

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA:
INDUSTRIA BIO MUEBLES S.A.S.**

Presentado Por

José Luis Díaz Barrios ID 306674

Juli Johanna Lobatón Bermúdez ID 382257

Luis Alejandro Rodríguez González ID 468750

Asesor

Carlos Yezid Rozo Álvarez

UNIMINUTO VIRTUAL Y A DISTANCIA - UVD
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.

2018

Nota de aceptación

Líder de investigación

Jurado

Jurado

Dedicatoria

A Dios por sus bendiciones,

A la Corporación Universitaria Minuto de Dios por su formación

A nuestras familias y amigos por su amor incondicional.

Agradecimientos

Agradecemos en primera medida a Dios por las oportunidades que nos brinda constantemente y que a pesar de que las ignoramos en ocasiones El sigue dándonos. Un agradecimiento especial a la Corporación Universitaria Minuto de Dios por el proceso de formación, todas las herramientas que nos brindó, las excelentes instalaciones que permiten el desarrollo de actividades académicas de forma adecuada, el acompañamiento constante de todo un equipo de docentes con una preparación admirable. A los docentes que evaluaron este proyecto, tanto en práctica profesional, como en opción de grado. Al profesor Carlos Rozo por sus correcciones y anotaciones, gracias a ellas nos fue posible darle un correcto enfoque a este trabajo.

Tabla de contenido

Contenido

Agradecimientos.....	3
Tabla de contenido	4
Índice de gráficas	7
Índice de tablas	8
1. Resumen Ejecutivo	9
2. Presentación Del Problema	10
2.1. Situación actual y magnitud del problema.....	10
2.2. Causas.....	11
2.3. Efectos.....	12
2.4. Justificación.....	12
2.5. Objetivos.....	13
3. Estudio De Mercado	14
3.1. Contexto del mercado y antecedentes.....	14
3.2. Análisis y caracterización del consumidor	15
3.3. Selección de la población objetivo.....	15
3.3.1. Geográfica	15
3.3.2. Demográfica.	15
3.4. Cálculo de la muestra	16
3.4.1. Tabulación y análisis de resultados.....	17
3.4.2. Estimación de la demanda potencial.....	19
3.5. Identificación y análisis de la competencia.....	20
3.5.1. Tugó Colombia.....	20
3.5.2. Alkosto.....	20
3.5.3. Home center sodimac.	21
3.5.4. Home sentry.	21
3.5.5. Falabella.....	22
3.5.6. Pequeños productores	22
3.6. Estrategias de mercado	23
3.6.1. Canales de comercialización y distribución.	23
3.6.2. Estrategias de aprovisionamiento (proveedores).	23
3.6.3. Estrategias en precios.	24

3.6.4.	Estrategias de promoción y publicidad.....	25
3.6.5.	Estrategia de servicio.....	25
4.	Propuesta De Negocio	26
4.1.	Características del producto o servicio	26
4.2.	Ventajas competitivas y propuesta de valor.....	27
5.	Estudio Técnico.....	29
5.1.	Balance de requerimientos.....	29
5.2.	Descripción del proceso	30
5.3.	Localización	31
5.3.1.	Macro y micro localización.....	31
5.3.2.	Evaluación de la alternativa.....	32
6.	Estudio Organizacional.....	32
6.1.	Tipo y naturaleza de empresa	32
6.1.1.	Misión.....	32
6.1.2.	Visión.....	32
6.2.	Constitución de la empresa y aspectos legales	33
6.3.	Estructura organizacional.....	35
6.3.1.	Descripción cargos.....	36
6.4.	Estrategias corporativas.....	43
6.4.1.	Políticas.....	43
6.4.2.	Valores corporativos.....	44
6.5.	Matriz oa	44
7.	Estudio Financiero.....	45
7.1.	Inversiones.....	45
7.2.	Costos.....	46
7.2.1.	Productos y materias primas.....	46
7.2.2.	Presupuesto de compras.....	46
7.2.3.	Consumo de materias primas.....	47
7.2.4.	Gastos.....	47
7.3.	Ingresos y proyecciones de ventas	48
7.4.	Flujo de caja	49
7.5.	Indicadores financieros.....	50
8.	Plan Operativo	51
8.1.	Cronograma de actividades	51

9. Impactos.....	52
9.1. Impacto Económico	52
9.2. Impacto Social	52
9.3. Impacto Ambiental.....	53
Conclusiones	54
Perfil de los emprendedores	55
Cibergrafía	56
Anexos	57
Formato encuesta aplicada	57

Índice de gráficas

Grafica 1. La sostenibilidad de la industria papelera en Colombia.	11
Grafica 2; Le interesaría comprar muebles elaborados a base de cartón resistente?	17
Grafica 3; Conoce usted alguna empresa productora o comercializadora de muebles realizados en materiales reciclados?.....	17
Grafica 4; ¿Qué tipo de muebles estaría dispuesto a comprar?	18
Grafica 5; ¿Por qué medio le gustaría adquirir estos muebles?.....	18
Grafica 6 ¿Cree usted que dentro del próximo año compraría alguno de los muebles elaborados a base de cartón resistente?	19
Grafica 7 Aprovechamiento. (Caliz Sequea 2015).....	23
Grafica 8 Logo y slogan. Diseño propio	28
Grafica 9 Flujograma. Diseño propio.....	30
Grafica 10 Localización. (Google Maps, 2018)	31
Grafica 11 Mapa de ubicación, barrio Gaitana. (Google Maps, 2018)	32
Grafica 12 Organigrama Industria Bio Mobiliaria SAS.....	35
Grafica 13 Punto de equilibrio	50

Índice de tablas

Tabla 1 Características del producto. Elaboración Propia.....	27
Tabla 2. Balance de requerimientos.	29
Tabla 3. Valor por producto.	30
Tabla 4 Matriz OA.	45
Tabla 5. Inversión bienes de uso. Elaboración propia.....	45
Tabla 6. Precio producto y cantidades.....	46
Tabla 7. Valor materias primas.	46
Tabla 8. Precio de insumos por unidad producida.	46
Tabla 9. Presupuesto de compras en pesos.....	46
Tabla 10. Stock Final en unidades y pesos.....	47
<i>Tabla 11. Consumo materias primas en unidades.</i>	<i>47</i>
Tabla 12. Consumo materias primas en pesos.....	47
<i>Tabla 13. Gastos de producción primer año.</i>	<i>47</i>
Tabla 14. Gastos de producción proyectados.....	48
Tabla 15. Otros Gastos primer año.....	48
Tabla 16. Otros gastos proyectados.....	48
<i>Tabla 17. Proyecciones de ventas primer año.</i>	<i>48</i>
Tabla 18. Proyecciones de ventas 5 años.	48
Tabla 19. Flujo de Caja primer año.	49
Tabla 20. Flujo de caja 5 años.	49
Tabla 21 Cronograma de actividades. Diagrama de Gannt.....	51
Tabla 22. Impactos del proyecto. Elaboración Propia.....	52

1. Resumen Ejecutivo

El desarrollo del siguiente proyecto pretende analizar la viabilidad de creación de La empresa Industria Biomuebles S.A.S. la cual se establecerá en Bogotá, Colombia, con el propósito de elaborar muebles para el hogar comenzando con sillas que generen alta demanda y bajo impacto ambiental, buscando proveer a los clientes un producto innovador, novedoso y creativo, así mismo ser reconocidos y líderes brindando un servicio excelente a los clientes con precios adecuados al mercado.

Como primera instancia se identifica la necesidad del cuidado del medio ambiente basándonos en el planteamiento del problema y se justifica la viabilidad del proyecto, dando paso a establecer los objetivos a desarrollar en nuestra empresa.

Por otra parte, se indaga en el mercado y se identifica las diferentes variaciones de productos que tienen acogida a nivel nacional e internacional, analizando de esta manera el tipo de demanda en la que queremos incursionar, estableciendo que el cliente potencia estaría entre 25 y 45 años. De esta manera podremos realizar un diagnostico interno y externo a nivel de mercado, técnico – administrativo y financiero. Concluyendo que la empresa cuenta con gran ventaja competitiva ya que en la actualidad no hay ninguna empresa que fabrique un producto como el de nosotros marcará una diferenciación en el mercado, pues la oferta de muebles se encuentra inundada de productos tradicionales y sin ningún elemento distintivo entre sí; en este espacio es donde se vislumbra la posibilidad de esta idea de negocio.

Adicional a esto, podemos definir las estrategias a implementar, las generalidades del negocio, determinar las debilidades, fortalezas y oportunidad de mejora para lograr direccionar correctamente los procesos de producción y distribución adecuada del producto fabricado.

Finalmente, se realiza la presentación amplia de los elementos que participan en la estructuración financiera del proyecto, como resultado de la información extraída en los estudios mencionados anteriormente dentro de este proyecto como lo son: el estudio de mercados, técnico, legal, administrativo, como también los costos de elaboración, el ingreso de ventas, la

financiación uno de los periodos en un horizonte de cuatro años, calculando debidamente los indicadores de evaluación, mostrados a través del flujo de caja y el flujo de fondos proyectado.

2. Presentación Del Problema

2.1. Situación actual y magnitud del problema

Para nadie es un secreto que al mencionar la cadena de valor de la producción de papel o cartón, nuestro pensamiento se relaciona con una palabra, deforestación, la industria ha hecho muchos esfuerzos para romper este paradigma y el cambio de visión nos lleva a la palabra reciclaje.

De acuerdo al primer Informe de Sostenibilidad de la Industria Papelera en Colombia realizado por la Cámara de la Industria de Pulpa, Papel y Cartón - CPPYC de la ANDI. Reúne los resultados de nueve empresas afiliadas a esta Cámara, los cuales representan el 89% de la producción de papeles y cartones de Colombia y rinde cuentas en tres aspectos basados en la guía del Global Reporting Initiative, los cuales son, lo económico, lo ambiental y lo social.

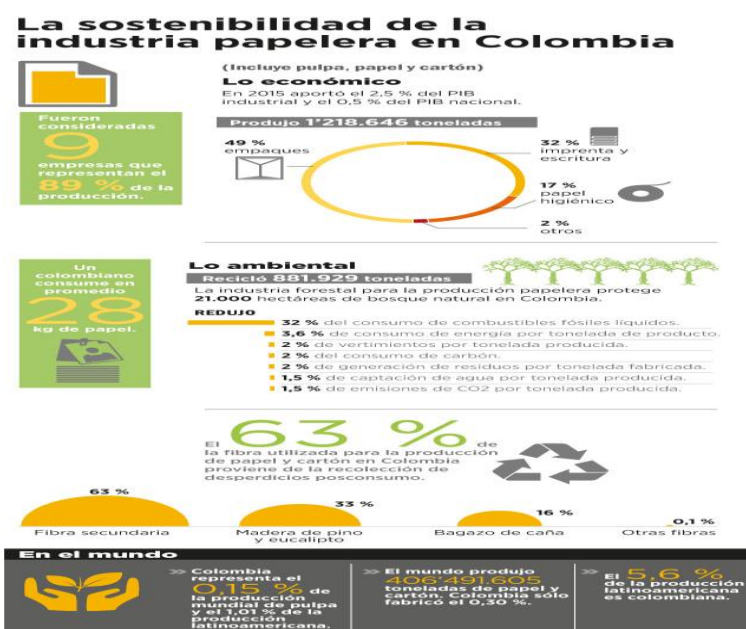
El sector papelerero tiene una gran incidencia en el mercado local, con participación del 0.5% en el PIB nacional, sobre todo si se tiene en cuenta que el 85% de su producción en papel y el 99% de su producción de pulpa se vendió en Colombia, ¿esto qué significa? En términos de consumo significa, que el país usa 1.609.906 toneladas de papel y 601.711 toneladas de pulpa, si ubicamos esta información en la región, Colombia se lleva el puesto de menor consumo en toda latinoamérica con la cifra de 28 kg por habitante, encabeza la lista Estados Unidos con 224 kg por habitante y le sigue Costa Rica con 98 kg por habitante; pero a pesar de eso esa cifra colombiana sigue siendo significativa en materia del impacto ambiental.

