

**SISTEMATIZACIÓN EMPRENDIMIENTO
PROPUESTA DE NEGOCIO
DISPOSITIVO PARA NO OLVIDAR SUS
OBJETOS PERSONALES
CONTROL B**

**JUAN ERNESTO VILLANUEVA TIMOTEL
CRISTIAN ANDRÉS MEDINA
SEBASTIÁN VILLAMIZAR AVELLA**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT**

2019

**SISTEMATIZACIÓN EMPRENDIMIENTO
PROPUESTA DE NEGOCIO
DISPOSITIVO PARA NO OLVIDAR SUS
OBJETOS PERSONALES
CONTROL B**

**JUAN ERNESTO VILLANUEVA TIMOTEL
CRISTIAN ANDRÉS MEDINA
SEBASTIÁN VILLAMIZAR AVELLA**

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

**TUTOR DEL PROYECTO:
DOCENTE
ALEX BELTRÁN**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT**

2019

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

DEDICATORIA

Es la oportunidad para expresar nuestro agradecimiento primero a Dios, por darnos la vida, la sabiduría, las capacidades y fuerzas necesarias para poder concluir esta etapa de formación académica.

A nuestra familia por brindarnos su apoyo, comprensión y paciencia durante este tiempo, y por creer en nosotros como profesionales.

A la coordinación del programa de Administración de empresas, Diego Cifuentes por su apoyo y gestión en cada uno de los procesos que nos permitieron terminar este ciclo académico.

A los Docentes del Programa Administración de Empresas y a los docentes Alex Beltrán, María Nela portillo y a Diego Castro por transmitirnos sus conocimientos y consejos, si no hubiese sido así, no hubiera sido posible culminar este proceso y formarnos profesionales integrales.

RESUMEN

A lo largo de este trabajo se mostrara el plan de negocio para la creación de una nueva empresa llamada CONTROL - B, que tiene como objetivo principal el evitar la pérdida de bienes importantes para los clientes.

CONTROL-B nació a partir de una experiencia personal, en la que esta se volvió parte del día a día, ya sea por descuido o por falta de concentración se extraviaban objetos personales, especialmente las llaves, todos estos factores incidieron a la creación de una idea tangible. A partir de este momento nos imaginamos la construcción de un dispositivo manual que facilitara la búsqueda de dicho objeto y además de esto ayudar a prevenir su pérdida, dándole un valor agregado con el fin de mejorar la calidad de vida propia de las personas. Se crea para cubrir una necesidad común de pérdida de objetos y de tiempos, los cuales lleva a las personas al estrés, y este a su vez los conlleva a contraer enfermedades en la piel, que ocasiona descamaciones, pigmentaciones, resequedad y picazón. En casos más graves presenta sudoración excesiva, uñas quebradizas etc.

Palabras clave: Manilla bluetooth, proyecto productivo, plan de negocios, análisis de mercado, propuesta de empresa, modulo operativo, desarrollo empresarial.

ABSTRACT

Throughout this work we will show the business plan for the creation of a new company called CONTROL - B, whose main objective is to avoid the loss of important goods for customers.

CONTROL-B was born from a personal experience, in which it became part of everyday life, whether due to carelessness or lack of concentration, personal objects were lost, especially the keys, all these factors influenced the creation of a tangible idea. From this moment we imagine the construction of a manual device that will facilitate the search for this object and in addition to this help to prevent its loss, giving it an added value in order to improve people's own quality of life. It is created to cover a common need for loss of objects and time, which leads people to stress, and this in turn leads to skin diseases, which causes peeling, pigmentation, dryness and itching. In more severe cases, you have excessive sweating, brittle nails, etc.

