas industriales de la ciudad.

Desarrollo del producto.

Con el propósito de incrementar las ventas se asesorara a los clientes en su imagen corporativa permitiendo crear relaciones comerciales en pro del crecimiento mutuo de las organizaciones en el sector. Cabe destacar que los productos ofrecidos por la nueva empresa cuentan con el logo de los clientes en las prendas sin que este tenga un valor adicional.

4.1.5 ESTRATEGIA CORPORATIVA (Defensiva)

Riesgo compartido

Complementar las prendas de dotación empresarial con elementos de seguridad industrial y calzado que suministren otras empresas del sector como; guantes, tapa bocas, protectores auditivos, cascos, botas le permitirá a la empresa incursionar en el mercado. Esto permitirá disminuir el riesgo de perder clientes potenciales.

4.1.6 ESTRATEGIA OPERATIVA (Funcional).

Con esta estrategia se buscara fortalecer los procesos de comercialización de los productos desde los principios de eficiencia, eficacia y efectividad con el ánimo de

mejorar continuamente los procesos internos y externos de la nueva empresa y así aumentar la productividad y calidad de los productos.

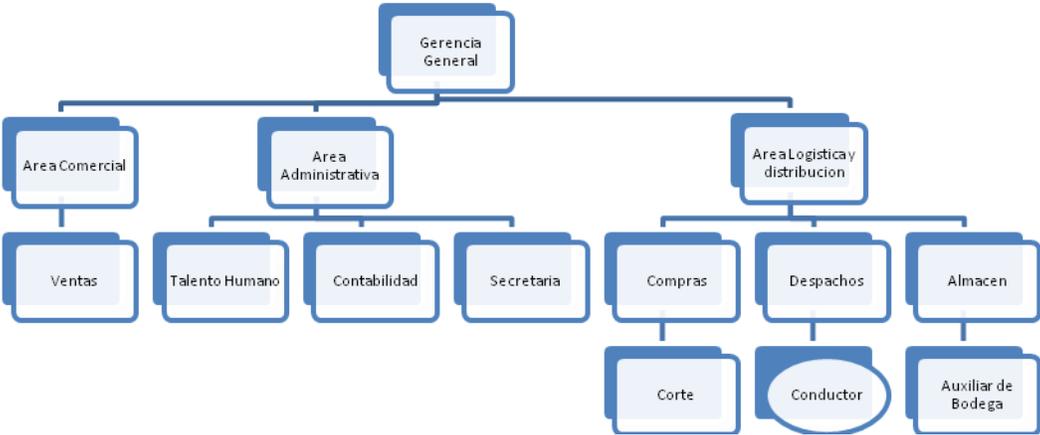
4.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

Estas estructuras son representadas gráficamente con organigramas, para el caso de la nueva empresa el organigrama será de manera vertical ya que las jerarquías estarán en la parte superior permitiendo dirigir, comunicar y dar responsabilidades a los empleados de la empresa.

El organigrama para DOTACIONES INDUSTRIALES LDG será:

Figura No 7: Organigrama.



4.6 PERFIL DE CARGOS Y FUNCIONES.

Los perfiles de cada uno de los cargos se especifican en las siguientes figuras, Donde se tuvo en cuenta la educación, habilidades y formación.

Figura No 8: Cargo Gerente General.

| IDENTIFICACIÓN | |
|--|---|
| Nombre Gerente General | Cargo jefe inmedia Junta Directiva |
| Objetivo del cargo | Realizar el direccionamiento Estratégico para la organización |
| Área General | |
| FUNCIONES | |
| Responsabilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * ❖ Establece las políticas de la compañía * ❖ Planea, controla y evalúa el desarrollo de la empresa * ❖ Hace grupo de trabajo dinámico, para las diferentes actividades * ❖ Representa la empresa legalmente | |
| Procedimientos | |
| * Direccionamiento estratégico | |
| Autoridad | |
| * Precios y condiciones comerciales | |
| Delegación | |
| * Gerentes de Área de Producción, Administrativo y Comercial | |
| PERFIL | |
| Educación | |
| * Profesional en Administración de empresas o afines, con énfasis en Gerencia Estratégica | |
| Experiencia (periodo de años) | |
| * 3 años en manejo de organizaciones del sector industrial o comercial | |
| Habilidades | |
| * Coaching, mente estratégica y proactivo | |
| Formación (Periodo de tiempo / horas) | |
| * Conocimiento avanzado en Sistemas de Información Integrado | |

Figura No 9: Cargo Coordinador de Logística

| IDENTIFICACIÓN | |
|--|---|
| Nombre Coordinador de Logística | Cargo jefe inmedia Gerente General |
| Objetivo del cargo | Promover y Coordinar el proceso de comercialización |
| Área Logística | |
| FUNCIONES | |
| Responsabilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ Coordina todo el proceso de comercialización ❖ Programa estratégicamente la entrada y salida de mercancía ❖ Tiene a cargo al almacenista, despachador y cortador ❖ Regula el cumplimiento de los implementos indispensables en los manejos de riesgos profesionales a sus subordinados. ❖ Analiza y emite informes en cuanto a garantías del producto final. | |
| Procedimientos | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Elaboración de su plan de comercialización a corto y mediano plazo * Elaborar informe a la gerencia de presupuesto anuales, mensuales y por pedido | |
| Autoridad | |
| * Tiene a cargo despachos, almacén, corte y la inspección de los satélites | |
| Delegación | |
| * Almacenista | |
| PERFIL | |
| Educación | |
| * Técnico en logística y distribución | |
| Experiencia (periodo de años) | |
| * 5 años en manejo departamentos de producción | |
| Habilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Manejo en control de producción por coste * Habilidades en manejo de sistemas de Información | |
| Formación (Periodo de tiempo / horas) | |
| * Concomiento en sistemas de información masiva | |

Figura No 10: Cargo Almacenista.

| IDENTIFICACIÓN | |
|--|--|
| Nombre ALMACENISTA | Cargo jefe inmedia Coordinador de logis Área LOGISTICA |
| Objetivo del cargo | Supervisar y mantiene el inventario de producto terminado. |
| FUNCIONES | |
| Responsabilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Manejar adecuadamente las entradas y salidas de la mercancia * Encargado de la ejecución y elaboración de todos los informes, documentos y procesos de la bodega. * Encargado de controlar el stock de los productos y no dejarlos agotar. | |
| Procedimientos | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Direccionamiento estratégica comercial | |
| Autoridad | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Control de las entradas y salidas de mercancia | |
| Delegación | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Auxiliar de bodega | |
| PERFIL | |
| Educación | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Profesional o tecnologo en logistica , con conocimientos en manejo de inventarios. | |
| Experiencia (periodo de años) | |
| <ul style="list-style-type: none"> * 3 años en su profesión y 3 en experiencia laboral. | |
| Habilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * control logístico , cumplimiento y agilidad. | |
| Formación (Periodo de tiempo / horas) | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento integral de la organización. | |

Figura No 11: Cargo Vendedor

| IDENTIFICACIÓN | |
|---|--|
| Nombre VENDEDOR | Cargo jefe inmedia Gerente Genera Área COMERCIAL |
| Objetivo del cargo | Planear y dirigir actividades de ventas en empresas industriales y comerciales de ventas al por mayor. |
| FUNCIONES | |
| Responsabilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * apertura de clientes, * Manejo de informacion sistematizada (Base de datos) * Manejo de Brochur, catalagos * Apoyo logístico. * Atención personalizada al cliente final * Recaudo de cartera | |
| Procedimientos | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Formato control de visitas semanales * | |
| Autoridad | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Manejo adecuado de clientes | |
| Delegación | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Secretaria | |
| PERFIL | |
| Educación | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Profesional en Administración de Empresas, Ingeniero de Mercados con experiencia en ventas de ropa intima | |
| Experiencia (periodo de años) | |
| <ul style="list-style-type: none"> * 3 años en su profesión y 3 en experiencia laboral. | |
| Habilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Financieras, control logístico y cumplimiento, Técnicas de negociación | |
| Formación (Periodo de tiempo / horas) | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento integral de la organización. | |

Figura No 12: Cargo Contabilidad.

| IDENTIFICACIÓN | | |
|---|---|--|
| Nombre | Contabilidad | Cargo jefe inmediato GerenteGeneral |
| Objetivo del cargo | Presentar a la compañía los estados financieros y llevar libros contables | |
| Área GENERAL | | |
| FUNCIONES | | |
| Responsabilidades | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Realizar estados financieros * Contabilizar facturas de compra y de venta * Registrar movimientos contables * presentar impuestos * registro de marcas y patentes | | |
| Procedimientos | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Estados financieros * movimientos contables | | |
| Autoridad | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Firma de estados financieros | | |
| Delegación | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * | | |
| PERFIL | | |
| Educación | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Contador publico | | |
| Experiencia (periodo de años) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * 3 años | | |
| Habilidades | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Manejo de sistemas contables. | | |
| Formación (Periodo de tiempo / horas) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * | | |

Figura 13: Cargo Jefe de talento humano

| IDENTIFICACIÓN | | |
|---|---|--|
| Nombre | Jefe de Talento Humano | Cargo jefe inmedia Gerente Genera |
| Objetivo del cargo | Responder por la selección, contratación y procesos del area de talento humano. | |
| Área GENERAL | | |
| FUNCIONES | | |
| Responsabilidades | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Elaboración Nomima * Pago de seguridad Industrial * Realizar capacitaciones a nuevos empleados * Definicion de cargos y perfiles * Dotacion | | |
| Procedimientos | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Elaboración Nomina, pago de parafiscales | | |
| Autoridad | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Control de ausencias y permisos | | |
| Delegación | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * | | |
| PERFIL | | |
| Educación | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Administracion de Recursos Humanos | | |
| Experiencia (periodo de años) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * 2 años en su profesión. | | |
| Habilidades | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Liderazgo, buenas relaciones interpersonales | | |
| Formación (Periodo de tiempo / horas) | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento del codigo sustantivo de trabajo y actualizaciones laborales. | | |

Figura No 14: Cargo Jefe de Compras.

| IDENTIFICACIÓN | |
|---|---|
| Nombre | JEFE DE COMPRAS |
| Cargo jefe inmedia | Coordenador de logis |
| Objetivo del cargo | Coordinar el proceso de compra y manejo de materia prima. |
| Área | LOGISTICA |
| FUNCIONES | |
| Responsabilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Controlar y manejar la compra de la materia prima. * Controlar el despacho de la materia prima a los satelites. * Mantener un stock minimo de materia prima | |
| Procedimientos | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Elaboracion de los documentos como facturas de compra, ordenes de compra . * Elaboración de los documentos de salida de materia prima hacia los satelites. | |
| Autoridad | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Control sobre las compras de materiales y materias primas. | |
| Delegación | |
| <ul style="list-style-type: none"> * | |
| PERFIL | |
| Educación | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Profesional en administracion de empresas o logistica | |
| Experiencia (periodo de años) | |
| <ul style="list-style-type: none"> * 3 años en su profesión. | |
| Habilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * control logístico y cumplimiento * habilidades comerciales | |
| Formación (Periodo de tiempo / horas) | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento del producto y la compañía | |

Figura: 15: Cargo auxiliar de bodega.

| IDENTIFICACIÓN | |
|--|--|
| Nombre | AUXILIAR DE BODEGA |
| Cargo jefe inmedia | COORDIANADOR DE |
| Objetivo del cargo | Encargado de la recepcion y almacenamiento de producto terminado |
| Área | LOGISTICA |
| FUNCIONES | |
| Responsabilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Almacenar correctamente las prendas * Mantener organizado el producto por lineas y tallas * Alistar los pedidos requeridos por el cliente. | |
| Procedimientos | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Elaboración del informe de los productos empacados * Elaboración del informe de los pedidos listos para envio. | |
| Autoridad | |
| Delegación | |
| <ul style="list-style-type: none"> * | |
| PERFIL | |
| Educación | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Persona con conocimiento en manipulacion de prendas. | |
| Experiencia (periodo de años) | |
| <ul style="list-style-type: none"> * 1 año en labores similares. | |
| Habilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * agilidad , responsabilidad y cumplimiento. | |
| Formación (Periodo de tiempo / horas) | |
| <ul style="list-style-type: none"> * conocimiento del producto. | |

Figura No 16: Cargo Secretaria

| IDENTIFICACIÓN | |
|--|---|
| Nombre secretaria | Cargo jefe inmedia Area comercial |
| Objetivo del cargo | Atencion al cliente Área COMERCIAL |
| FUNCIONES | |
| Responsabilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Atencion llamadas telefonicas * Control de correspondencia * Recepcion de facturas de compra | |
| Procedimientos | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Elaboración control de llamadas de clientes | |
| Autoridad | |
| * | |
| Delegación | |
| * | |
| PERFIL | |
| Educación | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Aux Secretariado | |
| Experiencia (periodo de años) | |
| <ul style="list-style-type: none"> * 2 años en su profesión. | |
| Habilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Atencion al cliente | |
| Formación (Periodo de tiempo / horas) | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento del producto y procesos de la empresa | |

Figura No 17: Cargo Conductor.

| IDENTIFICACIÓN | |
|---|--|
| Nombre CONDUCTOR | Cargo jefe inmedia ALMACENISTA |
| Objetivo del cargo | Coordinar las entregas de mercancia y materia prima a los satelites. Área LOGISTICA |
| FUNCIONES | |
| Responsabilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Entrega oportuna de los pedidos * Recoger el producto terminado en los satelites * Entrega de materia prima a los satelites | |
| Procedimientos | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Manejo de planillas de entregas | |
| * | |
| Autoridad | |
| * | |
| Delegación | |
| * | |
| PERFIL | |
| Educación | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Persona con experiencia como conductor y manejo de mercancia. | |
| Experiencia (periodo de años) | |
| <ul style="list-style-type: none"> * 3 años en su profesión. | |
| Habilidades | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Agilidad , responsabilidad y cumplimeto | |
| Formación (Periodo de tiempo / horas) | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Conocimiento del producto | |

4.7 MARCO JURÍDICO LEGAL DE LA EMPRESA.

La empresa DOTACIONES EMPRESARIALES LGD tiene como razón social comercializar prendas de dotación empresarial y asesoramiento en salud ocupacional a las empresas del sector industrial de la calle 80, por esta razón y según los pasos que se deben seguir para la creación de empresa definidos en la cámara de comercio de Bogotá. Se define:

Tipo de sociedad.

Sociedad Limitada.

Se constituye mediante escritura ante notario o documento privado ante Cámara de Comercio entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responden con sus respectivos aportes, y en algunos casos según el Código de Comercio artículos 354, 355 y 357, se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria, para alguno de los socios. Los socios deben definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y podrán delegar la representación legal y administración en un gerente, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos. El capital se representa en cuotas de igual valor que para su cesión, se pueden vender o transferir en las condiciones previstas en la ley o en los

respectivos estatutos. Cualquiera que sea el nombre de la sociedad deberá estar seguido de la palabra "Limitada" o su abreviatura "Ltda." que de no aclararse en los estatutos hará responsable a los asociados solidaria e ilimitadamente¹³.