Los esfuerzos se centran en el desarrollo de estrategias, las cuales buscan cerrar el ciclo del producto, dado lo anterior, el 71% del material ha sido reincorporado de alguna manera a una nueva producción, estamos hablando que en Colombia se ha reciclado 881.929 toneladas de papel y cartón.

En nuestro país, la producción de estos materiales viene principalmente de tres fibras, la madera de pino y eucalipto con un 33%, el bagazo de caña con 16% y fibras secundarias.

Fibras secundarias es básicamente papel reciclado, donde el 41% del papel y cartón fue recuperado, el 46% tenía el potencial para transformarse y el 13% ya había perdido completamente este potencial de transformación, la tasa de reciclaje en Colombia alcanzó el 68%, un valor numérico que no es bajo, cuando consideramos que el promedio en los países europeos es del 70%.

Para lograr la sostenibilidad de la industria papelera en Colombia y para mejorar los estándares para los recicladores, por medio de la ANDI, la industria papelera forma parte de la Alianza Nacional para el Reciclaje Inclusivo, estrategia con la cual los papeleros persiguen tres objetivos; el primero la formalización de los recicladores, el segundo; la seguridad de la cadena de valor de reciclaje y tercero; la creación de un observatorio de reciclaje para poder tener datos fuertes, estos tres objetivos fortalecerán los indicadores de sostenibilidad.



Grafica 1. La sostenibilidad de la industria papelera en Colombia.

2.2. Causas

En este vasto mercado de producción y desperdicios de papel, cartón y productos derivados, encontramos los materiales utilizados por las industrias textiles; fundamentalmente en este

trabajo se le presta especial atención a los “bidones”, estos son unos tubos de cartón donde son enrolladas las telas. A pesar de actualmente no es posible encontrar un estudio desarrollado por una fuente oficial donde se extraigan datos concretos, rigurosos y en específico, la observación y los acercamientos desarrollados por los autores llevaron a la conclusión de que cerca del 70% de estos materiales son desperdiciados y arrojados a la basura. Adicionalmente tampoco son trabajados por los recuperadores debido a que para poder someterlos a un proceso de reciclaje es necesario destruirlos lo que genera un esfuerzo que a la larga no se ve recompensado económicamente.

2.3. Efectos

Dado el contexto Bogotano, donde se inscribe el desarrollo empresarial del presente trabajo, no es posible determinar un efecto ocasionado únicamente por los residuos de una actividad económica, para este caso los desechos de los bidones. Pero si es posible concluir que estos desperdicios aportan al grave problema de contaminación existente en la ciudad de Bogotá. Para mediados del año 2017, según la revista Semana, el botadero de Doña Juana, como es conocido el depósito de basuras bogotano, presentaba un serio peligro de colapso, donde además se estaba presentado una plaga incontenible de moscas que ponían en riesgo la salud y la vida de los habitantes que residen en “Mochuelo”, vereda vecina del depósito sanitario.

2.4. Justificación

En la actualidad, la industria nacional ha desarrollado estrategias eficientes que generan alto valor a la demanda y bajo impacto al medio ambiente.

La utilización de fibras para la elaboración de muebles para el hogar, la oficina, etc., distintas a la madera, ha abierto una brecha a las nuevas ideas y al desarrollo del espíritu emprendedor que ven en este sector la oportunidad de marcar tendencia y así mismo generar un alto valor a la producción sostenible y amigable con la naturaleza. La idea de negocio se generó al observar el alto desperdicio de este material (tubos cartón) por parte de las textileras y teniendo presente el impacto que tienen los desperdicios de papel y cartón para la crisis sanitaria que vive hoy la ciudad de Bogotá; al encontrar un nuevo uso para estos tubos se está realizando una actividad

ambientalmente responsable con el ambiente y se genera la posibilidad de ofrecer al mercado un producto con un precio accesible y de buenas características.

Una de las principales preocupaciones de la sociedad en la actualidad es la conservación del ambiente y al ser nuestra idea de negocio en cierta medida un paso hacia la conservación del mismo, con cierta seguridad podemos afirmar que causará un impacto positivo en los clientes potenciales.

Adicionalmente la combinación entre innovación, comodidad y precios, marcará una diferenciación en el mercado, pues la oferta de muebles se encuentra inundada de productos tradicionales y sin ningún elemento distintivo entre sí; en este espacio es donde se vislumbra la posibilidad de esta idea de negocio.

Por otra parte, la contratación de personal de la zona donde se desarrollará el proyecto generará un beneficio socioeconómico para la población vecina de la empresa.

2.5. Objetivos

2.5.1. Objetivo general.

- Identificar la viabilidad para creación de una empresa dedicada a la producción y venta de muebles a base de tubos de cartón reutilizados, mediante herramientas que permitan identificar la correcta producción, comercialización, aceptación y posicionamiento en el mercado.

2.5.2. Objetivos específicos.

- Determinar los factores externos que pueden afectar el desarrollo de la idea de negocio con base en un estudio de mercado y un análisis de la competencia
- Establecer y desarrollar las características técnicas del producto identificando los elementos esenciales para la producción y una ponderación de los mismos de acuerdo con la demanda del mercado.
- Definir un conjunto de estrategias que permitan el posicionamiento de la compañía y de sus productos en el mercado.
- Realizar estudios técnicos que determinen la viabilidad del proyecto.

3. Estudio De Mercado

3.1. Contexto del mercado y antecedentes

El panorama del sector ha presentado diversas variaciones en los últimos años. Un informe con cifras del Dane dice que entre 2010 y 2016 el país exportó US\$863 millones en muebles y maderas. Esto permite observar que los productos nacionales tienen una amplia acogida en mercados de países como EE.UU., Panamá, India y Chile; adicionalmente esto permite observar que el mercado objetivo de estos productos no solo está enmarcado a nivel nacional, por el contrario se abre un espacio importante de comercialización en el exterior. El mayor pico de las exportaciones se dio en 2008, con US\$82,4 millones, donde el mayor comprador de ese entonces fue Venezuela, mercado que se perdió al caer en crisis.

A pesar de esta correcta ampliación del mercado en los últimos años se han presentado situaciones menos favorables. Según cifras del Dane, en agosto del 2017 la producción de muebles, colchones y somniers mostró una reducción de 8,8%, mientras en los 8 primeros meses la baja en ventas fue de 5,9%, lo que se traduce en una consecuente caída en el este mercado. José Sarmiento Ospina, vicepresidente de retail de Jamar, considera que la producción y comercialización de muebles es un mercado muy importante para la economía nacional pero que el gobierno nacional lo ha subestimado, por ello su industrialización es lenta, lo que lleva a la informalidad y al escaso acceso a la tecnología de punta, que optimice los procesos y asegure altos estándares de calidad. Como también se observa en otros mercados las importaciones constituyen una amenaza para el sector, con productos que ingresan a precios muy bajos y con un reducido nivel de calidad.

En 2016 las compras de muebles en el exterior sumaron US\$37,7 millones, frente a US\$41,7 millones de 2015 y US\$50,2 millones de 2014, de acuerdo con análisis de Fedemaderas, con cifras del Banco de Datos de Comercio Exterior (Bacex). Según Ospitia, estos productos provienen de China, Brasil y México. Sin embargo, Ospitia dice que durante el transcurso del 2017 el sector perdido espacios internacionales, lo cual pone en tela de juicio la posible prosperidad que pueda presentar estas industrias en el futuro próximo (Dinero, 2017).

3.2. Análisis y caracterización del consumidor

La caracterización del consumidor es de suprema importancia para el futuro de la compañía. Para el presente trabajo se establecieron dos criterios para el establecimiento de los posibles clientes potenciales, conviene aclarar que estos criterios permiten la proyección de la suma de clientes que se esperan abarcar, pero esto no limita el mercado potencial a este, es posible que en ciertas circunstancias particulares los productos puedan ser adquiridos por clientes que no se tuvieron en cuenta. Por parte geográfica se establece la población que reside en la localidad en la cual se establecerá el punto de producción y venta, localidad de Suba, donde según el DANE hay más de 1 millón de personas.

Adicionalmente se establece un criterio demográfico donde se estableció que el cliente potencia estaría entre 25 y 25 años, esto al observar el comportamiento de la sociedad colombiana y concluir que es entre estas edades donde se acostumbra a comprar muebles de las características que se proyecta producir, ya que personas de edades menores no han confirmado hogar y por ello no los demandan, y los ciudadanos de mayor edad ya han comprado los muebles para su hogar y es poco tradicional que un colombiano promedio adquiera más de un juego de muebles en la vida.

3.3. Selección de la población objetivo

Los criterios utilizados para la definición y selección de la población objetiva fueron dos, descritos a continuación:

3.3.1. Geográfica.

El mercado objetivo son las personas residentes en la LOCALIDAD SUBA, BOGOTÁ D.C. correspondiente a 1.250.734 Habitantes (Fuente: Proyecciones DANE 1985-2020). Principalmente ha sido seleccionada esta localidad debido a que resulta más pertinente y cómodo para la compañía realizar una distribución de productos en una zona cercana de donde desarrollamos la transformación de productos.

3.3.2. Demográfica.

La muestra la tomaremos en un mercado demográfico con edades entre 25 y 45 años las cuales da un total de 381.853 personas. De acuerdo con lo anterior se realizó un sondeo

con encuesta preliminar a 10 personas que cumplieran con las características anteriores, se determinó porcentaje de aceptación del producto de 60%.

(Fuente: Secretaría distrital de planeación. Población de Bogotá y sus localidades. Actividad demográfica. Suba).

Población total de 229.111,8 personas

3.4. Cálculo de la muestra

$$n = \frac{Z^2(PQ)}{E^2 + \frac{Z^2(PQ)}{N}}$$

N= 229.111,8 Personas

P= 0.6

Q= 1 - **P**=0.4

Z=1.96 = 95% Confianza

n=**384**

El tamaño de la muestra, de acuerdo con la Ecuación Estadística para Proporciones Poblacionales, con la cual se realizará el respectivo estudio de mercado corresponde a 384 personas. Una vez determinada la cantidad de la muestra procedemos a realizar la recolección de la información por medio de técnica de la encuesta para determinar la viabilidad de nuestro proyecto revisando el nivel de aceptación de las personas encuestadas con respecto al producto de muebles fabricados a base de cartón reciclado en la ciudad de Bogotá. *(El modelo de la encuesta en anexos)*

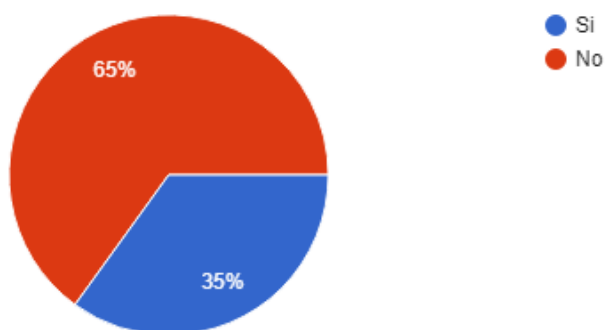
3.4.1. Tabulación y análisis de resultados.