Key words: Bluetooth handle, productive project, business plan, market analysis, company proposal, operating module, business development.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	11
1. ANTECEDENTES Y MARCOS REFERENCIALES	12
1.1 Marco Contextual	12
1.1.1 Análisis del Sector.	12
1.1.2 Marketing Mix.	13
1.2 Marco Teórico.....	14
2. MANUAL PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS PRODUCTIVOS SOSTENIBLES	16
2.1 Identificación de población beneficiaria.....	16
2.2 Evaluación de proyectos Urbina Gabriel	17
3. ANALISIS DE MERCADEO	19
3.1 Análisis Pestal.....	19
3.2 Análisis de la comercialización	21
3.3 Análisis Técnico	22
3.4 Análisis Administrativo: En este análisis es fundamental tener en cuenta:.....	26
3.5 Análisis Técnico y Operativo: En este análisis es fundamental tener en cuenta:	26
3.6 Análisis de las facilidades con relación a las instalaciones físicas	27
3.7 Análisis del Mercado: En este análisis es fundamental tener en cuenta	27
4. MARCO REFERENCIAL.....	32
4.1 Marco legal	32

4.3.1 La normatividad es la siguiente	32
5. IDENTIFICACIÓN DE ACTORES INVOLUCRADOS Y PARTICIPANTES.....	48
5.1 Análisis de Sector	48
5.2 Matriz de planeación.....	50
6. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	52
6.1 Proyección de Ventas de Control-b en Cinco Años	57
6.2 Modulo Operativo.....	58
6.3 Modulo Organizacional	59
6.3.1 Organigrama	59
6.3.2 Perfil del Cargo.....	60
7. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	62
7.1 Primaria.....	62
7.2 Secundaria.....	62
7.3 Fases.....	62
7.4 Modelo de Desarrollo	64
7.5 Resultados	65
7.6 Encuesta.....	69
7.7 Reconstrucción de la Experiencia.....	71
8. BIBLIOGRAFÍA	78
9. ANEXOS.....	80

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Perfil del cliente y/o Consumidor	49
Tabla 2. Identificación de necesidades de inversión.....	50
Tabla 3. Proyección de Ventas.....	57
Tabla 4. Análisis Competencia	65
Tabla 5. Alternativa solución.....	66
Tabla 6. Estrategia de promoción	67
Tabla 7. Estrategia de comunicación	68
Tabla 8. Estrategia de Distribución.....	68

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Población de referencia	15
Figura 2. Análisis de Mercado	19
Figura 3. Detalles Técnicas de la infraestructura	22
Figura 4. Partes que conforman un estudio técnico	23
Figura 5. Diagrama de Flujo.	51
Figura 6. Organigrama	59
Figura 7. Modelo de desarrollo	64
Figura 8. Objeto personal que más le dificulta localizar	69
Figura 9. Frecuencia con que pierde ese objeto en la semana	70
Figura 10. Frecuencia con que pierde ese objeto en la semana	70
Figura 11. Diseño que desearía comprar el objeto localizador	71
Figura 12. Dinero que puede pagar por este objeto localizador	71

INTRODUCCIÓN

La siguiente sistematización está diseñada y basada en la creación de una manilla que está conectada vía bluetooth a un llavero, por lo cual su función principal es la prevención de la pérdida de objetos personales, esta idea se realiza con el fin de mejorar la calidad de vida, este problema puede ser causado, ya sea, por sobre carga laboral, estudiantil o simplemente por descuido, los cuales en ocasiones causan emociones que atraen enfermedades.

Mostraremos un modelo de negocio basado y desarrollado con el centro progresiva entidad perteneciente a la universidad minuto de Dios, la estrategia de mercado, presupuesto de marketing, aprovisionamiento, proyección de ventas y nuestra política de cartera, nuestro módulo de operación, como la ficha técnica del producto y su diagrama de flujo.

También hablaremos de nuestra estructura organizacional y como nos constituiremos como una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S) y costo que tendrá, por último mostraremos nuestros estados financieros, seguido de las conclusiones.

1. ANTECEDENTES Y MARCOS REFERENCIALES

1.1 Marco Contextual

El Municipio de la ciudad de Girardot se encuentra ubicado al sur occidente del Departamento de Cundinamarca sobre la Región del Alto Magdalena, está inmerso en un valle inter cordillerano estrecho entre la Cordillera Oriental y la Central, cuya máxima anchura no sobrepasa los 40 kilómetros.