Según la actividad económica.

- **Comerciales**. Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:
 - - Mayoristas: Venden a gran escala o a grandes rasgos.
 - Minoristas (detallistas): Venden al menudeo.
 - Comisionistas: Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.

Documento de constitución.

¹³ Cámara de Comercio de Bogotá, (2010. Mayo 6) Pasos para crear una empresa, Recuperado el jueves 6 de mayo de 2010.

<http://www.crearempresa.com.co/Consultas/TiposEmpresa.aspx#Limitada>.

MINUTA

En la ciudad de Bogotá D.C, 01 de Junio de Dos mil diez, se reunieron las señoras, Luz Dary Garay y Praxedis Díaz Rodríguez, mayores de edad, con domicilio en Bogotá D.C, identificados con las cédulas de ciudadanía números; 52.323.079; 51.650.166 obrando en nombre propio, manifestaron que constituirán una sociedad de responsabilidad limitada la cual se regirá por las normas establecidas en el código de comercio y en especial por los siguientes estatutos:

Artículo 1: Nombre o razón social: la sociedad se denominará “DOTACIONES INDUSTRIALES LGD Limitada”.

Artículo 2: Domicilio: el domicilio principal será en la ciudad de Bogotá D.C, República de Colombia, sin embargo la sociedad puede establecer sucursales, en otras ciudades del país como en el exterior.

Artículo 3: Objeto social: la compañía tiene por objeto social: comercializar prendas de dotación empresarial. En el desarrollo y cumplimiento de tal objeto puede hacer en su propio nombre o por cuenta de terceros o con participación de ellos, toda clase de operaciones comercial, sobre bienes muebles o inmuebles y construir cualquier clase de gravamen, celebrar contratos con personas naturales o jurídicas, efectuar operaciones de préstamos, cambio, descuento, cuentas corrientes, dar o recibir garantías y endosar, adquirir y negociar títulos valores.

Artículo 4: Duración de la sociedad: se fija en 10 años, contados desde la fecha de otorgamiento de la escritura. La junta de socios podrá mediante reforma,

prolongar dicho término o disolver extraordinariamente la sociedad, antes de que dicho término expire.

Artículo 5: el capital de la sociedad es la suma de \$30.000.000.

Artículo 6: cuotas: El capital social se divide en diez cuotas o acciones de un valor nominal de tres millones de pesos, capital y cuotas que se encuentran pagadas en su totalidad de la siguiente forma:

El socio Luz Dary Garay, suscribe el ochenta por ciento en ocho cuotas de valor nominal y paga en efectivo el valor de \$24.000.000

El socio Praxedis Díaz Rodríguez suscribe el veinte por ciento en ocho cuotas de valor nominal y paga en efectivo el valor de \$6.000.000.

Artículo 7: Responsabilidades: la responsabilidad de cada uno de los socios se limita al monto de sus aportes.

Artículo 8: Aumento del capital: el capital de los socios puede ser aumentando por nuevos aportes de los socios, por la admisión de nuevos socios o por la acumulación que se hicieron de utilidades por determinación de común acuerdo de los socios.

Artículo 9: Cesión de cuotas: las cuotas correspondientes al interés social de cada uno de los socios no están representadas por títulos, ni son negociables en el mercado, pero sí pueden cederse. La cesión implicará una reforma estatutaria y la correspondiente escritura será otorgada por el representante legal, el cedente y el cesionario.

Artículo 10: Administración: la administración de la sociedad corresponde por derecho a los socios, pero estos convienen en delegarla en un gerente, con facultades para representar la sociedad. Esta delegación no impide que la administración y representación de la sociedad, así como el uso de la razón social se someta al gerente, cuando los estatutos así lo exijan, según la voluntad de los socios.

Requiere para su validez el consentimiento de todos los socios, la ejecución o ejercicio de los siguientes actos o funciones: 1. Disponer de una parte de las utilidades líquidas con destino a ensanchamiento de la empresa o de cualquier otro objeto distinto de la distribución de utilidades.

Artículo 11: Reuniones: la junta de socios se reunirá ordinariamente una vez por año, el primer día de Marzo a las 10:00 de la mañana en las oficinas del domicilio de la compañía.

Artículo 12: Votos: en todas las reuniones de la junta de socios, cada socio tendrá tantos votos como cuotas tenga en la compañía. Las decisiones se tomaran por número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las cuotas en que se halla dividido el capital de la sociedad, salvo que de acuerdo con estos estatutos se requiera unanimidad.

Artículo 13: La sociedad tendrá un gerente y un subgerente que lo reemplazará en sus faltas absolutas o temporales. Ambos elegidos por la junta de socios para períodos de un año, pero podrán ser reelegidos indefinidamente y removidos a voluntad de los socios en cualquier tiempo. Le corresponde al gerente en forma

especial la administración y representación de la sociedad, así como el uso de la razón social con las limitaciones contempladas en estos estatutos. En particular tendrá las siguientes funciones (enumere todas aquellas que considere pertinente).

Artículo 14: Inventarios y Balances: mensualmente se hará un Balance de prueba de la sociedad. Cada año a 31 de Diciembre se cortarán las cuentas, se hará un inventario y se formará el Balance de la junta de socios.

Artículo 15: Reserva Legal: aprobado el Balance y demás documentos, de las utilidades líquidas que resulten, se destinará un 10% de reserva legal.

Artículo 16: La sociedad se disolverá por: 1. La expedición del plazo señalado para su duración. 2. La pérdida de un 50% del capital aportado. 3. Por acuerdo unánime de los socios. 4. Cuando el número de socios exceda de veinticinco. 5. Por demás causales señaladas en la ley.

Artículo 17: Liquidación: disuelta la sociedad se procederá a su liquidación por el gerente salvo que la junta de socios resuelva designar uno o más liquidadores con sus respectivos suplentes, cuyos nombramientos deberán registrarse en la Cámara de Comercio del domicilio de la ciudad.

De esta manera se debe detallar toda la información referente a la sociedad con da uno de los aspectos mencionados en el contenido básico.

SOCIOS

Se firma en Bogotá a los veinte días del mes de Junio de 2010

Luz Dary Garay C.C.

Praxedis Díaz Rodríguez C,C

5. ESTUDIO FINANCIERO Y DE EVALUACIÓN ECONÓMICA

Este estudio financiero para la nueva empresa esta desarrollado sobre las cédulas presupuestales vistas en la cátedra de formulación y evaluación de proyectos, en el semestre inmediatamente anterior y fueron utilizadas para este proyecto de grado ya que cumplían con todas las variables que se deben tener presente para dicho estudio.

El estudio final de la nueva empresa es el estudio financiero y la evaluación económica donde se tendrán en cuenta los siguientes aspectos importantes para determinar la viabilidad de la empresa DOTACIONES EMPRESARIALES LGD.

- Proyección de ventas del proyecto
- Monto de la inversión del proyecto discriminado en inversión fija, inversión diferida y capital de inicio
- Costos fijos, variables, y punto de equilibrio del proyecto
- Estado de fuentes y usos del proyecto
- Flujo neto del proyecto para evaluar su flexibilidad económica mediante el análisis de los indicadores, Valor Presente Neto, tasa interna de retorno y relación beneficio – costo
- Estados financieros del proyecto (estado de resultados, balance general) y sus respectivos indicadores de liquidez, rentabilidad, solvencia y endeudamiento

- Cuadro resumen para la toma de decisiones sobre la viabilidad del proyecto.

5.1 PROYECCIÓN DE VENTAS

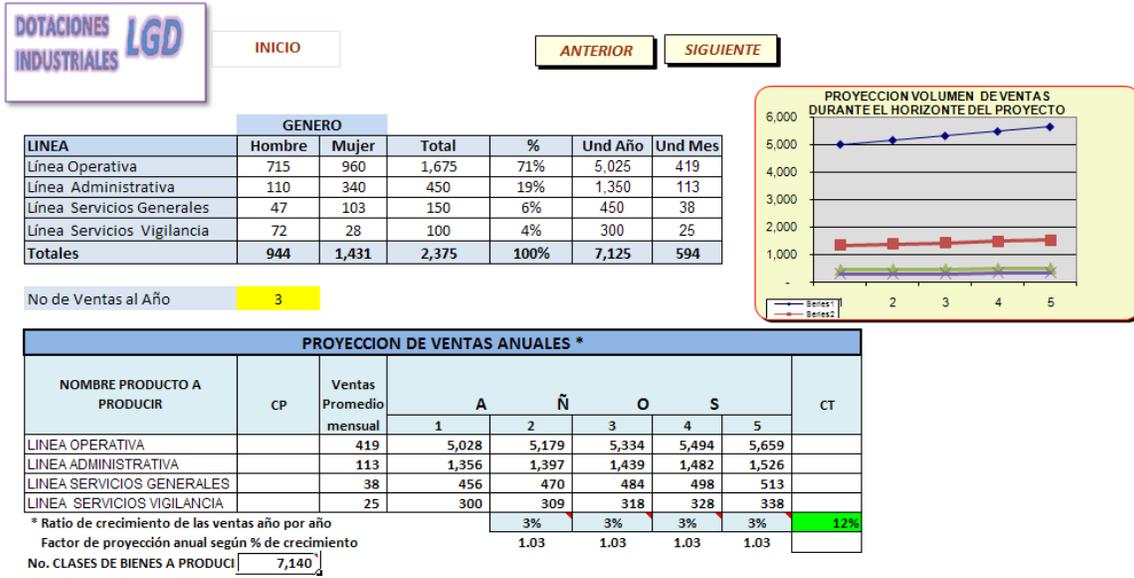
Teniendo como referencia que la compra de los productos debe ser de cada 3 meses como la normatividad lo establece y con la variedad de productos de la empresa por cada una de las líneas, la proyección de ventas para el primer año esta dada en el promedio de personas por cargo que arrojó la encuesta, (Ficha técnica) que dio como resultado global de las cuatro líneas 2.375 unidades que a su vez significan 594 unidades mensuales, para un total de ventas anuales de

7.125.

Cuadro 14: Proyección de ventas

| LINEA | GENERO | | Total | % | Und Año | Und Mes |
|----------------------------|------------|--------------|--------------|-------------|--------------|------------|
| | Hombre | Mujer | | | | |
| Línea Operativa | 715 | 960 | 1,675 | 71% | 5,025 | 419 |
| Línea Administrativa | 110 | 340 | 450 | 19% | 1,350 | 113 |
| Línea Servicios Generales | 47 | 103 | 150 | 6% | 450 | 38 |
| Línea Servicios Vigilancia | 72 | 28 | 100 | 4% | 300 | 25 |
| Totales | 944 | 1,431 | 2,375 | 100% | 7,125 | 594 |
| No de Ventas al Año | 3 | | | | | |

Figura 18. Proyección de Ventas a cinco años.



5.3 COSTOS LABORALES.

A continuación se presentan los costos laborales por los que incurriría la empresa, para las aéreas administrativa, logística y de ventas.

Figura 19 Costos Laborales. Área Administrativa.

| DOTACIONES INDUSTRIALES LGD | | | | | | |
|--|------------------|-------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|--|
| PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL AÑO 1 | | | | | | |
| NOMBRE DEL CARGO | SUELDO MENSUAL | TOTAL ANUAL | Carga Prestac. mensual | Carga prestac. anual | TOTAL SUELDOS MAS CARGA LAB. | |
| Jefe de talento humano | 800,000 | 9,600,000 | 435,640 | 5,227,680 | 14,827,680 | |
| Auxiliar Contable | 600,000 | 7,200,000 | 326,730 | 3,920,760 | 11,120,760 | |
| Secretaria | 515,000 | 6,180,000 | 280,443 | 3,365,319 | 9,545,319 | |
| Corte | 515,000 | 6,180,000 | 280,443 | 3,365,319 | 9,545,319 | |
| T O T A L E S | 2,430,000 | 29,160,000 | 1,323,257 | 15,879,078 | 45,039,078 | |

| DOTACIONES INDUSTRIALES LGD | | | | | | |
|---|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| PRESUPUESTO DE COSTOS LABORALES DETALLADOS* | | | | | | |
| NOMBRE DEL CARGO | MENSUAL | ANUAL | A | N | O | S |
| | | | 2 | 3 | 4 | 5 |
| SUELDOS SEGÚN NOMINA | 2,430,000 | 29,160,000 | 30,034,800 | 30,935,844 | 31,863,919 | 32,819,837 |
| 1. PRESTACIONES SOCIALES | 749,169 | 8,990,028 | 9,259,729 | 9,630,118 | 10,111,624 | 10,718,321 |
| 1.1 CESANTIAS | 202,419 | 2,429,028 | 2,501,899 | 2,601,975 | 2,732,074 | 2,895,998 |
| 1.2 PRIMA DE SERVICIOS | 202,419 | 2,429,028 | 2,501,899 | 2,601,975 | 2,732,074 | 2,895,998 |
| 1.3 VACACIONES | 101,331 | 1,215,972 | 1,252,451 | 1,302,549 | 1,367,677 | 1,449,737 |
| 1.4 INTERESES A LAS CESANTIAS | 24,300 | 291,600 | 300,348 | 312,362 | 327,980 | 347,659 |
| 1.5 PARAFISCALES | 218,700 | 2,624,400 | 2,703,132 | 2,811,257 | 2,951,820 | 3,128,929 |
| 2. SEGURIDAD SOCIAL | 574,088 | 6,889,050 | 7,095,722 | 7,379,550 | 7,748,528 | 8,213,440 |
| 2.1 Salud | 194,400 | 2,332,800 | 2,402,784 | 2,498,895 | 2,623,840 | 2,781,271 |
| 2.2 Pensión | 282,488 | 3,389,850 | 3,491,546 | 3,631,207 | 3,812,768 | 4,041,534 |
| 3. OTROS | 97,200 | 1,166,400 | 1,201,392 | 1,249,448 | 1,311,920 | 1,390,635 |
| T O T A L E S | 3,753,257 | 45,039,078 | 46,390,250 | 47,945,512 | 49,724,071 | 51,751,598 |
| Ratio de incremento anual de salarios | | | 3% | 4% | 5% | 6% |
| Factor de proyección | | | 1.03 | 1.04 | 1.05 | 1.06 |
| * Costos laborales a cargo del patrono (personal contratado año1) | | | | | | |
| 1.5 PARAFISCALES | | 2,624,400 | 2,703,132 | 2,811,257 | 2,951,820 | 3,128,929 |
| 2. SEGURIDAD SOCIAL | | 6,889,050 | 7,095,722 | 7,379,550 | 7,748,528 | 8,213,440 |
| (+)Retenciones y aportes de nómina-mensual | | 792,788 | 816,571 | 849,234 | 891,696 | 945,197 |
| (+)Cesantías | | 2,429,028 | 2,501,899 | 2,601,975 | 2,732,074 | 2,895,998 |
| (+)Intereses a las Cesantías | | 291,600 | 300,348 | 312,362 | 327,980 | 347,659 |
| Total cesantías consolidadas | | 2,720,628 | 2,802,247 | 2,914,337 | 3,060,054 | 3,243,657 |

| TOTAL PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--|
| | A | | N | | O | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 1 | 45,039,078 | 46,390,250 | 47,945,512 | 49,724,071 | 51,751,598 | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 2 | | 12,974,220 | | | | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 3 | | | | | | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 4 | | | | | | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 5 | | | | | | |
| GRAN TOTAL COSTOS DE PERSONAL | 45,039,078 | 59,364,470 | 47,945,512 | 49,724,071 | 51,751,598 | |