Grafica 2 ¿Le interesaría comprar muebles elaborados a base de cartón resistente?

¿Conoce usted alguna empresa productora o comercializadora de muebles realizados en materiales reciclados?

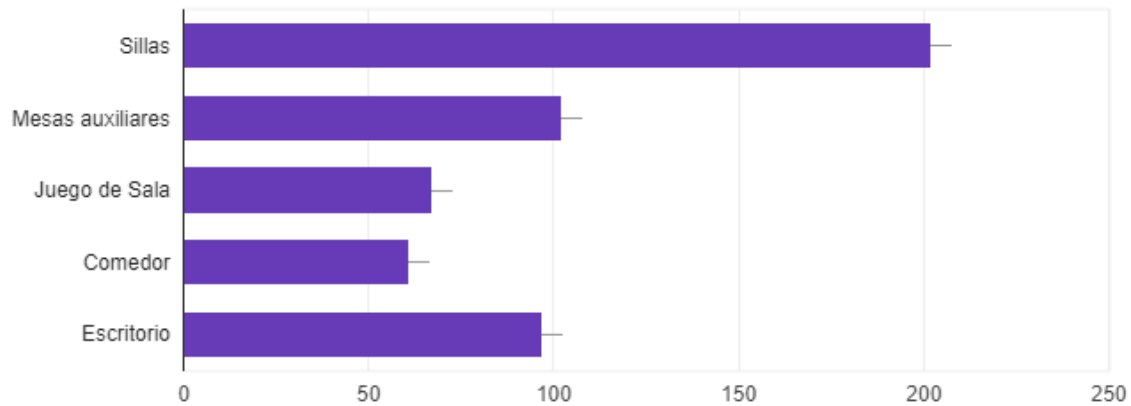
306 respuestas



Grafica 3 ¿Conoce usted alguna empresa productora o comercializadora de muebles realizados en materiales reciclados?

¿Qué tipo de muebles estaría dispuesto a comprar?

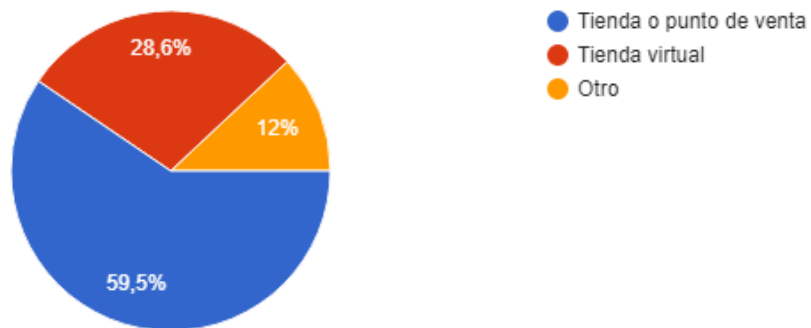
302 respuestas



Grafica 4; ¿Qué tipo de muebles estaría dispuesto a comprar?

¿Por qué medio le gustaría adquirir estos muebles?

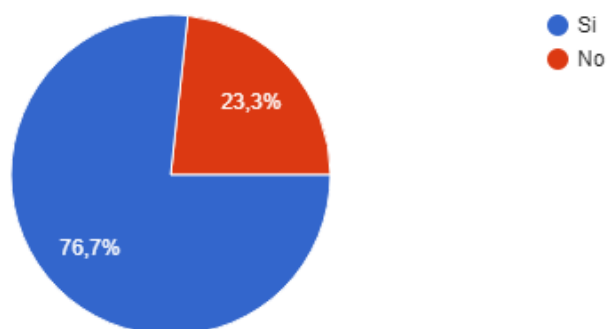
301 respuestas



Grafica 5; Por qué medio le gustaría adquirir estos muebles?

¿Cree usted que dentro del próximo año compraría alguno de los muebles elaborados a base de cartón resistente?

305 respuestas



Grafica 6 ¿Cree usted que dentro del próximo año compraría alguno de los muebles elaborados a base de cartón resistente?

Conclusión de la muestra: A partir de la encuesta se obtiene una información valiosa para el desarrollo del presente estudio. Se observa que el 75% de los encuestados les interesaría comprar uno de los productos a ofrecer, de la mano con ello la pregunta número 6 de la encuesta permite ver que de ese 75% el 76% compraría en un plazo de 1 año compraría uno de los productos, siendo este un número considerable para el comienzo de la idea de negocio. Adicionalmente la encuesta nos arroja dos datos bastante claros, en primera medida se observa que el producto que más tendría salida sería las sillas, razón por la cual se comenzará la producción de la compañía con estas. En segunda medida se observa que los posibles clientes preferirían comprar los muebles en un punto de venta físico.

3.4.2. Estimación de la demanda potencial.

Para el cálculo de la demanda potencial partimos de los datos extraídos en la encuesta aplicada. La última pregunta nos arroja un número de clientes que comprarían nuestros productos en el transcurso de año, así pues tomamos ese número de personas (234) y las dividimos en el número de meses del año, lo cual nos daría 20 clientes mensuales, así pues establecemos esa cifra

como el piso mínimo de ventas mensual y de allí establecemos un crecimiento constante del 10% mensual, de esta forma se realiza el cálculo de la demanda.

3.5. Identificación y análisis de la competencia

Al ser un producto innovador no cuenta con una competencia directa, generando una oportunidad más significativa de incorporarse de manera única en el mercado. Sin embargo, dentro del sector se encuentran diversos productos sustitutos como lo son los muebles tradicionales y artesanales, los cuales utilizan como su principal materia prima la madera, el metal, el acero, entre otros. Algunas de las empresas distribuidoras más reconocidas en la ciudad de Bogotá son:

3.5.1. Tugó Colombia.

Maneja un amplio portafolio de muebles y accesorios para decorar el hogar, cuenta con diferentes canales de venta (Almacenes, página web y ventas telefónicas).

EL 20 de Julio de 2002 se creó Tugó, en la ciudad de Bogotá, un lugar donde de acuerdo a lo expresado por sus directivos *“El cliente logra tener una experiencia de compra a través de los sentidos, con una propuesta de diseño y calidad acorde a las tendencias del mundo, a un precio justo y lo mejor de todo con disponibilidad inmediata.”*

En la actualidad cuentan con nueve tiendas de gran formato, una tienda en centro comercial y dos puntos de venta de Tugó Proyectos Corporativos, unidad de negocio enfocada al sector industrial. (Tugo, 2018)

3.5.2. Alkosto.

Esta empresa cuenta con gran reconocimiento en el mercado por brindar al cliente productos de buena calidad a precios bajos.

Es una cadena de almacenes 100% colombiana, comercializadora de electrodomésticos, llantas, motos, mercado y productos para el hogar. Tiene presencia en ocho ciudades y municipios del país y, a 2013, cuenta con 2388 empleados a nivel nacional. (Almacenes Alkosto, 2018)

Actualmente manejan una estrategia de fidelización mediante una promoción en la cual los clientes tienen la posibilidad de ganar un bono por la mitad de la compra. En el momento en que el cliente se acerca a la caja a efectuar su pago, oprime un botón. Cada 25 clientes entre semana y cada 50 clientes los fines de semana hay un ganador, esta oferta también se puede obtener por compras en la tienda en línea.

En materia de muebles esta compañía trabaja principalmente con muebles elaborados por otras empresas nacionales y ellos se limitan a la comercialización de los mismos.

3.5.3. Home center sodimac.

Esta empresa busca satisfacer al cliente a través de múltiples puntos de contacto y canales de venta que aseguran un modelo de negocio Omnicanal (Tiendas, Internet y Teléfono). Su actividad se focaliza en desarrollar y proveer soluciones a los proyectos de remodelación y construcción de sus clientes, además de satisfacer las necesidades de mejoramiento y decoración de sus hogares, ofreciendo excelencia en el servicio, integridad en su trabajo y un fuerte compromiso con la comunidad. (Homecenter, 2018)

Actualmente, se encuentran en 24 ciudades y municipios, con un total de 36 tiendas, el centro de distribución, las bodegas alternas y la oficina de apoyo a tiendas. Dada la distribución geográfica de sus tiendas, Centro de Distribución y Oficina de Apoyo a Tiendas - OAT, Bogotá (Incluido municipios aledaños) concentra el 40.32% (3.282) de los colaboradores, Medellín (incluidos municipios aledaños) el 14.51% (1.179) y Cali con el 9.01% (732). (Homecenter, 2018)

Se ha caracterizado por ser una de las empresas con mejor servicio al cliente, ha sido calificado por sus clientes de manera positiva y está posicionado en la mente del consumidor.

3.5.4. Home sentry.

Se ha adaptado al modelo de negocios que utilizan actualmente las grandes empresas. Evolucionando y convirtiéndose en uno de los principales portales de compras por Internet con la

más amplia variedad de productos para el hogar y bienestar 24 horas al día, 7 días a la semana y 365 días al año. Sus directivos catalogan su tienda On-Line www.homesentry.co como una tienda online de fácil y rápido acceso, diseñada para hacer sentir a sus clientes a una compra la mejor experiencia. Además, Home Sentry cuenta con un equipo especializado para responder las dudas de los compradores sobre medios de pago, entrega de productos, cómo comprar o productos específicos vía chat, email y teléfonos de atención preferencial con horarios extendidos.

Cuentan con 12 almacenes los cuales están ubicados estratégicamente en Bogotá, Bucaramanga, Cartagena, Barranquilla, Cali, Chía, Medellín y Villavicencio. (Home Sentry, 2018)

3.5.5. Falabella.

Falabella es una de las compañías más grandes y consolidadas de América Latina. Desarrolla su actividad comercial a través de varias áreas de negocio, siendo las principales, la tienda por departamentos, grandes superficies, mejoramiento y construcción del hogar, compañía de financiamiento comercial CMR, banco, viajes y seguros Falabella.

La tienda por departamentos es hoy por hoy, la más importante de Sudamérica con más de 65.000 colaboradores con presencia en Chile, Argentina, Perú y Colombia. (Falabella, 2018)

3.5.6. Pequeños productores.

Se caracterizan por ofrecer en muchas ocasiones a precios más bajos, pues quieren abarcar una mayor cantidad de clientes. Se afirma que la mayor parte de la demanda es cubierta por estos pequeños productores ya que este mercado está saturado de informalidad lo cual presenta dos problemáticas, primero no permite una adecuada aproximación a la información de estos productores ya que ni el DANE ni la Cámara de Comercio tienen datos exactos de estos; segundo reduce la participación tributaria del sector a la economía nacional lo que genera que el gobierno nacional ignore este mercado y no le brinde mayores garantías por no significar un ingreso considerable de ingresos para el estado.

3.6. Estrategias de mercado

3.6.1. Canales de comercialización y distribución.

Se dispondrán tres formas básicas de venta de productos. El primero de ellos será la venta total por internet, donde el cliente observa el producto en el catálogo publicado por la página de la compañía y por este mismo medio realiza la compra. El segundo de ellos se lleva a cabo cuando el cliente identifica el producto que desea por el catálogo publicado por internet pero realiza el pago en la tienda física. El tercero de ellos es cuando tanto el conocimiento y la elección del producto tanto el pago se realiza en la sucursal física.

Una vez desarrollada cualquiera de las modalidades de venta se dispone a realizar el envío para su correcta entrega, envío que se tramitará por medio de un subcontrato de transporte de mercancías.