En su extremo sur la ciudad de Girardot está a 289 metros sobre el nivel del mar pero puede llegar hasta las 600 a 800 metros. Sobre el nivel en las partes más altas que corresponde a las cuchillas de la Culebra y el Espino en la Cordillera Alonso Vera.

El municipio cuenta con una extensión de 138km², con 2046 hectáreas que corresponden a toda el área urbana, esta se encuentra dividida en cinco comunas, reagrupando 148 barrios. Teniendo como área de extensión 161 hectáreas distribuidas en tres sectores, el sector Norte con 102 hectáreas, el Centro-Occidente con 51 hectáreas y el Sur Occidente con 8 hectáreas.

El área rural cuenta con una extensión de 10.779 hectáreas, donde se identifican dos corregimientos y once veredas: San Lorenzo con 5 veredas y Barzalosa con 6 veredas.

La ciudad de Girardot es el punto de inicio en el desarrollo de este proyecto.

1.1.1 Análisis del Sector. Podemos decir, que el sector al que pertenecemos es el cuaternario o terciario avanzado, aquí se desarrollan actividades que necesitan un mayor grado

de cualificación, relacionados con la creación y difusión de información para una sociedad avanzada. Así mismo relacionada con el ocio y las sofisticaciones tecnológicas.

El comportamiento del sector de los últimos años es muy activo, ya que cada día el mundo está siendo obligado a avanzar y la competencia para satisfacer las necesidades aparece constantemente.

Las tendencias de las nuevas generaciones están dando cambios a la estrategia comercial de las nuevas marcas.

“La generación Y, conocida como la generación del Milenio o simplemente millennials, está formada por jóvenes de 20 a 35 años, nacidos entre las décadas de los 80 y los 90, y constituye una generación de profesionales con paradigmas propios de padres y madres, posterior a la generación X. Aunque sus peculiaridades varían, según la región y las condiciones socioeconómicas, se caracterizan por el uso cotidiano de las redes sociales y su familiaridad con la comunicación, los medios y la tecnología digital” (Grupo Carvajal, 2001-2018)

1.1.2 Marketing Mix. En la actualidad podemos ver que la tecnología ha avanzado de manera muy rápida y eficiente, por tal motivo que las empresas y organizaciones han cambiado sus estrategias de mercado, y apuntan a que con tan solo un click en nuestra computadora o celular podemos hacer distintas compras de cualquiera de los productos o servicios que queramos obtener. A esto le llamamos omnicanalidad, el servicio innovador que nos brinda la tecnología, y por eso el marketing 4.0 es la nueva rutina tomada por las empresas y multinacionales, para así mismo llegar a nuestro cliente de manera más concreta, precisa y fácil de usar, a partir de esto les brindaremos más confianza y seguridad. De acuerdo con esta nueva estrategia hemos realizado una investigación y análisis por el cual nos enfocaremos con esta

nueva herramienta, por consiguiente, nuestra presentación y ventas de nuestro producto van a hacer online y de manera más eficiente para llegar a nuestros clientes.

1.2 Marco Teórico

Este análisis muestra las diferentes fases, por el cual, ha pasado el proyecto Control B, empezando por el origen de la idea del producto, el cual, está dispuesto a satisfacer una necesidad específica de potenciales consumidores y va ligada al descuido de sus objetos personales, la idea se desarrolló mediante la carrera cursada de administración de empresas, entonces nuestra idea fue tomando forma y adquiriendo nuevo conocimiento para llevar a la práctica como lo es; el producto final que quiere el consumidor, la segmentación de mercado, un análisis de la competencia y como poder atacar sus puntos débiles con un valor agregado, planear un modelo de negocios, bajo la metodología **SMART**, la captación de clientes como **el Marketing 4.0**, y lo más importante el levantamiento del capital.