Figura 20 Costos Laborales. Área Logística.

| PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL MANO OBRA DIRECTA AÑO 1 | | | | | |
|---|------------------|-------------------|------------------------|----------------------|-----------------------------|
| NOMBRE DEL CARGO | SUELDO MENSUAL | TOTAL ANUAL | Carga Prestac. mensual | Carga prestac. anual | TOTAL SUELDOS MAS CARGALAB. |
| Cordinador Logistica | 1,550,000 | 18,600,000 | 851,803 | 10,221,630 | 28,821,630 |
| Jefe de compras | 800,000 | 9,600,000 | 439,640 | 5,275,680 | 14,875,680 |
| Despachador | 515,000 | 6,180,000 | 283,018 | 3,396,219 | 9,576,219 |
| almacenista | 515,000 | 6,180,000 | 283,018 | 3,396,219 | 9,576,219 |
| aux bodega | 515,000 | 6,180,000 | 283,018 | 3,396,219 | 9,576,219 |
| corte | 515,000 | 6,180,000 | 283,018 | 3,396,219 | 9,576,219 |
| T O T A L E S | 4,410,000 | 52,920,000 | 2,423,516 | 29,082,186 | 82,002,186 |

| PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA DETALLADO* | | | | | | |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| NOMBRE DEL CARGO | MENSUAL | ANUAL | A | Ñ | O | S |
| | | | 2 | 3 | 4 | 5 |
| SUELDOS SEGÚN NOMINA | 4,410,000 | 52,920,000 | 56,624,400 | 61,154,352 | 66,658,244 | 73,324,068 |
| 1. PRESTACIONES SOCIALES | 1,359,603 | 16,315,236 | 17,457,303 | 18,853,887 | 20,550,737 | 22,605,810 |
| 1.1 CESANTIAS | 367,353 | 4,408,236 | 4,716,813 | 5,094,158 | 5,552,632 | 6,107,895 |
| 1.2 PRIMA DE SERVICIOS | 367,353 | 4,408,236 | 4,716,813 | 5,094,158 | 5,552,632 | 6,107,895 |
| 1.3 VACACIONES | 183,897 | 2,206,764 | 2,361,237 | 2,550,136 | 2,779,649 | 3,057,614 |
| 1.4 INTERESES A LAS CESANTIAS | 44,100 | 529,200 | 566,244 | 611,544 | 666,582 | 733,241 |
| 1.5 PARAFISCALES | 396,900 | 4,762,800 | 5,096,196 | 5,503,892 | 5,999,242 | 6,599,166 |
| 2. SEGURIDAD SOCIAL | 1,063,913 | 12,766,950 | 13,660,637 | 14,753,487 | 16,081,301 | 17,689,431 |
| 2.1 Salud | 374,850 | 4,498,200 | 4,813,074 | 5,198,120 | 5,665,951 | 6,232,546 |
| 2.2 Pensión | 512,663 | 6,151,950 | 6,582,587 | 7,109,193 | 7,749,021 | 8,523,923 |
| 3. OTROS | 176,400 | 2,168,800 | 2,264,976 | 2,446,174 | 2,666,330 | 2,932,963 |
| T O T A L E S | 6,833,516 | 82,002,186 | 87,742,339 | 94,761,726 | 103,290,281 | 113,619,310 |
| Ratio de incremento anual de salarios | | | 7% | 8% | 9% | 10% |
| Factor de proyección | | | 1.07 | 1.08 | 1.09 | 1.10 |
| <i>*Costos laborales a cargo del patrono (personal contratado año 1)</i> | | | | | | |
| 1.5 PARAFISCALES | | 4,762,800 | 5,096,196 | 5,503,892 | 5,999,242 | 6,599,166 |
| 2. SEGURIDAD SOCIAL | | 12,766,950 | 13,660,637 | 14,753,487 | 16,081,301 | 17,689,431 |
| (+)Retenciones y aportes de nómina-mensual | | 1,460,813 | 1,563,069 | 1,688,115 | 1,840,045 | 2,024,050 |
| (+) Cesantías | | 4,408,236 | 4,716,813 | 5,094,158 | 5,552,632 | 6,107,895 |
| (+) Intereses a las Cesantías | | 529,200 | 566,244 | 611,544 | 666,582 | 733,241 |
| Total censantías consolidadas | | 4,937,436 | 5,283,057 | 5,705,701 | 6,219,214 | 6,841,136 |

| TOTAL PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA | | | | | |
|---|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| | 1 | A | Ñ | O | S |
| | | 2 | 3 | 4 | 5 |
| TOTAL PERSONAL AÑO 1 | 82,002,186 | 87,742,339 | 94,761,726 | 103,290,281 | 113,619,310 |
| TOTAL PERSONAL AÑO 2 | | 10,227,030 | | | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 3 | | | 10,227,030 | | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 4 | | | | - | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 5 | | | | | - |
| GRAN TOTAL COSTOS DE PERSONAL | 82,002,186 | 97,969,369 | 104,988,756 | 103,290,281 | 113,619,310 |

Figura 21 Costos Laborales. Área de Ventas

DOTACIONES INDUSTRIALES LGD

PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL - VENTAS

| NOMBRE DEL CARGO | SUELDO MENSUAL | TOTAL ANUAL | Carga Prestac. mensual | Carga prestac. anual | TOTAL SUELDOS MAS CARGA LAB. |
|----------------------|------------------|-------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|
| vendedor 1 | 650,000 | 7,800,000 | 353,958 | 4,247,490 | 12,047,490 |
| vendedor 2 | 650,000 | 7,800,000 | 353,958 | 4,247,490 | 12,047,490 |
| T O T A L E S | 1,300,000 | 15,600,000 | 707,915 | 8,494,980 | 24,094,980 |

DOTACIONES INDUSTRIALES LGD

PRESUPUESTO DE COSTOS LABORALES DETALLADOS*

| NOMBRE DEL CARGO | MENSUAL | ANUAL | N | | O | | S | |
|---------------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---|--|
| | | | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| SUELDOS SEGÚN NOMINA | 1,300,000 | 15,600,000 | 16,068,000 | 16,550,040 | 17,046,541 | 17,557,937 | | |
| 1. PRESTACIONES SOCIALES | 400,790 | 4,809,480 | 4,953,764 | 5,102,377 | 5,255,449 | 5,413,112 | | |
| 1.1 CESANTIAS | 108,290 | 1,299,480 | 1,338,464 | 1,378,618 | 1,419,977 | 1,462,576 | | |
| 1.2 PRIMA DE SERVICIOS | 108,290 | 1,299,480 | 1,338,464 | 1,378,618 | 1,419,977 | 1,462,576 | | |
| 1.3 VACACIONES | 54,210 | 650,520 | 670,036 | 690,137 | 710,841 | 732,166 | | |
| 1.4 INTERESES A LAS CESANTIAS | 13,000 | 156,000 | 160,680 | 165,500 | 170,465 | 175,579 | | |
| 1.5 PARAFISCALES | 117,000 | 1,404,000 | 1,446,120 | 1,489,504 | 1,534,189 | 1,580,214 | | |
| 2. SEGURIDAD SOCIAL | 255,125 | 3,061,500 | 3,153,345 | 3,247,945 | 3,345,384 | 3,445,745 | | |
| 2.1 Salud | 104,000 | 1,248,000 | 1,285,440 | 1,324,003 | 1,363,723 | 1,404,635 | | |
| 2.2 Pensión | 151,125 | 1,813,500 | 1,867,905 | 1,923,942 | 1,981,660 | 2,041,110 | | |
| 3. OTROS | 52,000 | 624,000 | 642,720 | 662,002 | 681,862 | 702,317 | | |
| T O T A L E S | 2,007,915 | 24,094,980 | 24,817,829 | 25,562,364 | 26,329,235 | 27,119,112 | | |
| Ratio de incremento anual de salarios | | | 3% | 3% | 3% | 3% | | |
| Factor de proyección | | | 1.03 | 1.03 | 1.03 | 1.03 | | |

* Costos laborales a cargo del patrono (personal contratado año1)

| | | | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1.5 PARAFISCALES | 1,404,000 | 1,446,120 | 1,489,504 | 1,534,189 | 1,580,214 | |
| 2. SEGURIDAD SOCIAL | | 3,061,500 | 3,153,345 | 3,247,945 | 3,345,384 | 3,445,745 |
| (+)Retenciones y aportes de nómina-mensual | | 372,125 | 383,289 | 394,787 | 406,631 | 418,830 |
| (+)Cesantías | | 1,299,480 | 1,338,464 | 1,378,618 | 1,419,977 | 1,462,576 |
| (+)Intereses a las Cesantías | | 156,000 | 160,680 | 165,500 | 170,465 | 175,579 |
| Total cesantías consolidadas | | 1,455,480 | 1,499,144 | 1,544,119 | 1,590,442 | 1,638,156 |

TOTAL PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL

| | 1 | N | | O | | S | |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---|---|
| | | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 1 | 24,094,980 | 24,817,829 | 25,562,364 | 26,329,235 | 27,119,112 | | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 2 | | 11,120,760 | | | | | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 3 | | | 13,900,950 | | | | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 4 | | | | 14,827,680 | | | |
| TOTAL PERSONAL AÑO 5 | | | | | | | - |
| GRAN TOTAL COSTOS DE PERSONAL | 24,094,980 | 35,938,589 | 39,463,314 | 41,156,915 | 27,119,112 | | |

5.4 PROYECCIÓN VOLUMEN DE COMERCIALIZACIÓN.

Teniendo en cuenta las ventas proyectadas para los primeros cinco años del estudio financiero, se define el volumen de ventas a comercializar, para determinar la producción por parte de los satélites así:

Figura 22: Proyección volumen de ventas:

| DOTACIONES INDUSTRIALES LGD | | | | | | | | |
|--|----|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| PROYECCION VOLUMEN DE COMERCIALIZACION | | | | | | | | |
| DESCRIPCION | CP | Promedio mensual | AÑO | | | | | CT |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| LINEA OPERATIVA | | | | | | | | |
| Inventario final esperado (% sobre ventas)* | | | 201 | 155 | 155 | 155 | 155 | |
| (+) Ventas presupuestadas | | 418.75 | 5,025 | 5,176 | 5,176 | 5,176 | 5,176 | 5,176 |
| (=) Necesidades de PRODUCCION | | | 5,226 | 5,331 | 5,331 | 5,331 | 5,331 | 5,331 |
| (-) Inventario inicial | | | 0 | 201 | 155 | 155 | 155 | 155 |
| (=) PRODUCCION REQUERIDA | | | 5,226 | 5,130 | 5,176 | 5,176 | 5,176 | 5,176 |
| *% de inventario final sobre volumen de ventas | | | 4% | 3% | 3% | 3% | 3% | 3% |
| | | | 3.00 | 2.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 |
| LINEA ADMINISTRATIVA | | | | | | | | |
| Inventario final esperado (% sobre ventas)* | | | 54 | 42 | 45 | 47 | 49 | |
| (+) Ventas presupuestadas | | 112.5 | 1,350 | 1,391 | 1,488 | 1,563 | 1,641 | |
| (=) Necesidades de PRODUCCION | | | 1,404 | 1,432 | 1,533 | 1,610 | 1,690 | |
| (-) Inventario inicial | | | 0 | 54 | 42 | 45 | 47 | |
| (=) PRODUCCION REQUERIDA | | | 1,404 | 1,378 | 1,491 | 1,565 | 1,643 | |
| *% de inventario final sobre volumen de ventas | | | 4% | 3% | 3% | 3% | 3% | |
| | | | 1.03 | 1.03 | 1.03 | 1.03 | 1.03 | |
| LINEA SERVICIOS GENERALES | | | | | | | | |
| Inventario final esperado (% sobre ventas)* | | | 18 | 14 | 15 | 16 | 16 | |
| (+) Ventas presupuestadas | | 37.5 | 450 | 464 | 496 | 521 | 547 | |
| (=) Necesidades de PRODUCCION | | | 468 | 477 | 511 | 537 | 563 | |
| (-) Inventario inicial | | | 0 | 18 | 14 | 15 | 16 | |
| (=) PRODUCCION REQUERIDA | | | 468 | 459 | 497 | 522 | 548 | |
| *% de inventario final sobre volumen de ventas | | | 4% | 3% | 3% | 3% | 3% | |
| | | | 1.03 | 1.03 | 1.03 | 1.03 | 1.03 | |
| LINEA SERVICIOS VIGILANCIA | | | | | | | | |
| Inventario final esperado (% sobre ventas)* | | | 12 | 9 | 10 | 10 | 11 | |
| (+) Ventas presupuestadas | | 25 | 300 | 309 | 331 | 347 | 365 | |
| (=) Necesidades de PRODUCCION | | | 312 | 318 | 341 | 358 | 376 | |
| (-) Inventario inicial | | | 0 | 12 | 9 | 10 | 10 | |
| (=) PRODUCCION REQUERIDA | | | 312 | 306 | 331 | 348 | 365 | |
| *% de inventario final sobre volumen de ventas | | | 4% | 3% | 3% | 3% | 3% | |
| | | | 1.03 | 1.03 | 1.03 | 1.03 | 1.03 | |

A su vez se determina el porcentaje de inventarios al final de cada año.

Figura 23: Costos de inventarios

| PROYECCION COSTO DE INVENTARIOS POR PRODUCTO | | | | | | |
|--|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| DESCRIPCION | | A | Ñ | O | S | CT |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| LINEA OPERATIVA | | | | | | |
| Cantidades inventario fin de año | 0 | 201 | 155 | 155 | 155 | 155 |
| SUBTOTAL | | 201 | 155 | 155 | 155 | 155 |
| LINEA ADMINISTRATIVA | | | | | | |
| Cantidades inventario fin de año | 0 | 54 | 42 | 45 | 47 | 49 |
| SUBTOTAL | | 54 | 42 | 45 | 47 | 49 |
| LINEA SERVICIOS GENERALES | | | | | | |
| Cantidades inventario fin de año | 0 | 18 | 14 | 15 | 16 | 16 |
| SUBTOTAL | 0 | 18 | 14 | 15 | 16 | 16 |
| (=) Necesidades de PRODUCCION | | | | | | |
| Cantidades inventario fin de año | 0 | 12 | 9 | 10 | 10 | 11 |
| SUBTOTAL | 0 | 12 | 9 | 10 | 10 | 11 |
| Costo Unitario de Producción | | 8,635 | 11,459 | 12,150 | 11,588 | 7,534 |
| SUBTOTAL | | 273 | 211 | 215 | 218 | 221 |
| GRAN TOTAL COSTO DE INVENTARIOS | | 2,357,481 | 2,416,611 | 2,609,934 | 2,523,605 | 1,664,377 |

5.5 MATERIA PRIMA

La proyección de materia prima requerida se tomo del promedio de tela por prenda teniendo en cuenta que son diferentes tipos de tela por cada referencia se promedio en un solo valor y a su vez un promedio de precio igualmente.