El principal medio de comunicación con los clientes será una página web de la empresa. En esta página el cliente podrá ver el catálogo y realizar sus pedidos. De forma alternativa se dispondrá de un chat de comunicación donde un asesor brinde información más detallada, personalizada, efectiva y en el menor tiempo posible. En unos horarios determinados también se brindará una línea telefónica de atención que le permita a la compañía mantener una fácil y rápida comunicación de inquietudes, solicitudes o pedidos.

3.6.2. Estrategias de aprovisionamiento (proveedores).



Grafica 7 Aprovisionamiento. (Cáliz Sequea 2015)

Para lograr alcanzar los objetivos propuestos realizaremos utilización más eficiente de los recursos disponibles en el proceso de producción; con la previsión, comprobación y regulación del tiempo invertido en las distintas operaciones que comprende la fabricación de un producto. Concentrándonos en la fabricación y surtido principal para que no haya exceso de inventario en stock. Con una previsión correcta negociaremos con proveedores que sean fiables, que tengan buena distribución en el servicio y surtido.

Insumos

- **Invesa:** empresa tecnificada, dedicada a satisfacer las necesidades de la industria, el agro y la construcción encaminando sus esfuerzos a la investigación y desarrollo de nuevos productos que reflejan su filosofía de trabajo, con compromiso con el medio ambiente y su protección, el cumplimiento de las normas de gestión de la calidad y de la legislación aplicable a sus actividades, productos y servicios.
- **Sumicorp:** Empresa encargada de abastecer todo lo referente a todos los productos de Papelería, Aseo, Cafetería e insumos para impresión que la empresa requiere en su operación diaria.

Periodo De Pago: Se ofrecerá periodos de pago hasta 30 días

Condiciones De Crédito: Para aquellas necesidades que sean de alto costo se maneja un periodo de crédito de 30 y 60 días.

3.6.3. Estrategias en precios.

El establecimiento del precio está dado partiendo del capital invertido para la creación del producto, adicionando una suma de dinero proporcional al tiempo requerido para su elaboración.

Por ser una pequeña empresa, se establecerá un precio que logre cumplir con los costos de fabricación y distribución, pero por sus materiales reciclados el precio en el mercado será bajo en comparación con productores de muebles tradicionales.

3.6.4. Estrategias de promoción y publicidad.

Se desarrollarán dos formas básicas de promoción de los productos. La primera de ellas se llevará a cabo por medio de la utilización de redes sociales, donde nos daremos a conocer por medio de páginas de gran difusión y en el transcurso del tiempo con la popularidad de nuestra página. La segunda estrategia radica en la publicidad que se emite en el sector donde estamos localizados.

Esto por medio dos elementos, el primero relacionado con la publicidad que genera intrínsecamente el local donde nos encontramos ubicados, allí los residentes y visitantes del sector identifican la tienda y esto es comunicado con sus allegados, motivando así una publicidad voz a voz; y la segunda llevada a cabo por medio de la repartición de volantes y ubicación de vallas por el barrio, esta segunda estrategia complementa de forma perfecta la primera ya que llena los vacíos de información.

3.6.5. Estrategia de servicio.

La atención postventa será una de las características primordiales, atender solicitudes, quejas o buenos comentarios sobre los productos vendidos generará un mejoramiento consecutivo en las actividades realizadas; ayudando a establecer diferentes factores que ayuden a brindar un producto de calidad que logre satisfacer al máximo los requerimientos de los clientes. Se manejarán diferentes y diversos canales de comunicación con los clientes para que gracias a ellos sea fácil y sencillo recibir una retroalimentación.

4. Propuesta De Negocio

4.1. Características del producto o servicio

Nombre del producto	CARTOMUEBLE
Descripción del producto	Diferentes tipos de muebles elaborados a base de cartón y trabajados con un líquido especial.
Lugar de elaboración	Taller de trabajo ubicado en la Localidad de Suba.
Composición Material	Cartón: Rollos de cartón gruesos en los que ciertos textiles son envueltos, estos son depuestos por las textileras.
	PVC líquido: Químico utilizado para el endurecimiento del cartón base, este se aplica en mezcla con Invecryl.
	Invecryl: Químico utilizado para el endurecimiento del cartón base, este se aplica en mezcla con PVC líquido.
	Laca: Utilización de laca final de acuerdo con la solicitud del cliente. Este componente es contingente.
Presentación y empaques comerciales	Presentación del producto al descubierto para que sea posible la visualización del mismo de una forma correcta. Para su transporte y entrega es cubierto con esponjas y vinipel para su protección.


<p>Requisitos mínimos y normativos</p>	<p>El desarrollo de esta actividad comercial se lleva a cabo cumpliendo con toda la normatividad dispuesta en el Código de Comercio colombiano, al estar esta conducta tipificada como una mera actividad mercantil. A su vez toda su comercialización y la relación de la compañía con sus clientes esta reglada bajo los parámetros de la Ley 1480 de 2011 en la que se establece el Estatuto del Consumidor.</p>
<p>Imagen ilustrativa</p>	

Tabla 1 Características del producto. Elaboración Propia

4.2. Ventajas competitivas y propuesta de valor

El catálogo de productos de la compañía se encuentra inmerso en el mercado de muebles y accesorios para la casa. Los productos son elaborados con base en un material reciclado al cual es sometido a un proceso de aplicación de químicos necesarios para su resistencia. Los productos ofrecen cierto grado de exclusividad debido a que son producidos en pequeñas cantidades, pero a la vez ofrece un estilo muy humano a la vivienda ya que proyecta un sentido de pertenencia y compromiso con el medio ambiente.

4.3. Imagen corporativa

Este producto se caracteriza porque es biodegradable lo cual hace que el enfoque de nuestra empresa sea el apoyo y el cuidado del medio ambiente. Estará diseñado pensando en la comodidad de las personas siendo esta útil en momentos como visitas o reuniones.

Marcaremos la diferencia debido a que nuestro producto será creado con insumos de material reciclado como se expuso anteriormente. Este producto será entregado al cliente sin ninguna pintura adicional al color que tiene el cartón.

Dando continuidad al proceso llegamos a la conclusión de colocar un nombre, slogan y logo a la empresa donde se refleje el enfoque a corto y largo plazo que es crecer y expandir nuestra organización sin dejar de lado la contribución con el planeta, por consiguiente diseñamos a creatividad propia lo siguiente:

Se utiliza el nombre Industria Bio-mobiliaria S.A.S debido a que nos caracteriza un producto Biodegradable, por lo tanto se utilizaron colores verdes que nos relacionan con la naturaleza como color corporativo. Nuestro logo es una silla hecha a base de tubos de cartón mostrando el producto que se va a diseñar. El slogan “Diseño limpio para ti” identifica a la organización y produce recordación en el cliente ya que es una frase original y fácil de recordar.



Grafica 8 Logo y slogan. Diseño propio

5. Estudio Técnico

5.1. Balance de requerimientos

Maquinaria	<ul style="list-style-type: none"> - Taladro: Es una máquina que permite la elaboración de agujeros en diferentes tipos de superficies de una forma sencilla. Esta dispone de un artefacto en su punta, denominado “broca” es la que permite esta penetración. - Lijadora: Es una máquina que tras el montaje de un papel de lija intercambiable lleva a cabo el proceso de lijado.
Materiales	<ul style="list-style-type: none"> - Invercryl: Emulsión acrílica de excelentes propiedades impermeabilizantes y de sellado, empleada como ligante de recubrimientos y complemento para pinturas de base agua. - PVC líquido: Es un sellador de juntas en base solvente formulado con resinas de PVC. Es estable frente a rayos UV. - Rollos de cartón. - Tornillos y tuercas de diferentes tamaños - Lijas de agua grano número 1000 y 3000.
Herramientas	<ul style="list-style-type: none"> - Destornilladores: Barra metálica sujeta a un mango que en la punta posee una forma determinada que permite apretar o liberar tornillos. - Alicates: Pinzas diseñadas para la manipulación, el corte o el apretado de diferentes piezas.
Servicios públicos	<ul style="list-style-type: none"> - Suministro de Luz - Suministro de Agua • Teléfono • Internet

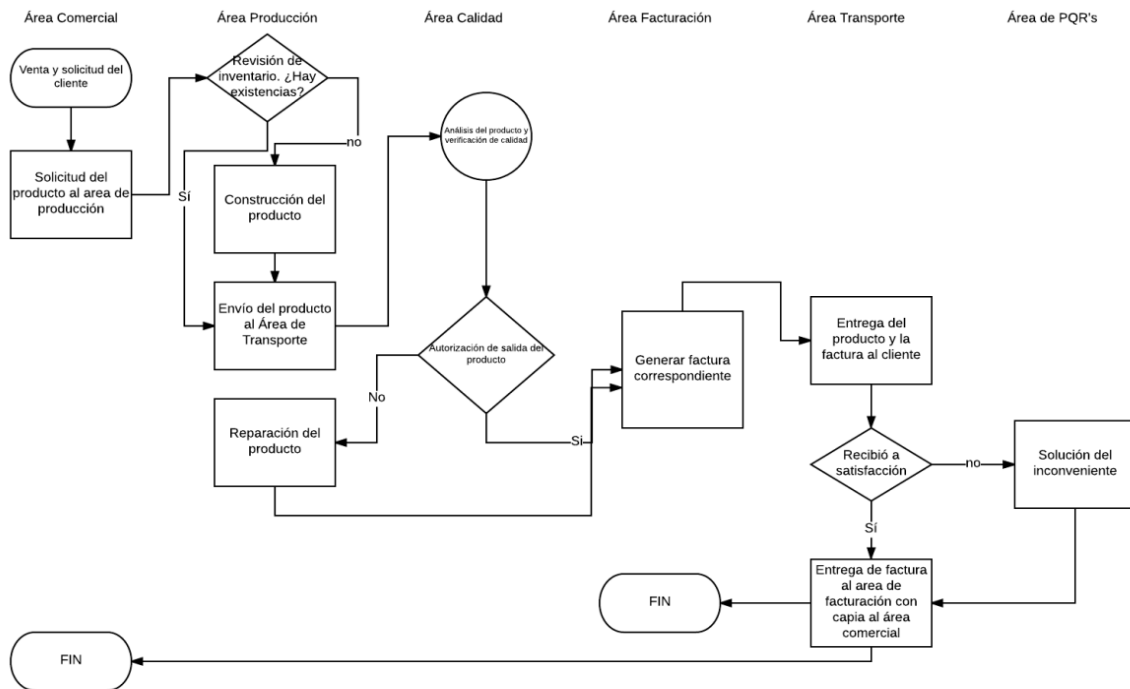
Tabla 2. Balance de requerimientos.

#	Descripción	Unidad Medida	Costo Unitario	Descrip. Corta
1	Tubos de cartón	Und	\$4.000,00	Cartón
2	Invercyl	Und	\$30.000,00	Invercyl
3	PVC líquido	Und	\$13.750,00	PVC
4	Tornillos y tuercas	Und	\$35,00	Tornillos y tuercas
5	Lijas	Und	\$1.100,00	Lijas

Tabla 3. Valor por producto.

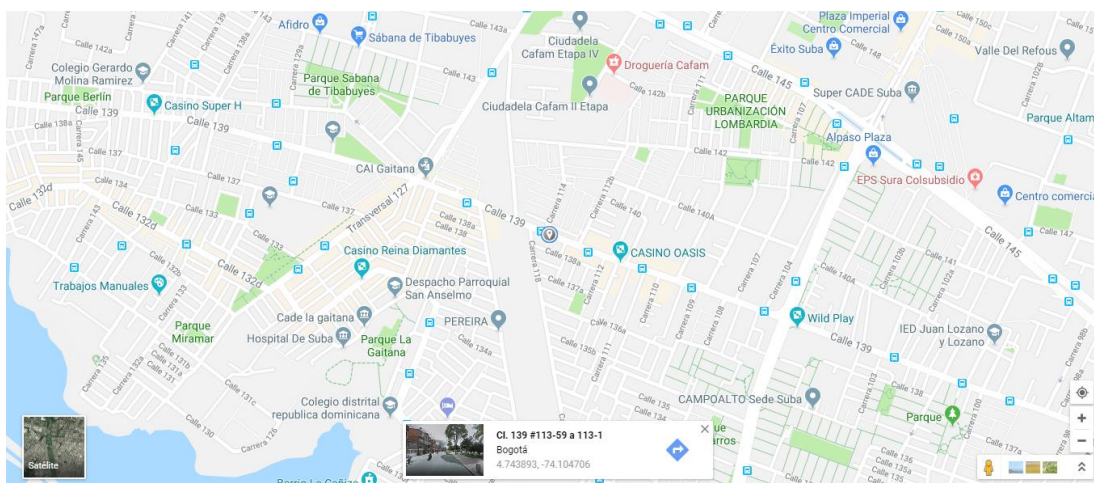
5.2. Descripción del proceso

Flujograma



Grafica 9 Flujograma. Diseño propio

5.3. Localización



Grafica 10 Localización. (Google Maps, 2018)

El negocio se localizará en la Calle 139 # 113 – 59 de la ciudad de Bogotá, en la localidad de Suba en un barrio llamado La Gaitana.

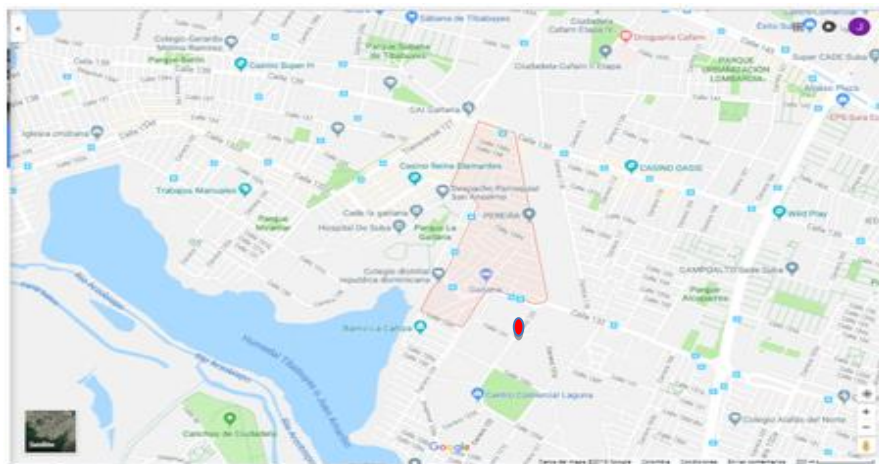
5.3.1. Macro y micro localización.

En materia de macro-localización el negocio se encontrará ubicado en la Localidad de Suba esto debido a que es un sector ampliamente concurrido por millones de bogotanos, adicional a ello es la localidad de la ciudad en la que encontramos mayor cantidad de clientes potenciales y finalmente porque cuenta con sectores comerciales donde resulta estratégica la ubicación del punto de venta.

Dentro de la Localidad de Suba, la micro-localización será específicamente en un sector conocido como Suba La Gaitana esto por 3 razones. La primera, es un lugar de una actividad económica muy alta y por ello ya es referenciado como un lugar en el que se pueden encontrar múltiples productos por ello es muy concurrido. La segunda, dadas las características de sector facilita significativamente el acceso y la compra de materias primas. La tercera, es un sector donde el arriendo y la compra de un local es de un costo accesible para el inicio de la compañía.

5.3.2. Evaluación de la alternativa.

La Micro localización está en el sector de Suba, Barrio Gaitana, accediendo de forma fácil, esto es para el beneficio de los clientes, buenos accesos por vías principales de gran flujo, cercanía a empresas textiles, lo que hará más fácil la adquisición del insumo de cartón.



Grafica 11 Mapa de ubicación, barrio Gaitana. (Google Maps, 2018)

6. Estudio Organizacional

6.1. Tipo y naturaleza de empresa

La naturaleza de la empresa será privada, Sociedad Anónima Simplificada (**INDUSTRIA BIO MOBILIARIA SAS**) con actividad industrial debido a que estará dedicada a la fabricación de sillas por medio procesamiento a materias primas entregando un buen producto terminado al cliente.

6.1.1. Misión.

Diseñar y distribuir productos innovadores a base de materiales reciclados con enfoque a la conservación del medio ambiente, buscando la satisfacción a los usuarios y sus familias.

6.1.2. Visión.

Para el año 2023 ser reconocidos y elegidos como líderes en el diseño de productos innovadores y con calidad que tengan como principios básicos la reutilización de materiales de reciclaje.

6.2. Constitución de la empresa y aspectos legales

Para constituir la empresa legalmente se debe realizar lo siguiente:

1. Consultar nombre en el RUES

Lo primero es consultar en el Registro Único Empresarial y Social (RUES) para verificar que no exista otra empresa con el nombre que desean registrar.

2. Preparar la papelería

Los documentos necesarios para la constitución son:

- ✓ Documento privado de constitución
- ✓ PRE-RUT
- ✓ Fotocopia de la cédula del representante legal
- ✓ Formulario único empresarial
- ✓ El documento privado de constitución, son los estatutos de la compañía donde se define la estructura de la organización. Para redactarlo se puede buscar un formato y adecuarlo a las características de la empresa.

El PRE-RUT se diligencia en la página web de la DIAN, seleccionando la opción Inscripción RUT y luego cámara de comercio. El sistema le informará que si ya había realizado el proceso y guardó un borrador del documento, puede escribir el número del formulario para continuar con la edición. Pero como apenas se va a crear, solo hay que dar clic en continuar dejando el campo de formulario en blanco.

El formulario único empresarial se adquiere en la cámara de comercio, se debe llenar con todos los datos de la empresa.

3. Inscripción en la cámara de comercio

Luego hay que ir a la cámara de comercio con toda la papelería y realizar el registro. Si todo está en orden le cobrarán los derechos de inscripción junto con los demás costos de constitución.

Le dirán que el proceso tarda aproximadamente un día y le indicarán cuándo debe volver. Algunas cámaras notifican el radicado por medio de mensaje de texto o por correo electrónico.

Cuando se haya completado, le entregarán una versión preliminar de la matrícula mercantil la cual servirá para crear la cuenta de ahorros. También le darán una segunda versión del PRE-RUT.

4. Crear cuenta de ahorros

Con la papelería debe ir a una entidad financiera para crear una cuenta de ahorros a nombre de la empresa. Dependiendo de las políticas del Banco, deberá presentar diferentes documentos. La mayoría pedirá el balance inicial, así que tengan cerca el teléfono de su contador.

La entidad generará una carta dirigida a la DIAN, donde certifican y detallan la existencia de la cuenta.

5. Tramitar el RUT definitivo

Ahora es necesario ir a la DIAN para diligenciar el RUT definitivo. Necesitará: la cédula del representante legal con su respectiva copia, la versión previa del registro mercantil y la constancia de titularidad de la cuenta de ahorros.

5. Tramitar el registro mercantil definitivo

Con el RUT podrá terminar el registro en la cámara de comercio. El proceso es simple, y al completarlo ya podrá solicitar copias de la matrícula mercantil.

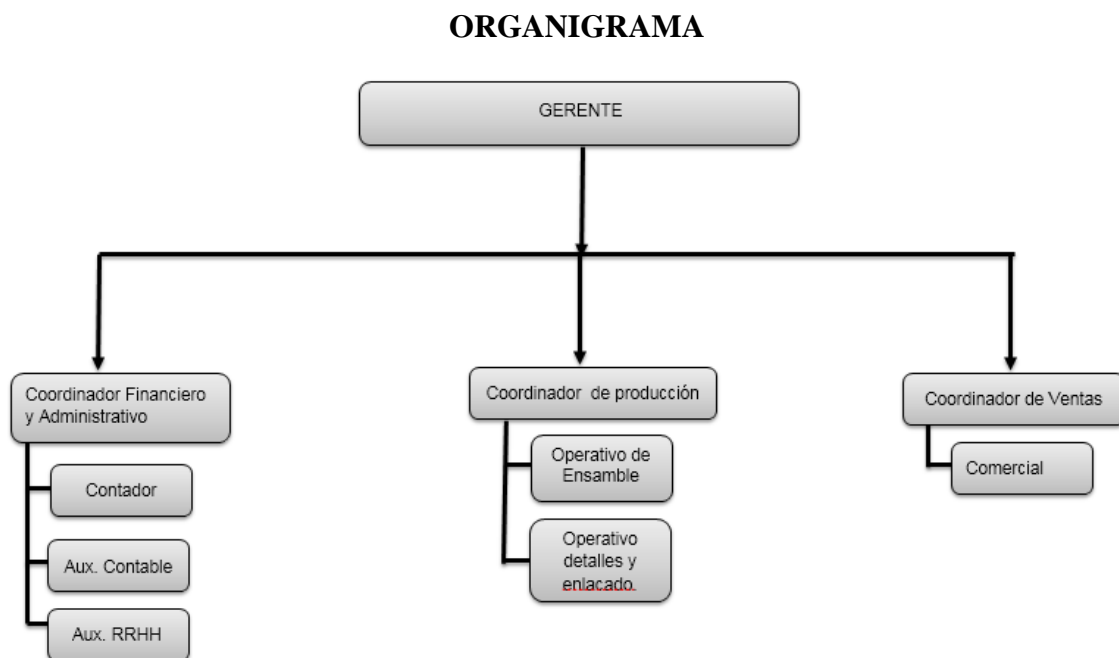
- **Resolución de facturación y firma digital**

Para solicitar la resolución de facturación se necesita llenar un formulario que puede ser descargado en la página de la DIAN, llevar la cédula del representante legal (original y copia), y el registro mercantil definitivo. (PUC)

Uso de Suelo en la Localidad de suba / La Gaitana

Según El Decreto 1788 de 2004 es posible realizar una construcción de una planta de producción en el barrio La Gaitana, teniendo las siguientes consideraciones estipuladas por El Decreto: Aprovechamiento del suelo (número de metros cuadrados de la edificación), Cambio de uso (Autorización para destinar inmuebles a una zona), Efecto plusvalía (Aumento del precio del suelo), Índice de ocupación (es la proporción del área de suelo que puede ser ocupada) y el índice de construcción (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2004).

6.3. Estructura organizacional



Grafica 12 Organigrama Industria Bio Mobiliaria SAS.

6.3.1. Descripción cargos.

➤ GERENTE

En nuestra empresa INDUSTRIA BIO MOBILIAIRA SAS el gerente deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Direccionar la organización hacia el cumplimiento de los objetivos propuestos.
- Liderar y mantener un control sobre las actividades realizadas dentro de la empresa.
- Generar reportes a los accionistas del estado de la empresa.
- Establecer una comunicación directa con los coordinadores para generar mejoras continuas.

Salario: 2'000.000

Requisitos Mínimos

✓ Estudios:

- Profesional Administración de empresas, ingeniería industrial, economía o carreras afines

✓ Experiencia

- Experiencia en manejo de personal, manejando el área administrativa, en su aspecto decisivo.