Figura 24: Consumo materia prima.

| DOTACIONES INDUSTRIALES LGD | | | | | | | | |
|--|------------------|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|----|
| PROYECCION CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS | | | | | | | | |
| DESCRIPCION DE LA MATERIA PRIMA | Unidad de Medida | Promedio mensual | AÑO | | | | | CT |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| TELA | METROS | | | | | | | |
| Inventario final de M.P.* | MTS | | 105 | 212 | 322 | 325 | 219 | |
| (+) CONSUMO DE M.P. | MTS | 876 | 10,509 | 10,614 | 10,721 | 10,828 | 10,936 | |
| (=) Necesidades de COMPRAS de M.P. | MTS | 0 | 10,614 | 10,827 | 11,042 | 11,153 | 11,155 | |
| (-) Inventario inicial | MTS | 0 | 0 | 105 | 212 | 322 | 325 | |
| (=) COMPRAS REQUERIDAS DE M.P. | MTS | 0 | 10,614 | 10,722 | 10,830 | 10,831 | 10,830 | |
| * % de inventario final de M.P. | | | 1.0% | 2.0% | 3.0% | 3.0% | 2.0% | |
| * % de incremento anual de consumo de M.P. | | | | 1.0% | 1.0% | 1.0% | 1.0% | |
| * FACTOR DE PONDERACION | | | | 1.01 | 1.01 | 1.01 | 1.01 | |

| PRESUPUESTO DE COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS | | | | | | | | |
|--|---------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----|
| TIPO DE BIEN | Unidad medida | Promedio mensual | AÑO | | | | | CT |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| TELA | METROS | | | | | | | |
| Cantidades a comprar | | 0 | 10,614 | 10,722 | 10,830 | 10,831 | 10,830 | |
| Precio unitario de compra | \$ | 7,000 | 7,000 | 7,350 | 7,718 | 8,103 | 8,509 | |
| SUBTOTAL | | | 74,301,281 | 78,804,233 | 83,580,081 | 87,767,944 | 92,147,402 | |
| GRAN TOTAL COSTO DE MATERIAS PRIMAS | | | 74,301,281 | 78,804,233 | 83,580,081 | 87,767,944 | 92,147,402 | |
| * Ratio de incremento en el precio de compra anual | | | | 5% | 5% | 5% | 5% | |
| Factor de proyección anual | | | | 1.05 | 1.05 | 1.05 | 1.05 | |

| VALOR INVENTARIOS DE MATERIAS PRIMAS* | | | | | | | | |
|--|----|-------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|----|
| DESCRIPCION | CP | | AÑO | | | | | CT |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| TELA | | | | | | | | |
| Cantidades inventario fin de año | | | 105 | 212 | 322 | 325 | 219 | |
| Precio unitario de compra | | 7,000 | 7,000 | 7,350 | 7,718 | 8,103 | 8,509 | |
| SUBTOTAL | | | 735,656 | 1,560,327 | 2,482,090 | 2,632,256 | 1,861,005 | |
| GRAN TOTAL COSTO DE INVENTARIOS DE M.P. | | | 735,656 | 1,560,327 | 2,482,090 | 2,632,256 | 1,861,005 | |

* Calculado de acuerdo a precio de compra

5.6 EMPAQUES

El empaque requerido para la entrega del producto al cliente final esta determinado en cajas de 50 x 50 cms donde aproximadamente y según al referencia y talla del producto se promedio de la siguiente manera.

CAJAS DE 50X50

| TALLA | REF. | CAJA |
|------------------|------|--------|
| | | S |
| | M | 20 |
| | L | 15 |
| | XL | 10 |
| PROMEDIO X TALLA | | 17.5 |
| Und por caja | | 20 |
| Cant de Caja | | 350 |
| Precio Caja | | 100 |
| | | 35,000 |

Con este promedio de caja se determina los costos de empaque así:

Figura 25: Empaques

| DOTACIONES INDUSTRIALES LGD | | | | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|----|
| PROYECCION UTILIZACION DE EMPAQUES | | | | | | | | |
| DESCRIPCION DEL TIPO DE EMPAQUE | Unidad de Medida | Promedio mensual | A | | | | | CT |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| CAJAS | Unidad | | | | | | | |
| Inventario final de EMPAQUES | MTS | | 420 | 424 | 428 | 433 | 437 | |
| (+) CONSUMO DE EMPAQUES | MTS | 350 | 4,200 | 4,242 | 4,284 | 4,327 | 4,371 | |
| (=) Necesidades de COMPRAS de EMPAQUES | MTS | | 4,620 | 4,666 | 4,713 | 4,760 | 4,808 | |
| (-) Inventario inicial DE EMPAQUES | MTS | | 0 | 420 | 424 | 428 | 433 | |
| (=) COMPRAS REQUERIDAS DE EMPAQUES | MTS | | 4,620 | 4,246 | 4,289 | 4,332 | 4,375 | |
| * % de inventario final de empaques | | | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | |
| * % de incremento anual de consumo de empaques | | | | 1% | 1% | 1% | 1% | |
| * FACTOR DE PONDERACION | | | | 1.01 | 1.01 | 1.01 | 1.01 | |
| PRESUPUESTO DE COMPRAS DE EMPAQUES | | | | | | | | |
| TIPO DE BIEN | Unidad medida | Promedio mensual | A | | | | | CT |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| CAJAS | Unidad | | | | | | | |
| Cantidades a comprar | | 350 | 4,620 | 4,246 | 4,289 | 4,332 | 4,375 | |
| Precio unitario de compra | \$ | 1,000 | 1,000 | 1,070 | 1,145 | 1,168 | 1,191 | |
| SUBTOTAL | | | 4,620,000 | 4,543,434 | 4,910,089 | 5,058,374 | 5,211,137 | |
| GRAN TOTAL COSTO DE EMPAQUES | | | 4,620,000 | 4,543,434 | 4,910,089 | 5,058,374 | 5,211,137 | |
| * Ratio de incremento en el precio de compra anual | | | | 7% | 7% | 2% | 2% | |
| Factor de proyección anual | | | | 1.07 | 1.07 | 1.02 | 1.02 | |
| VALOR INVENTARIOS DE EMPAQUES* | | | | | | | | |
| DESCRIPCION | CP | | A | | | | | CT |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| CAJAS | | | | | | | | |
| Cantidades inventario fin de año | | | 420 | 424 | 428 | 433 | 437 | |
| Precio unitario de compra | \$ | 1,000 | \$ 1,000 | \$ 1,070 | \$ 1,145 | \$ 1,168 | \$ 1,191 | |
| SUBTOTAL | | | 420,000 | 453,894 | 490,523 | 505,337 | 520,598 | |
| GRAN TOTAL COSTO DE INVENTARIO DE EMPAQUES | | | 420,000 | 453,894 | 490,523 | 505,337 | 520,598 | |

* Calculado de acuerdo a precio de compra

5.7 INVERSIONES.

Las inversiones iniciales serán en maquinaria y equipos y estas se determina para el primer año del proyecto así:

Figura 26: Inversiones en maquinaria y equipos.

| <i>DOTACIONES INDUSTRIALES LGD</i> | | | | |
|---|---|----------|---------------------|---------------------|
| INVERSIONES EN MAQUINARIA Y EQUIPO - AÑO 1 | | | | |
| RELACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO | ESPECIFICACIONES TECNICAS MARCAS O REFERENCIAS | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| Mesa de corte | | 1 | \$ 1,000,000 | \$ 1,000,000 |
| Estanteria | | 2 | \$ 1,000,000 | \$ 2,000,000 |
| | | | | 0 |
| TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO AÑO 1 | | 3 | \$ 2,000,000 | \$ 3,000,000 |

| INVERSIONES EN EQUIPO DE OFICINA - AÑO 1 | | | | |
|---|---|-----------|---------------------|----------------------|
| RELACION DE MAQUINARIA Y EQUIPO | ESPECIFICACIONES TECNICAS MARCAS O REFERENCIAS | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| Computador | Compaq presario | 8 | \$ 1,200,000 | \$ 9,600,000 |
| Telefonos | Panasonic | 8 | \$ 100,000 | \$ 800,000 |
| IMPRESORA MULTIFUNCIONAL | SAMSUM | 4 | \$ 500,000 | \$ 2,000,000 |
| Escritorios | Famoc Depanel | 8 | \$ 800,000 | \$ 6,400,000 |
| Sillas | Famoc Depanel | 12 | \$ 200,000 | \$ 2,400,000 |
| | | | \$ - | \$ - |
| TOTAL EQUIPO DE OFICINA AÑO 1 | | 40 | \$ 2,800,000 | \$ 21,200,000 |

| <i>DOTACIONES INDUSTRIALES LGD</i> | | | | | | | | | |
|---|------------|--------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|--------------------|
| DEPRECIACION DE ACTIVOS INVERSION AÑO 1* | | | | | | | | | |
| CLASE SE ACTIVO DEPRECIABLE | Años VU | INVERSION Año 1 | DEPRECIACION AÑO 1 | DEPRECIACION AÑO 2 | DEPRECIACION AÑO 3 | DEPRECIACION AÑO 4 | DEPRECIACION AÑO 5 | DEPRECIACION Acumulada | VALOR EN LIBROS |
| CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES | 20 | \$ - | - | | | | | | |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 10 | \$ 3,000,000 | 300,000 | 300,000 | 300,000 | 300,000 | 300,000 | 1,500,000 | 1,500,000 |
| EQUIPO DE OFICINA | 5 | \$ 9,600,000 | 1,920,000 | 1,920,000 | 1,920,000 | 1,920,000 | 1,920,000 | 9,600,000 | - |
| COMPUTADORES | 3 | \$ 11,600,000 | 3,866,667 | 3,866,667 | 3,866,667 | | | 11,600,000 | - |
| FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE | 5 | \$ - | | | | | | | - |
| TOTALES | | 24,200,000 | 6,086,667 | 6,086,667 | 6,086,667 | 2,220,000 | 2,220,000 | 22,700,000 | 1,500,000 |

5.8 MONTO DE LA INVERSIÓN DEL PROYECTO

A continuación se relacionan los montos de inversión que requiere el proyecto discriminada en inversión fija, inversión diferida y capital de inicio.

Figura No: 27 Inversión Fija.

| INVERSIONES PREVISTAS | CP | INVERSION |
|--------------------------------|----|---------------------|
| | | |
| Inversión Fija: | | \$24,200,000 |
| TERRENOS | | \$0 |
| CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES | | \$0 |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | | \$3,000,000 |
| EQUIPO DE OFICINA | | \$21,200,000 |
| FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE | | |

En el caso de la inversión fija teniendo en cuenta que no se realizará inversión en terrenos ni en construcciones, se requiere un monto de \$32`200.000 que se compone de \$3`000.000 en maquinaria y equipo (correspondiente a la mesa de corte y estantería) y \$29.200.000 en equipos de oficina.

En el caso de la inversión diferida se requiere un monto de \$5`000.000, distribuidos de la siguiente manera:

Figura No 28: Inversión Diferida

| | | |
|-----------------------------------|--|--------------------|
| Inversión Diferida: | | \$5.000.000 |
| Inversiones diferidas | | \$0 |
| Estudios técnicos | | \$0 |
| Estudios económicos | | \$0 |
| Gastos de organización | | \$0 |
| Gastos de montaje | | \$1.000.000 |
| Instación y puesta en marcha | | \$2.000.000 |
| Capacitación | | \$500.000 |
| Uso de patentes y licencias | | \$500.000 |
| Gastos financieros en instalación | | \$500.000 |
| Otros | | \$500.000 |

Capital de trabajo \$23.360.000 para obtener una inversión final de \$52.560.000

Figura No 29: Inversion total



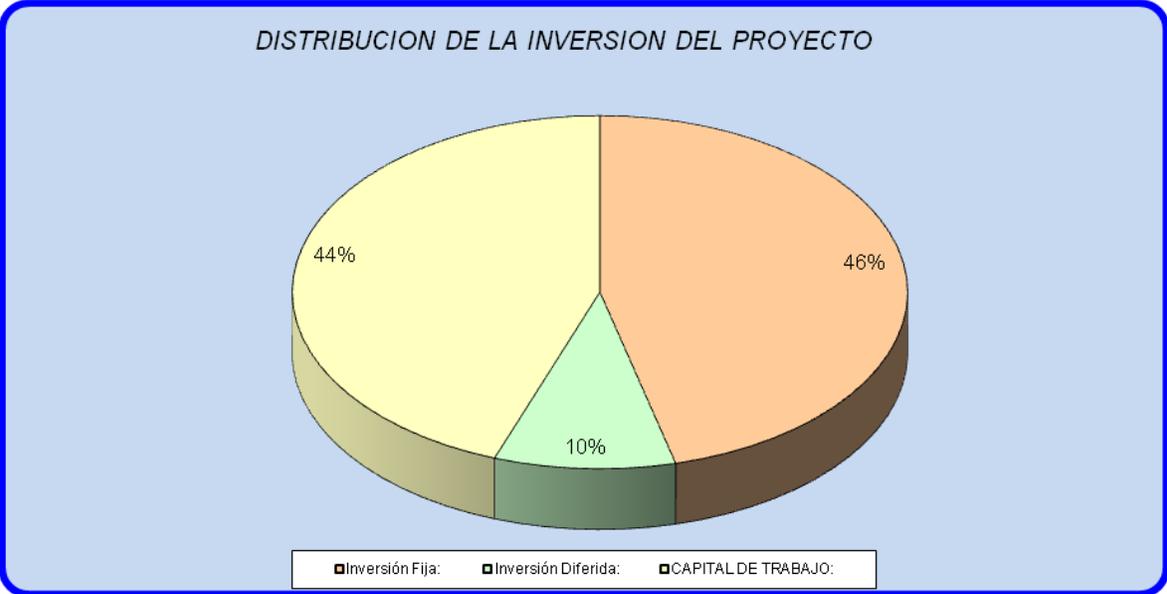
INICIO ANTERIOR SIGUIENTE

DOTACIONES INDUSTRIALES LGD

Estructura y Programación de la Inversión y del Financiamiento

| INVERSIONES PREVISTAS | CP | Estructura de la Inversión y del Financiamiento | | | | |
|--|----|---|-------------------------|---------------------|------------|-------|
| | | INVERSION | FUENTES DE FINANCIACION | | | |
| | | | APORTES | EMPRESTITOS | LEASING | BONOS |
| Inversión Fija: | | \$24,200,000 | \$0 | \$24,200,000 | | |
| Inversión Diferida: | | \$5,000,000 | \$5,000,000 | | | |
| CAPITAL DE TRABAJO: | | \$23,360,000 | \$23,360,000 | | | |
| Saldo efectivo de inicio | | \$23,360,000 | \$23,360,000 | | | |
| T O T A L E S | | \$52,560,000 | \$28,360,000 | \$24,200,000 | \$0 | |
| Financiamiento previsto con APORTES DE SOCIOS | | | \$28,360,000 | | | |
| Financiamiento previsto por EMPRESTITOS | | | | \$24,200,000 | | |
| Financiamiento previsto por LEASING | | | | | \$0.0 | |
| Financiamiento previsto por BONOS | | | | | \$0.0 | |

Grafico No 7: Distribucion de la inversion del proyecto.