➤ COORDINADOR FINANCIERO Y ADMINISTRATIVO

En nuestra empresa INDUSTRIA BIO MOBILIARIA SAS el coordinador financiero y administrativo deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Dirigir y coordinar las acciones del equipo de trabajo
- Diseñar y aplicar las políticas, normas e instrucciones para garantizar un buen clima laboral dentro de la empresa.
- Planificar, dirigir y controlar la gestión financiera, contable y presupuestal, de tesorería y control de activos de la organización.

Salario: 1'000.000

Requisitos Mínimos

- ✓ Estudios:
 - Profesional o Estudiante últimos semestres de Administración de empresas
- Deseable que el (la) postulante tenga capacitación o estudios en el área de Gestión de Recursos Humanos y Desarrollo de las Personas.

- ✓ Experiencia
 - Deseable experiencia en áreas de administración y/o recursos humanos, y contabilidad.

➤ COORDINADOR DE PRODUCCIÓN

En nuestra empresa INDUSTRIA BIO MOBILIARIA SAS el Coordinador de producción deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Garantizar la fluidez de la operación de la fábrica, desde la recepción de la materia prima hasta el proceso de empaclado y la distribución después de que concluya el proceso.
- Mantener el orden y garantizar la entrega de otros productos requeridos en el proceso.
- Verificar la calidad de los productos antes de salir a la venta.

Salario: 1'000.000

Requisitos Mínimos

- ✓ Estudios:
 - Profesional o Estudiante últimos semestres de Administración de empresas, ingeniería Industrial o administración Logística.

- ✓ Experiencia
 - Deseable experiencia en áreas de producción y logística.

➤ *COORDINADOR DE VENTAS*

En nuestra empresa INDUSTRIA BIO MOBILIARIA SAS el coordinador de ventas deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Establecer sus actividades en función de los presupuestos y las expectativas de ventas.
- Organizar eventos de promoción, para la generación de clientes potenciales, y generar una mejora en la reputación de una empresa y la inversión futura segura.
- Dar al cliente una adecuada asesoría, explicar los beneficios del producto.

Salario: 1'000.000

Requisitos Mínimos

- ✓ Estudios:
 - Profesional o Estudiante últimos semestres de Administración de empresas, Marketing o afines.

- ✓ Experiencia
 - Deseable experiencia en áreas de ventas o Mercadeo.

➤ **CONTADOR**

En nuestra empresa INDUSTRIA BIO MOBILIARIA SAS el contador deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera
- Preparar, presentar y certificar los estados financieros al final del ejercicio para las declaraciones tributarias a las hubiese lugar.
- Asesorar a la Gerencia y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno y manejo de recursos.

Salario: 2'000.000

Requisitos Mínimos

✓ Estudios:

- Profesional contaduría pública, con su respectiva tarjeta profesional.

➤ **AUXILIAR CONTABLE**

En nuestra empresa INDUSTRIA BIO MOBILIARIA SAS el Auxiliar contable deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos.
- Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.
- Totaliza las cuentas de ingreso y egresos y emite un informe de los resultados.
- Participa en la elaboración de inventarios.

Salario: \$800.000

Requisitos Mínimos

- ✓ Estudios:
 - Técnico en contabilidad o Estudiante de contaduría como mínimo en cuarto semestre.

- ✓ Experiencia
 - Seis meses de experiencia operativa en el área de registro de asientos contables.

➤ AUXILIAR DE RECURSOS HUMANOS

En nuestra empresa INDUSTRIA BIO MOBILIARIA SAS el auxiliar de recursos humanos deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Aplica instrumentos de registro de información de cargo, para el análisis de cargos.
- Mantiene actualizados los archivos del personal.
- Realiza cálculos sobre las cláusulas de protección socioeconómicas: horas extras, vacaciones, reposos pre y post natal y otros de conformidad con la Ley.
- Actualiza y registra los permisos, inasistencias y demás información relacionada con el personal de la empresa.
- Participa con el coordinador en la organización y ejecución de programas y/o actividades de previsión social, higiene y seguridad en el trabajo, recreación y bienestar social para los colaboradores.

Salario: \$800.000

Requisitos Mínimos

- ✓ Estudios:
 - Técnico en Recursos humanos o Estudiante de Administración de empresas o administración salud ocupacional como mínimo en cuarto semestre.

- ✓ Experiencia
 - Seis meses de experiencia en el área de Administración de Recursos Humanos.

➤ **COMERCIAL**

En nuestra empresa INDUSTRIA BIO MOBILIAIRA SAS el comercial deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Asesorar al cliente o prospectos de clientes, indicando los beneficios del producto.
- Desarrollar una adecuada atención al cliente, solucionando los requerimientos de este.
- Dirigir la promoción y venta de los productos, encaminado al cumplimiento del presupuesto de ventas

Salario: \$800.000

Requisitos Mínimos

- ✓ Estudios:
 - Estudiante de economía, Administración de Empresas, Contaduría, Ingeniería Industrial, financiera, o afines
- ✓ Experiencia
 - Seis meses de experiencia en el área de ventas

➤ **OPERATIVO DE ENSAMBLE**

En nuestra empresa INDUSTRIA BIO MOBILIAIRA SAS el operativo de ensamble deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Armado de los muebles y los ajustes que tienen que hacer con el dpto. de calidad.
- Cumplir con los tiempos y especificaciones para la elaboración del producto.
- Verificar los detalles para garantizar calidad en el producto.

Salario: \$737.717

Requisitos Mínimos

✓ Estudios:

- Técnico

✓ Experiencia

- En ensamble y armado de muebles, manejo de herramientas.

➤ ***OPERATIVO DE DETALLES Y ENLACADO.***

En nuestra empresa INDUSTRIA BIO MOBILIAIRA SAS el operativo de detalles y lacado deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Inclusión de detalles los muebles, lacado.
- Verificar los detalles para garantizar calidad en el producto.
- Verificar que el transporte del producto terminado a bodega o punto de venta sea el adecuado.

Salario: \$737.717

Requisitos Mínimos

✓ Estudios:

- Técnico

✓ Experiencia

- Pintura o lacado de muebles.

6.4. Estrategias corporativas

6.4.1. Políticas.

Políticas de selección de personal

Las políticas de selección de personal están fijadas por lineamientos en pro de la consecución de alcanzar posicionamiento de la empresa. Se realizará el reclutamiento del personal por medio de test y entrevistas que demuestran la destreza, responsabilidad, honestidad y compromiso para desarrollar los procesos implementados en el área correspondiente al que sea contratado. Se deben seguir las siguientes políticas:

- Igualdad de oportunidad durante el proceso de reclutar, seleccionar y contratar.
- Definir los perfiles requeridos por la empresa para cada área, manteniendo estos actualizados.
- Brindar condiciones laborales dignas y adecuadas con sueldos y prestaciones de ley.
- Ofertar las vacantes por medios de comunicación, volantes y bolsas de empleo.
- Realizar convocatorias internas para personal que llevan tiempo laborando en la compañía y tienen conocimientos para cargos medio y altos.
- Garantizar la inducción de los procesos al personal que ingrese a trabajar con la empresa con respecto a las actividades a desarrollar en cada área.
- Remuneración asignada a cada función y responsabilidad.

Políticas de Ventas y precios

- Fijar el precio de nuestro producto de acuerdo al valor de la competencia.
- Mayor calidad del producto para fijar buen precio.
- Analizar el comportamiento de la demanda para saber cómo se comporta al momento de subir o bajar un precio.
- Añadir margen a costos de fabricación en pro de definir un precio de venta.

- La forma de cobro será de contado iniciando la empresa. después de seis meses si es cliente fijo se cobrará a 30 días.
- El área de ventas y marketing estarán encargadas de la negociación con los clientes procesando los pedidos.
- Brindar beneficios de compra a los clientes.
- El horario de atención a clientes es 7:00am- 20:00pm
- El vendedor siempre deberá tomar como prioridad al cliente y sus necesidades trabajando con la mejor actitud.
- Los vendedores tendrán una gráfica de metas a lograr por mes.
- El vendedor no podrá ofrecer descuentos o promociones sin antes consultar a la empresa.

6.4.2. Valores corporativos.

- Honestidad.
- Compromiso.
- Disciplina.
- Gratitude.
- Respeto.
- Servicio.
- Responsabilidad.

6.5. Matriz oa

OPORTUNIDADES

- Reconocimiento nacional en el mercado nacional, por su innovación en productos.
- Crecimiento en el mercado por exclusividad en sus diseños.
- Ingresar al sector de muebles con precios competitivos.
- Ser pioneros en la venta de productos amigables con el medio ambiente.
- Generar alianza con multinacionales que desean integrar en su portafolio de ventas productos similares.
- Uso de nuevas tecnologías.

AMENAZAS

- Entrada de productos sustitutos o similares en el mercado.
- Margen de utilidad mínimo.
- Mala percepción del producto a base de cartón reciclable.
- Dificultad en la recolección de cartón reciclable.

Tabla 4 Matriz OA.

7. Estudio Financiero

Este estudio tiene como finalidad realizar una presentación amplia de los elementos que participan en la estructuración financiera del proyecto, como resultado de la información extraída en los estudios mencionados anteriormente dentro de este proyecto como lo son: el estudio de mercados, técnico, legal, administrativo, como también los costos de elaboración, el ingreso de ventas, la financiación uno de los periodos en un horizonte de cuatro años, calculando debidamente los indicadores de evaluación, mostrados a través del flujo de caja y el flujo de fondos proyectado.

7.1. Inversiones

	Detalle de Inversiones en Bienes de Uso	Monto	Vida Útil en Años
1	Taladros	\$109.800	2
2	Lijadoras	\$65.000	4
3	Mesa	\$151.800	10
4	Sillas	\$75.600	7
5	Mesón Grande	\$250.000	10
6	Estantes	\$100.000	5
7	Teléfonos	\$310.000	4
8	Equipo de computo	\$2.525.000	4
9			
	Total Inversión en Bienes de Uso	\$3.587.200	

Tabla 5. Inversión bienes de uso. Elaboración propia

7.2. Costos

7.2.1. Productos y materias primas.

Como se puede observar en la tabla 6 la compañía trabajará únicamente con la comercialización de sillas las cuales tienen un precio de venta de \$164.000 y junto a dicho precio están relacionadas las cantidades de materias primas a utilizar por unidad. En la tabla 7 se observa el costo de las materias primas necesarias para la fabricación del producto. En la tabla 8 se permite observar el costo de materias primas e insumos por unidad producida.

#	Descripción	Unidad Medida	Precio de Venta	Cantidad Cartón en Und	Cantidad Invercyl en Und	Cantidad PVC en Und	Tornillos y tuercas en Und	Cantidad Lijas en Und
1	Sillas	Und	\$164.000	3,00	0,50	0,50	50,00	5,00

Tabla 6. Precio producto y cantidades.

#	Descripción	Unidad Medida	Costo Unitario	Descrip. Corta
1	Tubos de cartón	Und	\$4.000,00	Cartón
2	Invercyl	Und	\$30.000,00	Invercyl
3	PVC líquido	Und	\$13.750,00	PVC
4	Tornillos y tuercas	Und	\$35,00	Tornillos y tuercas
5	Lijas	Und	\$1.100,00	Lijas

Tabla 7. Valor materias primas.

#	Descripción	Unidad Medida	Precio de Venta	Costo Uni. Mp. E Ins.	Margen Contrib.	Costo Cartón	Costo Invercyl	Costo PVC	Costo Tornillos y tuercas	Costo Lijas
1	Sillas	Und	\$164.000,00	\$ 41.125,00	298,8%	\$ 12.000,00	\$ 15.000,00	\$ 6.875,00	\$ 1.750,00	\$ 5.500,00

Tabla 8. Precio de insumos por unidad producida.