5.9 MATERIALES INDIRECTOS

Los materiales indirectos del producto están dados en ETIQUETAS Y MARQUILLAS que serán suministrados a los satélites, estas cantidades están relacionadas con el número de prendas a fabricar por el satélite.

Figura 30: Materiales indirectos.

DOTACIONES INDUSTRIALES LGD

INICIO

ANTERIOR

SIGUIENTE

DOTACIONES INDUSTRIALES LGD

| PRESUPUESTO DE OTROS MATERIALES INDIRECTOS | | | | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|----|
| DESCRIPCION DE MATERIAS PRIMAS | Unidad de medida | Promedio mensual | AÑO | | | | | CT |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nombre del material: ETIQUETAS | UND | | | | | | | |
| Cantidad | | 831 | 9,975 | 10,274 | 10,582 | 10,900 | 11,227 | |
| Precio de compra unitario | UND | 100 | 100 | 110 | 121 | 133 | 146 | |
| SUBTOTAL | UND | | 997,500 | 1,130,168 | 1,280,480 | 1,450,784 | 1,643,738 | |
| Nombre del material: MARQUILLAS | | | | | | | | |
| Cantidad | | 831 | 9,975 | 10,274 | 10,582 | 10,900 | 11,227 | |
| Precio de compra unitario | | 200 | 200 | 220 | 242 | 266 | 293 | |
| SUBTOTAL | | | 1,995,000 | 2,260,335 | 2,560,960 | 2,901,567 | 3,287,476 | |
| GRAN TOTAL COSTO DE OTROS MATERIALES | | | 2,992,500 | 3,390,503 | 3,841,439 | 4,352,351 | 4,931,213 | |
| * Tasa de crecimiento anual en el precio | | | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | |
| Factor de proyección | | | | 1.10 | 1.10 | 1.10 | 1.10 | |
| Tasa de crecimiento anual en su uso (1) | | | | 3% | 3% | 3% | 3% | |
| Factor de proyección uso del insumo. | | | | 1.03 | 1.03 | 1.03 | 1.03 | |

(1) Nota: debe mantener una relación directa con el crecimiento de producción y ventas

5.9 GASTOS DIVERSOS

Los gastos que se determinaron para la empresa están en cuatro grupo; Elementos de aseo, cafetería, útiles y papelería y diversos que permiten promediar mensualmente cuales serán estos rubros para la empresa.

Figura 31: Gastos diversos

DOTACIONES INDUSTRIALES LGD

| PRESUPUESTO DE GASTOS DIVERSOS PROMEDIO MENSUAL | | | |
|--|------------------|-------------------|---------------------|
| DESCRIPCION | CANTIDAD MENSUAL | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| Elementos de aseo: | | | \$ 39,333 |
| Elementos de cafetería: | | | 41,420 |
| Útiles y papelería: | | | \$ 58,500 |
| OTROS GASTOS DIVERSOS: | | | 65,000 |
| TOTAL GASTOS DIVERSOS MENSUAL | | \$ 179,420 | \$ 204,253 |
| TOTAL GASTOS DIVERSOS PRIMER AÑO | | 2,153,040 | \$ 2,451,040 |

5.10 GASTOS DE ADMINISTRACION.

De igual manera los gastos de administración se determinan en los siguientes factores:

Figura 31: Presupuesto de Gastos

DOTACIONES INDUSTRIALES LGD

| PRESUPUESTO GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACION | | | | | | | | |
|--|---------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----|
| DESCRIPCION | TIPO DE COSTO | Promedio mensual | AÑO | | | | | CT |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| GASTOS DE PERSONAL | F | 2,007,915 | 24,094,980 | 35,938,589 | 39,463,314 | 41,156,915 | 27,119,112 | |
| DEPRECIACIONES | F | | 6,086,667 | 6,236,667 | 8,270,000 | 4,603,333 | 1,920,000 | |
| DIVERSOS | F | 204,253 | 2,451,040 | 2,573,592 | 2,702,272 | 2,837,385 | 2,979,254 | |
| TOTAL | | | 32,632,687 | 44,748,848 | 50,435,586 | 48,597,634 | 32,018,367 | - |
| * Porcentaje de crecimiento anual de precios | | | | 5% | 5% | 5% | 5% | |
| Factor de proyección | | | | 1.05 | 1.05 | 1.05 | 1.05 | |

DOTACIONES INDUSTRIALES LGD

| PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS Y PUBLICIDAD* | | | | | | | | |
|---|---------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----|
| DESCRIPCION | TIPO DE COSTO | Promedio mensual | AÑO | | | | | CT |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| GASTOS DE PERSONAL DE VENTAS | F | 2,007,915 | 24,094,980 | 35,938,589 | 39,463,314 | 41,156,915 | 27,119,112 | |
| HONORARIOS | V | - | - | - | - | - | - | |
| IMPUESTOS | V | - | - | - | - | - | - | |
| GASTOS LEGALES | V | - | - | - | - | - | - | |
| GASTOS DE VIAJE | V | - | - | - | - | - | - | |
| COMISION DE VENTAS | V | - | - | - | - | - | - | |
| PUBLICIDAD | V | 400,000 | 4,800,000 | 5,040,000 | 5,544,000 | 5,821,200 | 6,112,260 | |
| TOTALES | | 2,407,915 | 28,894,980 | 40,978,589 | 45,007,314 | 46,978,115 | 33,231,372 | |
| * Tasa de crecimiento de precios para cada año | | | | 5% | 10% | 5% | 5% | |
| Factor de proyección | | | | 1.05 | 1.10 | 1.05 | 1.05 | |

DOTACIONES INDUSTRIALES LGD

| PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS* | | | | | | | | |
|---|---------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----|
| DESCRIPCION | TIPO DE COSTO | Promedio mensual | AÑO | | | | | CT |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| CONTRATOS CON TERCEROS (outsourcing) | V | 1,500,000 | 18,000,000 | 18,900,000 | 20,790,000 | 21,829,500 | 22,920,975 | |
| MANTENIMIENTOS Y REPARACIONES | V | 10,000 | 120,000 | 126,000 | 138,600 | 145,530 | 152,807 | |
| AMORTIZACION DE DIFERIDOS | F | | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | |
| ARRENDAMIENTOS | F | 1,300,000 | 15,600,000 | 16,380,000 | 18,018,000 | 18,918,900 | 19,864,845 | |
| SERVICIOS PUBLICOS (agua,luz,teléfono,gas) | V | 150,000 | 1,800,000 | 1,890,000 | 2,079,000 | 2,182,950 | 2,292,098 | |
| SEGUROS | F | 50,000 | 600,000 | 630,000 | 693,000 | 727,650 | 764,033 | |
| IMPUESTOS DIFERENTES A LA RENTA | V | - | - | - | - | - | - | |
| OTROS GASTOS E IMPREVISTOS | V | - | - | - | - | - | - | |
| T O T A L E S | | 3,010,000 | 37,120,000 | 38,926,000 | 42,718,600 | 44,804,530 | 46,994,757 | |
| * Porcentaje de incremento anual en precios | | | | 5% | 10% | 5% | 5% | |
| Factor de proyección | | | | 1.05 | 1.10 | 1.05 | 1.05 | |

DOTACIONES INDUSTRIALES LGD

| PRESUPUESTO DE OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES* | | | | | | | | |
|---|---------------|------------------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------|
| DESCRIPCION | UNIDAD PRECIO | promedio mensual | AÑO | | | | | CT |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| OTROS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS | | | | | | | | |
| CDT- Certificados a término fijo | | - | - | - | - | - | - | - |
| TOTAL RENDIMIENTOS FINANCIEROS | | - | - | - | - | - | - | - |
| SUBTOTAL | | | | | | | | |
| Retal de tela | CANTID. | 50 | 600 | 630 | 693 | 728 | 764 | |
| Precio de venta unitario | PRECIO | \$ 1,000 | 12,000 | 12,600 | 13,230 | 13,892 | 14,586 | |
| SUBTOTAL | | | 7,200,000 | 7,938,000 | 9,168,390 | 10,108,150 | 11,144,235 | |
| SUBTOTAL | | | 7,200,000 | 7,938,000 | 9,168,390 | 10,108,150 | 11,144,235 | |
| Tasa de incremento anual en el precio | | | | | 5% | 10% | 5% | 5% |
| Factor de proyección precio. | | | | | 1.05 | 1.10 | 1.05 | 1.05 |
| Tasa de incremento anual en las ventas | | | | | 5% | 5% | 5% | 5% |
| Factor de proyección anual en ventas | | | | | 1.05 | 1.05 | 1.05 | 1.05 |

5.11 DETERMINACIÓN DE COSTOS

A continuación se describe el detalle de los costos fijos, variables y el punto de equilibrio del proyecto.

En los costos fijos para cada uno de los años proyectados se reflejan los siguientes valores:

Figura No 33: Costos Fijos

| COSTOS FIJOS | | 61,527,667 | 85,727,437 | 95,442,900 | 95,575,749 | 65,249,739 |
|--|--|------------|------------|------------|------------|------------|
| Gastos Operacionales de Administración | | 32,632,687 | 44,748,848 | 50,435,586 | 48,597,634 | 32,018,367 |
| Gastos de Ventas y Publicidad | | 28,894,980 | 40,978,589 | 45,007,314 | 46,978,115 | 33,231,372 |

En los costos variables, se proyectan los valores de materia prima, mano de obra directa, empaques, materiales indirectos y costos indirectos de fabricación para cada uno de los años a considerar

Figura No 34: Costos variables

| COSTOS VARIABLES | | 159,715,967 | 180,617,999 | 192,900,800 | 195,915,914 | 211,218,524 |
|----------------------------------|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Materia Prima | | 74,301,281 | 78,804,233 | 83,580,081 | 87,767,944 | 92,147,402 |
| Mano de obra directa | | 82,002,186 | 97,969,369 | 104,988,756 | 103,290,281 | 113,619,310 |
| Empaques | | 420,000 | 453,894 | 490,523 | 505,337 | 520,598 |
| Materiales Indirectos | | 2,992,500 | 3,390,503 | 3,841,439 | 4,352,351 | 4,931,213 |
| Costos Indirectos de Fabricación | | - | - | - | - | - |

Teniendo en cuenta los datos de los costos fijos, variables, totales e ingresos se estima que el punto de equilibrio para este proyecto está en 6.565 unidades a vender representadas en \$57.776.897 ventas por debajo de esta cantidad se representaran como perdidas para el proyecto, así como a partir de cualquier venta por encima de esta cantidad representará utilidades para el proyecto durante el primer año.

Grafico No 8: Proyección de Costos

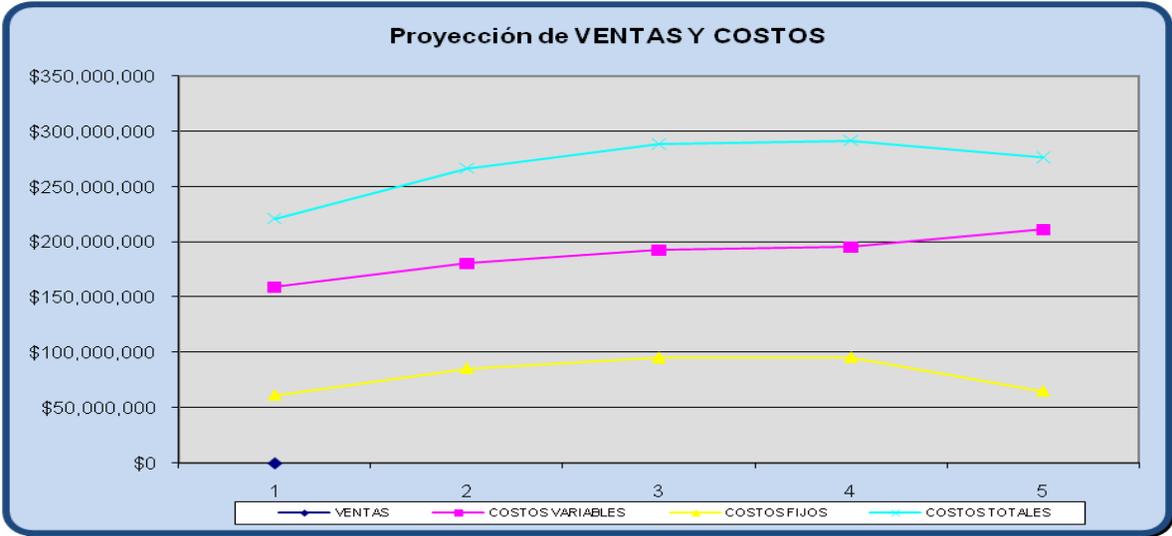


Figura No 35: Punto de equilibrio

| PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO | | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|------------|--|
| Cantidades a vender | Costos fijos CF | Costos variables CV | costos totales CT | ingresos totales IT | IT-CT | | |
| 6,437 | 55,588,824 | 144,299,683 | 199,888,507 | 219,877,357 | 19,988,851 | | |
| 6,447 | 55,675,179 | 144,523,846 | 200,199,024 | 220,218,927 | 20,019,902 | PERDIDAS | |
| 6,457 | 55,761,533 | 144,748,008 | 200,509,542 | 220,560,496 | 20,050,954 | | |
| 6,467 | 55,847,888 | 144,972,171 | 200,820,059 | 220,902,065 | 20,082,006 | | |
| 6,477 | 55,934,242 | 145,196,334 | 201,130,576 | 221,243,634 | 20,113,058 | EQUILIBRIO | |
| 6,487 | 56,020,597 | 145,420,497 | 201,441,094 | 221,585,203 | 20,144,109 | | |
| 6,497 | 56,106,952 | 145,644,659 | 201,751,611 | 221,926,772 | 20,175,161 | UTILIDADES | |
| 6,507 | 56,193,306 | 145,868,822 | 202,062,128 | 222,268,341 | 20,206,213 | | |
| <i>Costo unitario</i> | | 31,052 | | | | | |
| <i>Costo Fijo Unitario</i> | | 8,635 | | | | | |
| <i>Costo Variable Unitario</i> | | 22,416 | | | | | |
| <i>Precios promedio de equilibrio</i> | | 34,157 | | | | | |
| <i>Utilidades si vende más de</i> | | 6,477 <i>productos</i> | | | | | |
| <i>Utilidades si vende más de</i> | | S 221,243,634 <i>de pesos</i> | | | | | |

5.12 ESTADO DE FUENTES Y USOS

En el siguiente cuadro se relacionan los saldos efectivos de inicio contemplando los recursos generados que para el caso del proyecto se compone del flujo de efectivo generado, retenciones y aportes de nomina, cesantías consolidadas y el impuesto a la renta por pagar.

Figura No 36: Fuentes de efectivo.

| DOTACIONES INDUSTRIALES LGD | | | | | | | |
|--|----|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| PRONOSTICO DE LOS FLUJOS DE EFECTIVO GENERADO | | | | | | | |
| INFORMACION CONSIDERADA | CP | AÑO | | | | | CT |
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| Saldo inicial de efectivo (I) | | | 23,360,000 | 76,650,542 | 81,684,858 | 116,028,964 | 187,175,980 |
| (+) Recursos generados | | | 41,410,048 | 39,828,394 | 67,849,376 | 113,209,039 | 188,493,544 |
| Flujo de efectivo generado | 4 | | 21,766,340 | 20,395,495 | 38,834,394 | 66,441,789 | 114,659,804 |
| (-) Retenciones y aportes de nómina | | 0 | 2,625,725 | 2,762,929 | 2,932,136 | 3,138,372 | 3,388,077 |
| (-) Cesantías consolidadas | | | 9,113,544 | 9,584,448 | 10,164,156 | 10,869,710 | 11,722,948 |
| (-) Impuesto a la renta por pagar prox. Año | 4 | | 7,904,440 | 7,085,523 | 15,319,289 | 32,759,168 | 58,722,715 |
| (+) Más recursos suministrados | | 52,560,000 | 27,749,244 | 464,490 | 272,951 | 67,003 | 340,058 |
| Aportes socios(*) | 1 | 28,360,000 | | - | - | - | - |
| Préstamos bancarios | 1 | 24,200,000 | 24,200,000 | - | - | - | - |
| Emisión de bonos | 1 | - | - | - | - | - | - |
| Créditos de proveedores | 6 | | 3,549,244 | 464,490 | 272,951 | 67,003 | 340,058 |
| (=) Fondos disponibles (Fuentes) | | 52,560,000 | 92,519,293 | 116,943,426 | 149,807,795 | 229,305,005 | 376,009,582 |
| (-) Aplicación de fondos (USOS) | | 52,560,000 | 85,868,751 | 85,253,568 | 81,778,627 | 42,428,625 | 64,673,683 |
| Adquisición de activos fijos | 1 | 24,200,000 | - | 1,500,000 | 7,500,000 | 2,000,000 | - |
| Inversiones Temporales | | - | - | - | - | - | - |
| Saldo de efectivo para inicio | 1 | 23,360,000 | - | - | - | - | - |
| Inversiones diferidas | 1 | 5,000,000 | - | - | - | - | - |
| Amortización de préstamos | 2 | | 11,950,000 | 11,950,000 | 300,000 | | |
| Variación de cartera e inventarios | 6 | | 3,918,751 | 980,565 | 1,224,330 | 162,521 | (1,518,348) |
| Cancelación retenc. aportes nómina | | | - | 2,625,725 | 2,762,929 | 2,932,136 | 3,138,372 |
| Cancelación cesantías consolidadas | | | - | 9,113,544 | 9,584,448 | 10,164,156 | 10,869,710 |
| Distribución de utilidades | | | - | 1,184,295 | 5,321,591 | 10,950,922 | 19,630,165 |
| Cancelación de impuestos | 4 | | - | 7,904,440 | 7,085,523 | 15,319,289 | 32,759,168 |
| (=) Saldos finales de efectivo * | | - | 76,650,542 | 81,684,858 | 116,028,964 | 187,175,980 | 311,130,515 |

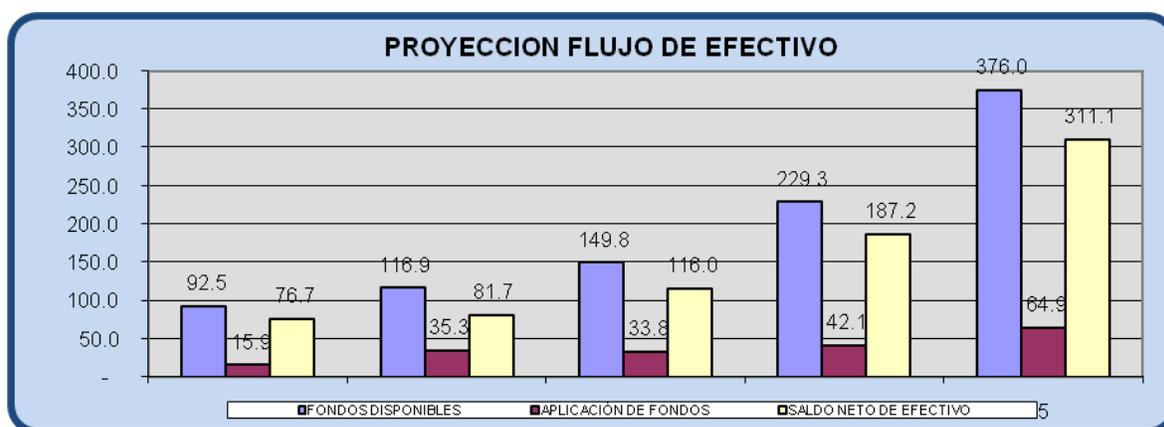
* Incremento en el capital de trabajo

Por otro lado se contemplan los recursos suministrados que corresponde a los aportes de los socios que se contemplan únicamente para el inicio del proyecto (año 0), préstamos bancarios para el año 1 del proyecto y los créditos a proveedores a partir del año 1 en adelante.

Figura No 37: Usos de efectivo.

| (-) Aplicación de fondos (USOS) | | 66.960.000 | 38.983.903 | 19.001.846 | 25.030.924 | 49.244.193 | 66.242.251 |
|------------------------------------|---|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| Adquisición de activos fijos | 1 | 32.200.000 | 32.200.000 | 1.500.000 | 7.500.000 | 2.000.000 | - |
| Inversiones Temporales | | - | - | - | - | - | - |
| Saldo de efectivo para inicio | 1 | 29.760.000 | - | - | - | - | - |
| Inversiones diferidas | 1 | 5.000.000 | - | - | - | - | - |
| Amortización de préstamos | 2 | | - | | | | |
| Variación de cartera e inventarios | 6 | | 6.783.903 | 520.801 | (3.787.751) | 131.353 | 161.964 |
| Cancelación retenc. aportes nómina | | | - | 2.654.350 | 2.792.413 | 2.966.632 | 3.182.489 |
| Cancelación cesantías consolidadas | | | - | 9.225.504 | 9.699.767 | 10.299.079 | 11.042.261 |
| Distribución de utilidades | | | - | 509.938 | 7.301.040 | 12.006.410 | 15.938.924 |
| Cancelación de impuestos | 4 | | - | 4.591.254 | 1.525.455 | 21.840.717 | 35.916.612 |
| (=) Saldos finales de efectivo * | | - | 60.621.076 | 67.992.149 | 130.001.068 | 204.406.773 | 296.817.835 |

Grafica No 9: Proyeccion flujo de efectivo.



5.13 FLUJO NETO DEL PROYECTO

Al realizar la evaluación económica del proyecto se observa que el valor presente neto para una tasa de oportunidad del 25% es de \$11.841.995,4 lo que significa que el proyecto es viable para realizar la inversión, una TIR del 31% es decir la retribución de este en los 5 años y una relación beneficio – costo de \$0.65, lo que significa que por cada peso invertido en el proyecto se obtiene un beneficio de \$0.5.

Figura No 38: Evaluación económica

| EVALUACION ECONOMICA | | |
|--|---|--------------------------------|
| <p>VALOR PRESENTE NETO o valor neto actual VNA de una inversión a partir de flujos de caja considerados como pagos e ingresos, con una tasa de oportunidad dada durante la vida del proyecto. Si es positivo, se acepta la inversión, si es igual a cero, es indiferente y si es negativo se rechaza la inversión.</p> | TASA DE OPORTUNIDAD | 25% |
| | RESULTADO | 11,841,995.4 |
| <p>TASA INTERNA DE RETORNO TIR, ES LA TASA QUE RENTA EL PROYECTO DURANTE SU HORIZONTE ATRACTIVA PARA INVERSIONISTAS CON UN TASA DE OPORTUNIDAD POR DEBAJO DE LA MISMA. LA TIR MATEMATICAMENTE ES AQUELLA TASA EN QUE EL VNA ES IGUAL A CERO.</p> | RESULTADO | 31% % DE RETRIBUCION EN 5 AÑOS |
| | RELACION BENEFICIO/COSTO R= B/C es igual a VNA DE INGRESOS/VNA DE EGRESOS. | Valor presente de los ingresos |
| | Valor presente de los egresos | \$108,021,254 |
| | RESULTADO | \$0.65 |
| | o sea es el beneficio por cada peso invertido | |

5.8 ESTADOS FINANCIEROS DEL PROYECTO

5.8.1 BALANCE GENERAL

Del estado financiero Balance General se puede observar que para el primer año el proyecto cuenta con activos totales significativos para cada uno de los años partiendo de que en un 78% está compuesto por activo corriente, es decir que la empresa cuenta con este disponible casi que inmediatamente en el momento en que necesite utilizarlos.

Figura No 39: Proyección Balance General ACTIVO.

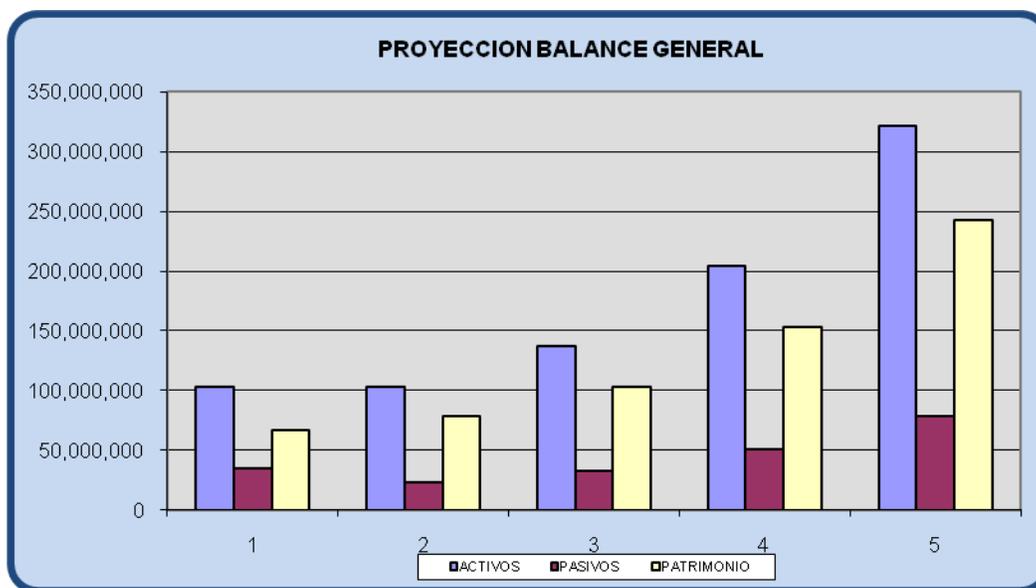
| BALANCE GENERAL PROFORMA:INVERSION | | | | | | | |
|--------------------------------------|----|--------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| INFORMACION FINANCIERA | CP | A | | Ñ | | O | |
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ACTIVOS CORRIENTES: | | | | | | | |
| Caja y Bancos | 5 | 24,200,000 | 76,650,542 | 81,684,858 | 116,028,964 | 187,175,980 | 311,130,515 |
| Cuentas por cobrar | 6 | | 405,613 | 468,483 | 541,098 | 624,969 | 721,839 |
| inventario de materias primas | 6 | | 735,656 | 1,560,327 | 2,482,090 | 2,632,256 | 1,861,005 |
| Inventario de empaques | 6 | | 420,000 | 453,894 | 490,523 | 505,337 | 520,598 |
| Inventario de productos terminados | 6 | | 2,357,481 | 2,416,611 | 2,609,934 | 2,523,605 | 1,664,377 |
| Inversiones temporales | | | - | - | - | - | - |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | | 0 | 80,569,293 | 86,584,174 | 122,152,610 | 193,462,148 | 315,898,334 |
| ACTIVOS FIJOS: | | | | | | | |
| TERRENOS | | | | | | - | |
| CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES | | | | - | | | |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | | - | 3,000,000 | 1,500,000 | 2,000,000 | 2,000,000 | - |
| EQUIPO DE OFICINA | | - | 21,200,000 | - | 5,500,000 | - | - |
| FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE | | | | | | - | |
| TOTAL ACTIVO FIJO BRUTO | | - | 24,200,000 | 19,613,333 | 20,876,667 | 14,606,667 | 10,003,333 |
| (-) Depreciaciones acumuladas | | | 6,086,667 | 6,236,667 | 8,270,000 | 4,603,333 | 4,603,333 |
| TOTAL ACTIVO FIJO NETO | | - | 18,113,333 | 13,376,667 | 12,606,667 | 10,003,333 | 5,400,000 |
| OTROS ACTIVOS: | | | | | | | |
| Diferidos | | 5,000,000 | 5,000,000.0 | 4,000,000.0 | 3,000,000.0 | 2,000,000.0 | 1,000,000.0 |
| TOTAL OTROS ACTIVOS | | 5,000,000.0 | 5,000,000.0 | 4,000,000.0 | 3,000,000.0 | 2,000,000.0 | 1,000,000.0 |
| (-) Amortización acumulada diferidos | | - | 1,000,000.0 | 1,000,000.0 | 1,000,000.0 | 1,000,000.0 | 1,000,000.0 |
| TOTAL OTROS ACTIVOS NETOS | | 5,000,000.0 | 4,000,000.0 | 3,000,000.0 | 2,000,000.0 | 1,000,000.0 | - |
| TOTAL ACTIVOS | | 5,000,000.0 | 102,682,626.1 | 102,960,840.2 | 136,759,276.3 | 204,465,480.8 | 321,298,334.3 |

En cuanto al pasivo que representa las obligaciones que tendría la empresa \$35.442.952 para el primer año, se puede observar que no tendría la necesidad de adquirir pasivos a largo plazo y el pasivo corriente corresponde al 35% total de los pasivos.