7.2.2. Presupuesto de compras.

#	PRESUPUESTO de Compras (en pesos)	Unidad Medida	PRESUPUESTO de Compras (en pesos)												TOTAL	
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.		
1	Tubos de cartón		\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 4.464.000
2	Invercyl		\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 5.580.000
3	PVC líquido		\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 2.557.500
4	Tornillos y tuercas		\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 651.000
5	Lijas		\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 2.046.000
			\$ 1.274.875	\$ 1.274.875	\$ 1.274.875	\$ 1.274.875	\$ 1.274.875	\$ 1.274.875	\$ 1.274.875	\$ 1.274.875	\$ 1.274.875	\$ 1.274.875	\$ 1.274.875	\$ 1.274.875	\$ 1.274.875	\$ 15.298.500

Tabla 9. Presupuesto de compras en pesos.

Stock Final	Unidad Medida	Unidades	Costo Unitario	Stock en Pesos
Tubos de cartón	Und	0	\$ 4.000,00	\$ 0,00
Invercyl	Und	0	\$ 30.000,00	\$ 0,00
PVC líquido	Und	0	\$ 13.750,00	\$ 0,00
Tornillos y tuercas	Und	0	\$ 35,00	\$ 0,00
Lijas	Und	0	\$ 1.100,00	\$ 0,00
				\$ 0,00

Tabla 10. Stock Final en unidades y pesos.

7.2.3. Consumo de materias primas.

#	Descripción	Unidad Medida	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
1	Tubos de cartón	Und	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	1.116
2	Invercyl	Und	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	186
3	PVC líquido	Und	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	186
4	Tornillos y tuercas	Und	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	18.600
5	Lijas	Und	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	1.860

Tabla 11. Consumo materias primas en unidades.

#	Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	TOTAL
1	Tubos de cartón	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 372.000	\$ 4.464.000
2	Invercyl	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 465.000	\$ 5.580.000
3	PVC líquido	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 213.125	\$ 2.557.500
4	Tornillos y tuercas	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 54.250	\$ 651.000
5	Lijas	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 170.500	\$ 2.046.000

Tabla 12. Consumo materias primas en pesos.

7.2.4. Gastos.

Gastos de Producción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Materias Primas e Insumos	\$1.274.875	\$1.274.875	\$1.274.875	\$1.274.875	\$1.274.875	\$1.274.875	\$1.274.875	\$1.274.875	\$1.274.875	\$1.274.875	\$1.274.875	\$1.274.875	\$15.298.500
Mano de Obra	\$1.171.863	\$1.171.863	\$1.171.863	\$1.171.863	\$1.171.863	\$1.171.863	\$1.171.863	\$1.171.863	\$1.171.863	\$1.171.863	\$1.171.863	\$1.171.863	\$14.062.356
Cargas Sociales	\$468.745	\$468.745	\$468.745	\$468.745	\$468.745	\$468.745	\$468.745	\$468.745	\$468.745	\$468.745	\$468.745	\$468.745	\$5.624.942
Electricidad y Gas	\$110.000	\$110.000	\$110.000	\$110.000	\$110.000	\$110.000	\$110.000	\$110.000	\$110.000	\$110.000	\$110.000	\$110.000	\$1.320.000
Mantenimiento	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$600.000
Seguros	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$1.440.000
Varios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
													\$0
Amortización Bienes de Uso	\$70.907	\$70.907	\$70.907	\$70.907	\$70.907	\$70.907	\$70.907	\$70.907	\$70.907	\$70.907	\$70.907	\$70.907	\$850.880
Total Gastos de Producción	\$3.266.390	\$3.266.390	\$3.266.390	\$3.266.390	\$3.266.390	\$3.266.390	\$3.266.390	\$3.266.390	\$3.266.390	\$3.266.390	\$3.266.390	\$3.266.390	\$39.196.678

Tabla 13. Gastos de producción primer año.

Gastos de Producción	2018	2019	2020	2021	2022
Materias Primas e Insumos	\$15.298.500	\$16.063.425	\$17.669.768	\$19.436.744	\$21.380.419
Mano de Obra	\$14.062.356	\$14.765.474	\$15.503.747	\$16.278.935	\$17.092.882
Cargas Sociales	\$5.624.942	\$5.906.190	\$6.201.499	\$6.511.574	\$6.837.153
Electricidad y Gas	\$1.320.000	\$1.386.000	\$1.455.300	\$1.528.065	\$1.604.468
Mantenimiento	\$600.000	\$630.000	\$661.500	\$694.575	\$729.304
Seguros	\$1.440.000	\$1.483.200	\$1.527.696	\$1.573.527	\$1.620.733
Varios	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	\$0				
	\$0				
Amortización Bienes de Uso	\$850.880	\$850.880	\$795.980	\$795.980	\$70.980
Total Gastos de Producción	\$39.196.678	\$41.085.168	\$43.815.490	\$46.819.400	\$49.335.938

Tabla 14. Gastos de producción proyectados.

Otros Gastos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Sueldos de Administración	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$12.000.000
Sueldos Comerciales	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$2.880.000
Cargas Sociales	\$248.000	\$248.000	\$248.000	\$248.000	\$248.000	\$248.000	\$248.000	\$248.000	\$248.000	\$248.000	\$248.000	\$248.000	\$2.976.000
Publicidad	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$1.800.000
Fletes	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Impuestos y tasas	\$39.046	\$39.046	\$39.046	\$39.046	\$39.046	\$39.046	\$39.046	\$39.046	\$39.046	\$39.046	\$39.046	\$39.046	\$468.555
Varios	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$20.000	\$240.000
Arriendo	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$450.000	\$5.400.000
Bodegaje	\$55.000	\$100.000	\$135.000	\$160.000	\$175.000	\$180.000	\$175.000	\$160.000	\$135.000	\$100.000	\$55.000	\$0	\$1.430.000
													\$0
Total Otros Gastos	\$2.202.046	\$2.247.046	\$2.282.046	\$2.307.046	\$2.322.046	\$2.327.046	\$2.322.046	\$2.307.046	\$2.282.046	\$2.247.046	\$2.202.046	\$2.147.046	\$27.194.555

Tabla 15. Otros Gastos primer año.

Otros Gastos	2018	2019	2020	2021	2022
Sueldos de Administración	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000	\$12.000.000
Sueldos Comerciales	\$2.880.000	\$3.024.000	\$3.175.200	\$3.333.960	\$3.500.658
Cargas Sociales	\$2.976.000	\$2.976.000	\$2.976.000	\$2.976.000	\$2.976.000
Publicidad	\$1.800.000	\$1.854.000	\$1.909.620	\$1.966.909	\$2.025.916
Fletes	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Impuestos y tasas	\$468.555	\$477.926	\$487.485	\$497.234	\$507.179
Varios	\$240.000	\$242.400	\$244.824	\$247.272	\$249.745
Arriendo	\$5.400.000	\$5.670.000	\$5.953.500	\$6.251.175	\$6.563.734
Bodegaje	\$1.430.000	\$1.501.500	\$1.576.575	\$1.655.404	\$1.738.174
	\$0				
Total Gastos de Producción	\$27.194.555	\$27.745.826	\$28.323.204	\$28.927.954	\$29.561.406

Tabla 16. Otros gastos proyectados.

7.3. Ingresos y proyecciones de ventas

#	Ventas en Unidades Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
1	Sillas	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40	42	372

Tabla 17. Proyecciones de ventas primer año.

#	Ventas en Unidades	2018	2019	2020	2021	2022
1	Sillas	372	391	430	473	520

Tabla 18. Proyecciones de ventas 5 años.

7.4. Flujo de caja

Flujo de Fondos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
Ingresos por Ventas	3.280.000	3.608.000	3.936.000	4.264.000	4.592.000	4.920.000	5.248.000	5.576.000	5.904.000	6.232.000	6.560.000	6.888.000	61.008.000
Egresos por Compras M.P.	318.719	637.438	956.156	1.274.875	1.274.875	1.274.875	1.274.875	1.274.875	1.274.875	1.274.875	1.274.875	1.274.875	13.386.188
Sueldos y Cargas													
Producción		1.171.863	1.171.863	1.171.863	1.171.863	1.171.863	1.171.863	1.171.863	1.171.863	1.171.863	1.171.863	1.171.863	12.890.493
Administración		1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	11.000.000
Comerciales		240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	2.640.000
Cargas Soc. Producción		468.745	468.745	468.745	468.745	468.745	468.745	468.745	468.745	468.745	468.745	468.745	5.156.197
Cargas Soc. Adm. Y Ventas		248.000	248.000	248.000	248.000	248.000	248.000	248.000	248.000	248.000	248.000	248.000	2.728.000
Subtotal Sueldos y Cargas	0	3.128.608	3.128.608	3.128.608	3.128.608	3.128.608	3.128.608	3.128.608	3.128.608	3.128.608	3.128.608	3.128.608	34.414.690
Otros Gastos de Producción	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	280.000	3.360.000
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	714.046	759.046	794.046	819.046	834.046	839.046	834.046	819.046	794.046	759.046	714.046	659.046	9.338.555
Total Egresos Operativos	1.312.765	4.805.092	5.158.811	5.502.529	5.517.529	5.522.529	5.517.529	5.502.529	5.477.529	5.442.529	5.397.529	5.342.529	60.499.433
Diferencia Operativa	1.967.235	-1.197.092	-1.222.811	-1.238.529	-925.529	-602.529	-269.529	73.471	426.471	789.471	1.162.471	1.545.471	508.567
Inversiones	3.587.200												3.587.200
Flujo Financiero													
Prestamo	0												0
Devolución del Prestamo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Flujo Financiero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Diferencia Ingresos - Egresos	-1.619.965	-1.197.092	-1.222.811	-1.238.529	-925.529	-602.529	-269.529	73.471	426.471	789.471	1.162.471	1.545.471	-3.078.633
Aporte del Emprendedor	4.000.000												
Flujo de Fondos	2.380.035	1.182.943	-39.868	-1.278.397	-2.203.927	-2.806.456	-3.075.985	-3.002.515	-2.576.044	-1.786.574	-624.103	921.367	

Tabla 19. Flujo de Caja primer año.