Figura No 40: Proyección Balance General PASIVO.

| DOTACIONES INDUSTRIALES LGD | | | | | | | | | |
|--|-----|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---|--------------|
| BALANCE GENERAL PROFORMA FINANCIAMIENTOS | | | | | | | | | |
| INFORMACION FINANCIERA | CP | A | | Ñ | | O | | S | |
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| PASIVOS CORRIENTES: | | | | | | | | | |
| Obligaciones bancarias | 2 | 24,200,000 | 12,250,000 | | | | | | - |
| Proveedores | 5 | | 3,549,244 | 4,013,733 | 4,286,684 | 4,353,687 | 4,693,745 | | |
| Retenciones y aportes de nómina | | | 2,625,725 | 2,762,929 | 2,932,136 | 3,138,372 | 3,388,077 | | |
| Cesantías consolidadas | | | 9,113,544 | 9,584,448 | 10,164,156 | 10,869,710 | 11,722,948 | | |
| Impuestos por pagar | 4,5 | | 7,904,440 | 7,085,523 | 15,919,289 | 32,759,168 | 58,722,715 | | |
| TOTAL PASIVO CORRIENTE | | 24,200,000.0 | 35,442,952.4 | 23,446,633.1 | 33,302,266.2 | 51,120,937.3 | 78,527,484.9 | | |
| PASIVOS A LARGO PLAZO | | | | | | | | | |
| Obligaciones bancarias | 2 | - | - | 300,000 | - | - | - | | - |
| Préstamos de socios | 1 | | | | | | | | |
| TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO | | - | - | 300,000.0 | - | - | - | | - |
| TOTAL PASIVOS | | 24,200,000.0 | 35,442,952.4 | 23,746,633.1 | 33,302,266.2 | 51,120,937.3 | 78,527,484.9 | | |
| PATRIMONIO | | | | | | | | | |
| Capital social | 1 | 52,560,000.0 | 52,560,000.0 | 52,560,000.0 | 52,560,000.0 | 52,560,000.0 | 52,560,000.0 | | 52,560,000.0 |
| Reserva legal acumulada | | | | 1,467,967.4 | 2,783,850.2 | 5,740,289.5 | 11,824,135 | | |
| Reserva legal (10%) del ejercicios | 4 | | 1,467,967.4 | 1,315,882.8 | 2,956,439.4 | 6,083,845.5 | 10,905,647.0 | | |
| Utilidades acumuladas no distribuidas | | | - | 13,211,706.3 | 23,870,357.0 | 45,156,720.5 | 88,960,408 | | |
| Utilidades del ejercicio | 4 | | 13,211,706.3 | 10,658,650.7 | 21,286,363.5 | 43,803,688.0 | 78,520,658.8 | | |
| TOTAL CAPITAL SOCIAL Y PATRIMONIO | | 52,560,000.0 | 67,239,673.7 | 79,214,207.2 | 103,457,010.1 | 153,344,543.6 | 242,770,849.4 | | |
| TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO | | 76,760,000 | 102,682,626 | 102,960,840 | 136,759,276 | 204,465,481 | 321,298,334 | | |

Grafico No 10: Proyección balance general



5.8.2 ESTADO DE RESULTADOS

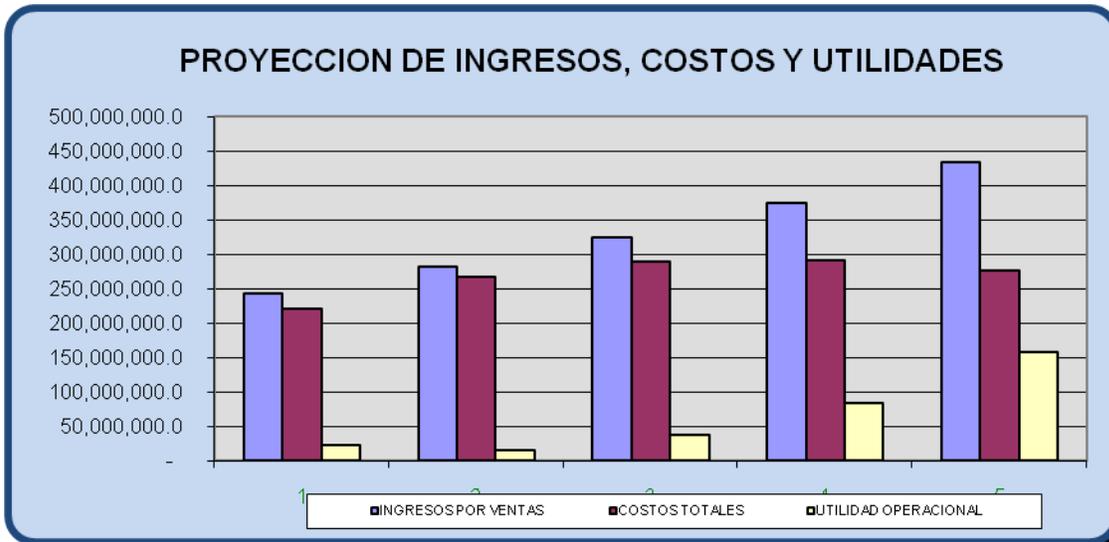
En el Estado de Resultados se puede observar que el ingreso por ventas de cada uno de los años es lo suficientemente amplio que le permite a la empresa desde el segundo año distribución de utilidades netas de acuerdo al porcentaje estipulado en las políticas.

Figura No 41: Proyección Estado de resultados

DOTACIONES INDUSTRIALES LGD **PROYECCION ESTADO DE RESULTADOS**

| INFORMACION CONSIDERADA | CP | AÑO | | | | |
|--|----|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| INGRESOS POR VENTAS | | 243,367,997 | 281,090,037 | 324,658,993 | 374,981,136 | 433,103,213 |
| (-) Costos de ventas | | 159,715,967 | 180,617,999 | 192,900,800 | 195,915,914 | 211,218,524 |
| Materia prima | | 74,301,281 | 78,804,233 | 83,580,081 | 87,767,944 | 92,147,402 |
| Mano de obra directa | | 82,002,186 | 97,969,369 | 104,988,756 | 103,290,281 | 113,619,310 |
| Empaques | | 420,000 | 453,894 | 490,523 | 505,337 | 520,598 |
| Materiales indirectos | | 2,992,500 | 3,390,503 | 3,841,439 | 4,352,351 | 4,931,213 |
| Gastos Indirectos | | - | - | - | - | - |
| (=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | | 83,652,030 | 100,472,038 | 131,758,193 | 179,065,223 | 221,884,689 |
| (-) TOTAL GASTOS OPERACIONALES | | 61,527,667 | 85,727,437 | 95,442,900 | 95,575,749 | 65,249,739 |
| (-) Gastos operacionales de Administración | | 32,632,687 | 44,748,848 | 50,435,586 | 48,597,634 | 32,018,367 |
| (-) Gastos de Ventas y Publicidad | | 28,894,980 | 40,978,589 | 45,007,314 | 46,978,115 | 33,231,372 |
| (=) Utilidad Operacional | | 22,124,363 | 14,744,601 | 36,315,293 | 83,489,474 | 156,634,950 |
| (+) Otros ingresos no operacionales | | 7,200,000 | 7,938,000 | 9,168,390 | 10,108,150 | 11,144,235 |
| (-) Otros egresos no operacionales | | 6,740,250 | 2,438,250 | - | - | - |
| (=) Utilidad antes de impuestos | | 22,584,113 | 20,244,351 | 45,483,683 | 93,597,624 | 167,779,185 |
| (-) Impuestos sobre la renta (35%) | | 7,904,440 | 7,085,523 | 15,919,289 | 32,759,168 | 58,722,715 |
| (=) Utilidad después de impuestos | | 14,679,674 | 13,158,828 | 29,564,394 | 60,838,455 | 109,056,470 |
| (-) Reserva legal (10%) | | 1,467,967 | 1,315,883 | 2,956,439 | 6,083,846 | 10,905,647 |
| (=) Utilidades netas a distribuir | | 13,211,706 | 11,842,945 | 26,607,954 | 54,754,610 | 98,150,823 |
| (-) Distribución de Utilidades anuales | | - | 1,184,295 | 5,321,591 | 10,950,922 | 19,630,165 |
| (=) Utilidades a Capitalizar | | 13,211,706 | 10,658,651 | 21,286,364 | 43,803,688 | 78,520,659 |
| % de distribución de utilidades anuales | | | | | | |

Grafico No 11: Proyección estado de resultados



5.8.3 ANALISIS VERTICAL

Esta herramienta permite comparar entre las cuentas de los estados financieros Balance General y Estado de Resultado el peso, proporción y participación.

Análisis Vertical Balance General.

Figura No 42: Análisis Vertical Balance General. Activo.

| DOTACIONES INDUSTRIALES LGD | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|----------|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---|--|
| BALANCE GENERAL PROFORMA:INVERSION | | | | | | | | | |
| ANALISIS VERTICAL | | | | | | | | | |
| INFORMACION FINANCIERA | CP | A | | Ñ | | O | | S | |
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| ACTIVOS CORRIENTES: | | | | | | | | | |
| Caja y Bancos | 5 | | 75% | 79% | 85% | 92% | 97% | | |
| Cuentas por cobrar | 6 | | 0% | 1% | 0% | 0% | 0% | | |
| inventario de materias primas | | | 1% | 2% | 2% | 1% | 1% | | |
| Inventario de empaques | | | 0% | 1% | 0% | 0% | 0% | | |
| Inventario de productos terminados | | | 2% | 3% | 2% | 1% | 1% | | |
| Inversiones temporales | 6 | | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | | |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | | | 78% | 84% | 89% | 95% | 98% | | |
| ACTIVOS FIJOS: | | | | | | | | | |
| TERRENOS | 1 | | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | | |
| CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES | 1 | | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | | |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 1 | | 3% | 1% | 1% | 1% | 0% | | |
| EQUIPO DE OFICINA | 1 | | 21% | 0% | 4% | 0% | 0% | | |
| FLOTA Y EQUIPO DE TRANSPORTE | 1 | | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | | |
| TOTAL ACTIVO FIJO BRUTO | 1 | | 24% | 19% | 15% | 7% | 3% | | |
| (-) Depreciaciones acumuladas | | | 6% | 6% | 6% | 2% | 1% | | |
| TOTAL ACTIVO FIJO NETO | | | 18% | 13% | 9% | 5% | 2% | | |
| OTROS ACTIVOS: | | | | | | | | | |
| Diferidos | 2 | | 5% | 4% | 2% | 1% | 0% | | |
| TOTAL OTROS ACTIVOS | | | 5% | 4% | 2% | 1% | 0% | | |
| (-) Amortización acumulada diferidos | 3 | | 1% | 1% | 1% | 0% | 0% | | |
| TOTAL OTROS ACTIVOS NETOS | | | 4% | 3% | 1% | 0% | 0% | | |
| TOTAL ACTIVOS | | | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | | |

Según el análisis Vertical proyectado de la empresa el 71% del total del activo corresponde al activo corriente; Teniendo en la cuenta banco y caja un 63%.

Figura No 43: Análisis Vertical Balance General. Pasivo.

| DOTACIONES INDUSTRIALES LGD | | | | | | | |
|---|----|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| BALANCE GENERAL PROFORMA: FINANCIAMIENTOS | | | | | | | |
| ANÁLISIS VERTICAL | | | | | | | |
| INFORMACION FINANCIERA | CP | A | | Ñ | | S | |
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| PASIVOS CORRIENTES: | | | | | | | |
| Obligaciones bancarias | | | 12% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Proveedores | | | 3% | 4% | 4% | 4% | 5% |
| Retenciones y aportes de nómina | | | 3% | 3% | 3% | 3% | 3% |
| Cesantías consolidadas | | | 9% | 9% | 10% | 11% | 11% |
| Impuestos por pagar | | | 8% | 7% | 16% | 32% | 57% |
| TOTAL PASIVO CORRIENTE | | | 35% | 23% | 32% | 50% | 76% |
| PASIVOS A LARGO PLAZO | | | | | | | |
| Obligaciones bancarias | | | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Préstamos de socios | | | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO | | | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| TOTAL PASIVOS | | | 35% | 23% | 24% | 25% | 24% |
| PATRIMONIO | | | | | | | |
| Capital social | | | 51% | 51% | 38% | 26% | 16% |
| Reserva legal acumulada | | | 0% | 1% | 2% | 3% | 4% |
| Reserva legal (10%) | | | 1% | 1% | 2% | 3% | 3% |
| Utilidades acumuladas no distribuidas | | | 0% | 13% | 17% | 22% | 28% |
| Utilidades del ejercicio | | | 13% | 10% | 16% | 21% | 24% |
| TOTAL CAPITAL SOCIAL Y PATRIMONIO | | | 65% | 77% | 76% | 75% | 76% |
| TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO | | | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

5.8.4 INDICADORES FINANCIEROS

Estos indicadores permitirán identificar los puntos fuertes y débiles con los que puede pasar la nueva empresa, indicando a si mismo las probabilidades y tendencias en sus estados financieros.

Figura No 44 : Indicadores Financieros.



INICIO

ANTERIOR **SIGUIENTE**

DOTACIONES INDUSTRIALES LGD
INDICADORES FINANCIEROS

| TIPOLOGIA DE RAZONES INDICADORES FINANCIEROS | FORMULA | AÑO | | | | |
|---|-------------------------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. DE LIQUIDEZ | | | | | | |
| 1.1 Razón corriente o liquidez | Act.Cte/Pas.Cte | 2.3 | 3.7 | 3.7 | 3.8 | 4.0 |
| 1.2 Prueba ácida | Act. Cte - Invent./Pas. Cte | 2.3 | 3.6 | 3.6 | 3.7 | 4.0 |
| 1.3 Capital de trabajo | Act. Cte - Pas. Cte | 45,126,340 | 63,137,541 | 88,850,343 | 142,341,210 | 237,370,849 |
| 2. DE ACTIVIDAD | | | | | | |
| 2.1 Rotación capital de trabajo (veces) | Vent.Netas/Cap. Trabajo | 5.39 | 4.45 | 3.65 | 2.63 | 1.82 |
| 2.2 Rotación activos fijos | Ventas/Act.Fijo bruto | 40 | 45 | 39 | 81 | 94 |
| 2.3 Rotación activos totales | Ventas/Act.Totales | 10 | 14 | 16 | 26 | 43 |
| 2.5 Rotación de patrimonio | Ventas/Patrimonio | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 |
| 3. DE ENDEUDAMIENTO | | | | | | |
| 3.1 Nivel de endeudamiento | Tot pasiv. tercer/total activ | 0.35 | 0.23 | 0.24 | 0.25 | 0.24 |
| 3.2 Concentración en el corto plazo | Pas. Cte/ Pas. Total Terc. | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 1.0 |
| 3.3 Apalancamiento | Pas. Cte.Total/ Patrimonio | 0.53 | 0.30 | 0.32 | 0.33 | 0.32 |
| 3.4 Solvencia total | Patrimonio/activo fijo | 3.7 | 5.9 | 8.2 | 15.3 | 45.0 |
| 4. RENTABILIDAD | | | | | | |
| 4.1 Rendimiento del patrimonio | Utilidad neta/patrimonio | 0.20 | 0.15 | 0.26 | 0.36 | 0.40 |
| 4.2 Margen bruto de utilidad | Utilidad bruta/ Ventas Netas | 0.34 | 0.36 | 0.41 | 0.48 | 0.51 |
| 4.3 Margen operacional de utilidad | Utilid. operac./Ventas Netas | 0.09 | 0.05 | 0.11 | 0.22 | 0.36 |
| 4.4 Margen neto de utilidad | Utilidad neta/Vent.Netas | 0.05 | 0.04 | 0.08 | 0.15 | 0.23 |
| 4.5 Rendimiento del activo total | Utilidad Net/ Act.total | 0.13 | 0.12 | 0.19 | 0.27 | 0.31 |

5.8.4.1 LIQUIDEZ:

Razón Corriente: La empresa tendría una razón corriente de 2.3 para el primer año, lo que significa que por cada peso que la empresa debe a corto plazo cuenta con \$2 y 3 ctvs. Para respaldar sus obligaciones a corto plazo.

Prueba acida: Por cada peso que debería la empresa a corto plazo, contaría con \$2 para su cancelación en activos corriente de fácil realización, sin tener que recurrir a la venta de los inventarios.

Capital de trabajo: A la empresa le quedaría representado en efectivo y otros activos corrientes después de haber pagado todos sus pasivos a corto plazo \$45.126.340 para el primer año.

5.8.4.2 ACTIVIDAD:

Rotación Capital de trabajo: En promedio la empresa tardaría 5 días aproximadamente en recuperar su cartera o cuentas por cobrar comerciales, la totalidad de la cartera se estaría convirtiendo en efectivo en promedio cada 8 días.

Rotación Activos Fijos: Los activos fijos rotarían 40 veces para el primer año.

Rotación Activos Totales: Por cada \$10 del activo total se contribuirá a las ventas, esto se reflejar en la utilización de los activos para generar ventas.

Rotación del patrimonio: Por cada \$4 del patrimonio se contribuirá a generar mas ventas

5.8.4.3 ENDEUDAMIENTO

Nivel de endeudamiento: Por cada peso que la empresa tiene invertido en activos 35 centavos serán financiados por acreedores para el primer año.

Concentración en el corto plazo: Por cada \$ de deuda la empresa tendrá 1 peso es vencimiento corriente.

Apalancamiento: Por cada peso de patrimonio se tendrán deudas por 0.53% para el primer año.

5.8.4.4 RENTABILIDAD

Rendimiento del patrimonio: el 2% de la utilidad será obtenido por los socios por cada peso del patrimonio.

Margen bruto de utilidad: Las ventas de la empresa generaran un 34% de utilidad bruta para el primer año.

Margen neto de utilidad: Por cada peso en ventas de obtendrá una utilidad neta del 5%.

Rendimiento del activo total: Para el primer año las utilidades netas corresponderán al 13% del activo total.

5.9 CUADRO RESUMEN PARA LA TOMA DE DECISIONES

En el siguiente cuadro se resumen las variables críticas que permiten determinar si un proyecto es viable o no para tomar la decisión de invertir.

Para el caso en particular de Dotaciones Empresariales LGD, se puede observar que dichas variables muestran valores favorables para cada uno de los años contemplados para la evaluación de viabilidad, como los valores bajos en cuanto a costos fijos variables y unitarios, los ingresos por ventas para los 5 años o las utilidades netas para distribuir desde el primer año, así como la relación de activos igual a pasivos más patrimonio.

Figura No 45: Resumen para toma de decisiones.



RESUMEN CONSOLIDADO DEL PROYECTO PARA LA TOMA DE DECISIONES

| INFORMACION CONSIDERADA | CP | 0 | HORIZONTE DEL PROYECTO | | | | |
|-------------------------------------|------|-------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | | A Ñ O S | | | | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| PROYECCION DE VENTAS | | | 7,125 | 7,481 | 7,855 | 8,248 | 8,660 |
| COSTOS VARIABLES | | | 22,416 | 24,143 | 24,557 | 23,753 | 24,389 |
| COSTOS FIJOS | | | 8,635 | 11,459 | 12,150 | 11,588 | 7,534 |
| COSTO UNITARIO | | | 31,052 | 35,602 | 36,707 | 35,341 | 31,923 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | 6,477 | 7,089 | 6,977 | 6,412 | 5,528 |
| PRECIO UNITARIO DE VENTA | | | 34,157 | 37,573 | 41,330 | 45,463 | 50,009 |
| INGRESOS POR VENTAS | | | 243,367,997 | 281,090,037 | 324,658,993 | 374,981,136 | 433,103,213 |
| COSTO DE VENTAS | | | 221,243,634 | 266,345,436 | 288,343,700 | 291,491,663 | 276,468,263 |
| GASTOS OPERACIONALES ADMON Y VENTAS | | | 61,527,667 | 85,727,437 | 95,442,900 | 95,575,749 | 65,249,739 |
| INVERSION EN ACTIVOS FIJOS | 1o 5 | 24,200,000 | | | | | |
| INVERSION DIFERIDA | 1o 5 | 5,000,000 | | | | | |
| EFFECTIVO PARA INICIO | 1o 5 | 23,360,000 | | | | | |
| INVERSIONES TEMPORALES | 1o 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO | 6 | | 23,729,507 | 53,806,617 | 29,715,202 | 88,246,242 | 99,003,813 |
| FLUJO NETO DE CAJA | | | 76,650,542 | 81,684,858 | 116,028,964 | 187,175,980 | 311,130,515 |
| TASA DE OPORTUNIDAD | | 25% | | | | | |
| TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) | | 11841995.36 | | | | | |
| VALOR PRESENTE NETO | | 31% | | | | | |
| RELACION BENEFICIO-COSTO | | 0.7 | | | | | |
| RECUPERACION DE LA INVERSION | | | 3% | 54% | 40% | 73% | -244% |
| UTILIDADES NETAS A DISTRIBUIR | | | 13,211,706 | 11,842,945 | 26,607,954 | 54,754,610 | 98,150,823 |
| ACTIVOS = PASIVOS + PATRIMONIO | | | 102,682,626 | 102,960,840 | 136,759,276 | 204,465,481 | 321,298,334 |

RENTABILIDAD

INDICE DUPONT

| | A Ñ O S | | | | |
|--------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| UTILIDAD NETA | 13.211.706 | 11.842.945 | 26.607.954 | 54.754.610 | 98.150.823 |
| VENTAS | 243.367.997 | 281.090.037 | 324.658.993 | 374.981.136 | 433.103.213 |
| ACTIVOS | 101.938.013 | 102.193.889 | 135.961.647 | 203.627.970 | 320.410.573 |
| PATRIMONIO | 67.239.674 | 79.214.207 | 103.457.010 | 153.344.544 | 242.770.849 |
| UTILIDAD NETA | 13.211.706 | 11.842.945 | 26.607.954 | 54.754.610 | 98.150.823 |
| VENTAS | 243.367.997 | 281.090.037 | 324.658.993 | 374.981.136 | 433.103.213 |
| | 5,428695 | 4,213221 | 8,195662 | 14,601964 | 22,662225 |
| ROA | | | | | |
| VENTAS | 243.367.997 | 281.090.037 | 324.658.993 | 374.981.136 | 433.103.213 |
| ACTIVOS | 101.938.013 | 102.193.889 | 135.961.647 | 203.627.970 | 320.410.573 |
| | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 |
| ROE | | | | | |
| ACTIVOS | 101.938.013 | 102.193.889 | 135.961.647 | 203.627.970 | 320.410.573 |
| PATRIMONIO | 67.239.674 | 79.214.207 | 103.457.010 | 153.344.544 | 242.770.849 |
| | 1,52 | 1,29 | 1,31 | 1,33 | 1,32 |
| INDICE DUPONT | 19,65% | 14,95% | 25,72% | 35,71% | 40,43% |

El índice Dupont da una rentabilidad del 19.65% para el primer año de la empresa, la rentabilidad sobre Activo (ROA) indica que cada 2 pesos de la utilidad fueron invertidos en los activos, por otro lado la rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) indica que 1 peso y 52 centavos son generados por los accionistas.

CONCLUSIONES

Después de elaborado cada uno de los estudios para la viabilidad de la nueva empresa y con el aporte de docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales se pudo concluir que el mercado al cual esta proyectado los productos de la empresa tiene que se estudiado mas a fondo, ya que la demanda que se determino en el estudio de mercado no apporto los suficientes datos para identificar este tipo de mercado, teniendo en cuenta aspectos como la oferta de valor con la que incursionaría la empresa en el sector.

Pese a que este proyecto de grado es a nivel académico que permitió afianzar conocimientos adquiridos en la carrera de Administración de Empresas se deja claro que la metodología aplicada es la correcta para seguir formulando la viabilidad de la empresa.

Otro de los aspectos que requieren más profundidad es la capacidad y el tamaño de la empresa; ya que el número de unidades ofertadas no requieren un tamaño muy grande para la bodega propuesta. Se concluyo que se necesita una bodega o local comercial mucho más pequeño por los procesos que se llevarán a cabo.

De igual manera el estudio financiero tiene cifras que deben ser adecuadas mas a un a la realidad, el porcentaje de tasa de oportunidad planteado se consideró muy alto para la nueva empresa teniendo presente las tasas ofrecidas por los bancos para créditos de inversión.

A nivel social los cambios tanto a nivel económico y tecnológico por los que en los últimos años ha estado atravesando nuestro país, se debe tener conciencia de la importancia sobre conocer y manejar las herramientas que nos permitan ayudar en la toma de decisiones para la posterior elaboración y ejecución de proyectos. Es muy importante aportar nuestros conocimientos para fomentar proyectos que permitan generación de empleo, ó para que los empleados se independicen creando su propia empresa. Igualmente a nivel social, el aporte en proyectos que permitan mejorar la calidad de vida tanto del sector urbano como el sector rural.

A partir de la realización de este proyecto puedo adquirir conocimientos que me permitirán aportar a una comunidad y poder interactuar con ella en la búsqueda de estrategias que nos beneficiarán, y lo mas importante seguirle hallando sentido de continuar con la elaboración del mismo.

Con la realización de este proyecto pude medir mi capacidad de interpretación de los resultados obtenidos en las diferentes investigaciones que se tuvieron que realizar para llevarlo a cabo este proyecto, adicional a esto la disciplina en un lograr un objetivo permite reforzar mis capacidades.

LISTA DE REFERENCIAS

1. Pardo Martínez luz patricia (2000). Gestión social del talento Humano, Bogotá.
2. Tom Peters y Nancy Austin. (1985). Pasión por la excelencia. Características diferenciales de las empresas líderes.
3. Ministerio de Ambiente Vivienda y Desarrollo Territorial. (2009). Nuestra Ley, Nuestro Sistema SINA 15 Años Edición especial Ley 99 de 1993. Bogotá.
4. Anzola castillo Iván (2000). Teoría de la Organización de los clásicos a la cibernética.
5. Chiavenato Idalberto (2002).Gestión del talento Humano
6. B.Hudge, William p. Anthony, Lawrence. M gales (2005).Teoría de la Organización, un enfoque estratégico.
7. Chiavenato Idalberto (2006). Introducción a la teoría general de la administrativa.
8. Jiménez Castro Wilburg (1996).Introducción al estudio de la teoría administrativa. Editorial Limusa.
9. Ministerio de Protección Social SENA (2005). Diagnostico Actual y Prospectivo de la Salud Ocupacional y los Riesgos Profesionales en Colombia con enfoques de entornos.
10. Amaya Amaya Fabio (2005).Gerencia Planeación & Estrategia., Bucaramanga

- 11.A. Rodas Carpiso, M. Arroyo de Rodas (2003).Administración Básica., Bogotá
- 12.Méndez Alvares Carlos Eduardo (2009) Metodología: Diseño y Desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales, México D.F.
- 13.Sitio WEB del Municipio de Madrid, (2010, Marzo 16) Nuestro Municipio, Recuperado el 16 de Marzo, 2010.<http://madrid-cundinamarca.gov.co/index.shtml>.
- 14.Sitio WEB del Municipio de Funza (2010, Marzo 18) Nuestro Municipio, Recuperado el 18 de Marzo, 2010. <http://www.funza.gov.co/>
- 15.Sitio WEB del Municipio de Mosquera, (2010 Marzo 20) Nuestro Municipio, Recuperado el 20 de Marzo, 2010. <http://mosquera-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=l----&s=m&m=l>
- 16.Sitio WEB del Municipio de Cota, (2010, Abril 1) Nuestro Municipio, Recuperado el 1 de Abril, 2010. <http://cota-cundinamarca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=l----&s=m&m=l>
- 17.Sitio WEB del Municipio de Tenjo, (2010, Abril 1) Nuestro Municipio, Recuperado el 1 de Abril, 2010.<http://www.municipiodetenjo.gov.co/>
- 18.Departamento Nacional de Planeación (2010, Abril 2) Estudios Económicos, Recuperado el 2 de Abril, 2010.<http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/>
- 19.Banco de la Republica (2010, Marzo 12) Informes de coyuntura, Recuperado el 12 de marzo, 2010: http://www.banrep.gov.co/junta-directiva/jd_direc_inf_princ.htm

20. Departamento Nacional de Estadísticas DANE (2010, Marzo 20) Industria, Comunicados, Recuperado el 20 de Marzo, 2010: http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=59
21. Revista Dinero (2008, Mayo 15) Especial/ Construcción. Bodegas y oficinas en auge, Recuperado el 20 de Marzo, 2010 <http://www.dinero.com/noticias-especial/bodegas-oficina-auge/51202.aspx>
22. Gerence.com (2008, Agosto 29) Derecho de los trabajadores del servicio domestico, Recuperado el 22 de Marzo, 2010 <http://www.gerencie.com/valor-de-la-dotacion-a-los-empleados.html>.
23. Diario la Republica (2010, Enero) Entidades territoriales obligadas a entregar dotación a trabajadores, Recuperado el 2 de Abril, 2010. http://www.larepublica.com.co/archivos/ASUNTOSLEGALES/2008-06-05/entidades-territoriales-obligadas-a-entregar-dotacion-a-trabajadores_26173.php
24. Revista Portafolio () Economía- Lanzan Zish, la marca de dotación empresarial de Arturo Calle, este jueves en todo el país, Recuperado el 2 de Abril 2010. http://www.portafolio.com.co/economia/economiahoy/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-6005010.html
25. Colliers International (Julio – Diciembre 2006) Informe de Mercadeo, Recuperado el 26 de Febrero 2010;

http://contenido.metrocuadrado.com/contenidom2/consteinmob_m2/estudde_merc_m2/enbogotaEM/homeenbogot/ARCHIVO/ARCHIVO-3453247-0.pdf

ANEXOS

ANEXO 1: Codificación de productos.

ANEXO 2: Ficha de costos por referencia

ANEXO 3: Catalogo de productos

ANEXO 4: Encuesta

ANEXO 5: Plano de bodega

ANEXO 6: Procesos

ANEXO 7: Cronograma