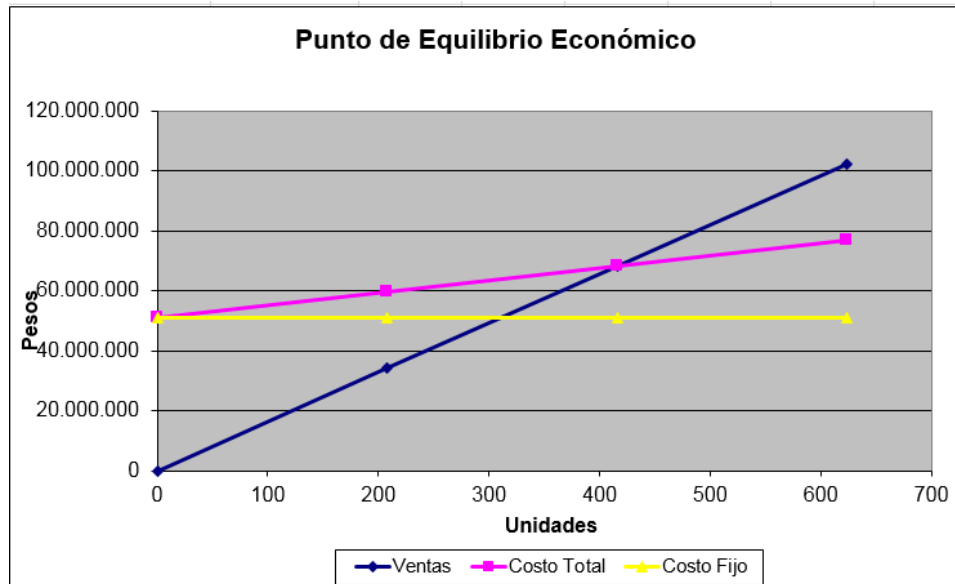
Flujo de Fondos	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos por Ventas	61.008.000	64.058.400	70.464.240	77.510.664	85.261.730
Egresos por Compras M.P.	13.386.188	17.975.738	17.669.768	19.436.744	21.380.419
Sueldos y Cargas	34.414.690	38.671.663	39.856.446	41.100.469	42.406.692
Otros Gastos de Producción	3.360.000	3.499.200	3.644.496	3.796.167	3.954.505
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	9.338.555	9.745.826	10.172.004	10.617.994	11.084.748
Impuesto a las Ganancias		0	0	0	528.993
Total Egresos Operativos	60.499.433	69.892.427	71.342.714	74.951.374	79.355.356
Diferencia Operativa	508.567	-5.834.027	-878.474	2.559.290	5.906.374
Inversiones	3.587.200				
Flujo Financiero					
Prestamo	0				
Devolución del Prestamo	0	0	0	0	0
Total Flujo Financiero	0	0	0	0	0
Diferencia Ingresos - Egresos	-3.078.633	-5.834.027	-878.474	2.559.290	5.906.374
Aporte del Emprendedor	4.000.000				
Flujo de Fondos	921.367	-4.912.660	-5.791.133	-2.353.369	115.241

Tabla 20. Flujo de caja 5 años.

7.5. Indicadores financieros

Equilibrio Unidades	416
Equilibrio en Pesos	\$68.192.946

Tabla No 21. Punto de equilibrio.



Grafica 13 Punto de equilibrio

8. Plan Operativo

8.1. Cronograma de actividades

Actividad	Inicio	Final	Ag o 1 /20 17	Ago. 15/20 17	Sep. 1/20 17	Sep. 15/20 17	Oct. 1/20 17	Oct. 15/20 17	Nov. 1/20 17	Nov. 15/20 17	Dic. 1/20 17	Dic. 15/20 17	Ene 1 /20 18	Ene 15/20 18
Configuración de la idea de negocio	01/08/2017	30/08/2017												
Construcción del equipo de trabajo	15/07/2017	30/08/2017												
Planteamiento del problema	01/09/2017	14/09/2017												
Investigación del problema	15/09/2017	14/10/2017												
Estudio de mercado	15/10/2017	31/10/2017												
Estudio técnico	15/10/2017	31/10/2017												
Estudio organizacional	15/10/2017	31/10/2017												
Estudio financiero	15/10/2017	14/11/2017												
Desarrollo del plan operativo	01/11/2017	30/11/2017												
Compra de bienes	01/12/2017	15/12/2017												
Contratación de personal	01/12/2017	15/12/2017												
Proceso de publicidad	01/12/2017	31/12/2017												
Inicio de producción	01/01/2018	31/01/2018												

Tabla 21 Cronograma de actividades. Diagrama de Gannt

9. Impactos

Medio de impacto	Objetivo	PROBABILIDAD	CALIFICACIÓN
ECONÓMICO	Sostenibilidad económica	Positiva	Alta
	Rentabilidad	Moderada	Media
	Proveedores	Compatible	Alta
	Competitividad	Moderada	Baja
SOCIAL	Generación de empleo	Positiva	Alta
	Desarrollo sostenible	Compatible	Alta
	Aceptación del producto	Moderada	Media
	Sustentabilidad	Compatible	Baja
AMBIENTAL	Concientización ambiental	Positiva	Alta
	Reciclaje	Positiva	Alta
	Transformación	Moderada	Media
	Contaminación Aire	Insignificante	Baja
	Ruido	Insignificante	Baja
	Reducción contaminación	Positiva	Alta
	Desperdicio de agua	Insignificante	Baja

Tabla 22. Impactos del proyecto. Elaboración Propia

9.1. Impacto Económico

Esta transformación productiva, donde el impacto negativo disminuye gracias al reciclaje y transformación de cartón, permite el fortalecimiento del sector y empieza a descubrir un mercado potencial, dado el alto nivel de sostenibilidad económica.

INDUSTRIAS BIOMUEBLES S.A.S., es un proyecto rentable, dado que en sus indicadores evidencia la solvencia, traducido esto nos indica, que el proyecto obtendrá mayor crecimiento y capacidad para fortalecer las cadenas del valor y sus productos, este proceso fortalecerá la creación de empleo, diversificación de proveedores y mayor generación de aliados estratégicos, todo esto para dar mayor valor a nuestro indicador nacional como es el PIB. Este proyecto busca generar oportunidades para generar valor y tener la capacidad de ser más competitivo en el mundo empresarial,

9.2. Impacto Social

INDUSTRIAS BIOMUEBLES S.A.S., es un proyecto creado por emprendedores, el cual contribuye a la generación de empleo partiendo desde los conceptos de las sustentabilidad y la

sostenibilidad para que las familias logren equidad económica. Este empoderamiento permite que sea mayor el compromiso de responsabilidad y los impactos sociales facilitan el reconocimiento de los entornos hacia el proyecto.

Este impacto va de la mano con el cumplimiento legal y normativo vigente, iniciando con el registro en la Cámara de Comercio, en aras de formalizar la actividad, esta formalización permite mayor compromiso, mejor participación y un contante acompañamiento a las políticas para las mejoras de los procesos y el mismo sistema empresarial brindando mayor agrado hacia la responsabilidad ambiental.

9.3. Impacto Ambiental

El generar una cultura que apoya y masifica las actividades de reciclaje, de entrada, ya es un impacto positivo para la protección del medio ambiente. El factor común de las empresas hoy en día, es el cuidado del medio ambiente mediante la adopción de estrategias que promuevan los buenos usos de materiales reciclables.

INDUSTRIAS BIOMUEBLES S.A.S., implementa y fomenta las estrategias, en aras de promover el cuidado ambiental, mediante el material reciclado y su respectiva transformación. Estas estrategias están orientadas a apoyar campañas y programas ambientales, enfocadas a la concientización y capacitación de manejo de material reciclado para disminuir progresivamente la contaminación.

Conclusiones

INDUSTRIAS BIOMUEBLES S.A.S., es una empresa que ha logrado involucrar el proceso empresarial con el desarrollo de actividades de alto impacto como el uso de material reciclado en implementos útiles para el hogar como las sillas.

Por su compromiso con el medio ambiente y capacidad de generar valor, BIOMUEBLES tiene una fuerte proyección y viabilidad empresarial, dada la alta responsabilidad con el sector productivo y como la adopción de estrategias innovadoras, han facilitado el posicionamiento en el sector y marca la diferencias ante la competencia.

La inclusión de las familias, mediante la empleabilidad genera ese compromiso y responsabilidad con la empresa, pues por medio de la capacitación y empoderamiento se logra mayor equidad y sentido de pertenencia hacia la empresa.

Perfil de los emprendedores

- Luis Alejandro Rodríguez González, estudiante de Decimo Semestre de Administración de Empresas, Auditor Interno de Calidad Normas ISO: 9001:2008, Sistema de Gestión de Calidad GP 1000: 2009 - NTCGP 1000:2009 y MECI 1000:2005. Con experiencia en el sector público, con entidades territoriales, liderando proyectos de inversión turística y de Desarrollo Económico, fortalecimiento empresarial y capacitación en innovación y emprendimiento al sector turístico y artesanal, procesos de auditoría de gestión y acompañamiento a normatividad aplicable en función pública. Experiencia en empresa privada del sector de la construcción y floricultor.
- José Luis Díaz Barrios, estudiante de décimo semestre de Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios y de sexto semestre de derecho en la Universidad Nacional de Colombia en Sede Bogotá. Técnico Profesional en Manejo de Microcrédito de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. Se desempeña actualmente como Gerente General de un negocio familiar que se dedica a la construcción de viviendas en la sabana cundi-boyacense. Destacado por sus excelentes resultados en pruebas de estado posicionándose como el mejor ICFES de su promoción y como el mejor puntaje de acceso a la Universidad Nacional para su programa.
- Juli Johanna Lobatón Bermúdez. Administradora en formación, con más de cuatro años de experiencia, crecimiento y desempeño en el campo de la salud, criterio y decisión para desarrollar procesos, dominio en herramientas tecnológicas para ambientes laborales. Con deseos de crecer en el ámbito personal y profesional; además se caracteriza por ser una persona activa, constante en lo que emprende y lo que aprende. Con alto sentido de responsabilidad, calidad y honestidad lo que la lleva a un constante aprendizaje y por ende a realizar de manera óptima las labores asignadas.

Cibergrafía

Almacenes Alkosto. (2018). *Quienes somos*. Recuperado el 2018, de <http://www.alkosto.com/quienes-somos>

Caliz Sequea, A. J. (09 de 05 de 2015). *Mapas de aprovisionamiento logístico*. Recuperado el 2018, de <https://es.slideshare.net/albeiro1983/mapas-de-subprocesos-y-procesos-del-aprovisionamiento-produccion-y-distribucion-logistica>

DANE. (2018). *DANE, Información estratégica*. Recuperado el 2018, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Falabella. (2018). *Falabella, quienes somos*. Recuperado el 2018, de <https://www.falabella.com.co/falabella-co/category/cat111319/Nuestra-empresa>

Home Sentry. (2018). *Home Sentry, quienes somos*. Recuperado el 2018, de <https://www.homesentry.co/compania/quienes-somos/>

Homecenter. (2018). *Homecenter, quienes somos*. Recuperado el 2018, de <http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/mashomecenter/nuestra-empresa>

Secretaría Distrital de planeación. (2014). *Boletín 69- proyecciones de población por localidades Bogotá 2016-2020*. Recuperado el 2018, de <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/Bogot%E1%20Ciudad%20de%20Estad%EDsticas/2014/Bolet%EDn69.pdf>

Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (04 de 06 de 2004). *Régimen legal de Bogotá D.C.* Recuperado el 2018, de Decreto 1788 de 2004 Nivel Nacional: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=13823>

Tugo. (2018). *Tugo.co*. Recuperado el 2018, de <http://www.tugo.co/>

Anexos

Formato encuesta aplicada.

Encuesta Industria Bio-Muebles S.A.S

A continuación, encontrará una serie de preguntas enfocadas a un estudio que pretende crear un nuevo producto en la ciudad de Bogotá , agradecemos su honestidad y tiempo.

1. ¿Le interesaría comprar muebles elaborados a base de cartón uh resistente? (si su respuesta es No, absténgase de seguir contestando el cuestionario)
 SI
 NO
2. ¿Conoce usted alguna empresa productora o comercializadora de muebles realizados en materiales reciclados?
 SI
 NO
3. ¿Qué tipo de muebles estaría dispuesto a comprar?
 Sillas
 Mesas Auxiliares
 Juego de sala
 Comedor
 Escritorio
4. ¿Por qué medio le gustaría adquirir estos muebles?
 Tienda o punto de venta
 Tienda virtual
 Otro
5. ¿Cree usted que dentro del próximo año compraría alguno de los muebles elaborados a base de cartón resistente?
 SI
 NO