La creación que originó nuestro proyecto, sustentado en las propuestas de **Josep A Schumpeter**, el cual, introdujo el Desarrollo económico en dos conceptos que han tenido un enorme impacto en los desarrollos posteriores de este tema: **la innovación** como causa del Desarrollo y el **empresario innovador** como propiciador de los procesos de innovación, mostrando la importancia que es la innovación y, también considerar que la innovación y los desarrollos tecnológicos son el motor fundamental del desarrollo económico y del bienestar social.



Figura 1. Población de referencia

Fuente. Propia

Otra de las fases, fue la de creación de un modelo de negocios, basados en **Ash Maurya** quien ideó la herramienta; **el modelo Lean Canvas**, basado en un lienzo en una hoja donde se divide en nueve partes, nos propone una estructura donde por un lado tenemos el **mercado**, la parte más complicada de gestionar, y por otro lado tenemos nuestra **empresa**, que está encargada del entorno, procesos y sus activos.

Por último, relacionamos todo lo anterior y lo adaptamos a el modelo de negocio de Centro progesa EPE y su metodología **Smart**, también incluyéndole las teorías **motivacionales** de **David McClelland**.

2. MANUAL PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS PRODUCTIVOS SOSTENIBLES

2.1 Identificación de población beneficiaria

Para lograr la identificación de la población beneficiaria primero se debe de identificar, caracterizar y cuantificar la "población objetivo", delimitarla en una referencia geográfica, estimar su evolución para los próximos años y definir, en calidad y cantidad, los bienes o servicios necesarios para atenderla. Es el primer paso que nos permite conocer la demanda que va a lograr alcanzar el proyecto.

En el proceso del análisis para la determinación de la demanda social según el ingeniero Ricardo Müller Eguren, podemos identificar, de mayor a menor, tres tipos de poblaciones, la población principal para el desarrollo y la implementación de la empresa Control B es la:

- Población objetivo: Es aquella parte de la población afectada a la que el proyecto, una vez examinados los criterios y restricciones, está en condiciones reales de atender. Son aquellas personas que percibirán algún servicio y/o producto del proyecto. Se deberá considerar al jefe de familia como beneficiario directo y solo en casos debidamente justificados se podrá considerar a más de un miembro por familia como beneficiarios del proyecto.

Identificada la población objetivo o beneficiaria del proyecto, habrá que cuantificarla y describir sus características actuales específicas, indicando su ubicación, disponibilidad de recursos productivos, los principales productos que produce, su productividad, sus ingresos por la actividad promovida y sus otros ingresos, entre otras variables.

(Manual para la presentación de proyectos productivos sostenibles)

2.2 Evaluación de proyectos Urbina Gabriel

A continuación se presentaran algunas de las teorías que permitirá el desarrollo de este proyecto: Dentro de las cuales están las que propone el Dr. Gabriel Baca Urbina en su libro Evaluación de Proyectos, quinta edición 2006

Para la realización de un proyecto de inversión es necesario conocer su rentabilidad económica y social.

Para la evaluación de proyectos como un proceso y sus alcances se distinguen tres niveles de profundidad; el más simple se le conoce como perfil, gran visión o identificación de la idea el cual se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia. En términos monetarios solo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos, sin entrar a investigaciones de terreno. El siguiente nivel se denomina estudio de pre factibilidad o el anteproyecto.

Este estudio profundiza la investigación en diferentes fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleara en el desarrollo del proyecto, además determina los costos totales, y la rentabilidad económica del proyecto, y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión. El nivel final es conocido como proyecto definitivo. Contiene básicamente toda la información del anteproyecto, pero aquí no solo tratados los puntos finos. Aquí no solo deben presentarse los canales de comercialización más adecuados para el producto sino que además se debe de presentar planos arquitectónicos de la construcción, etc. La inversión presentada en el proyecto definitivo no debe alterar la decisión tomada respecto a la inversión, siempre que los cálculos hecho es del anteproyecto sean confiables y hayan sido bien evaluados.

Ahora se analizara las diferentes teorías existentes para la realización

- Análisis de mercado
- Análisis modelo centro progreso
- Análisis económico financiero
- Análisis socioeconómico

3. ANALISIS DE MERCADEO

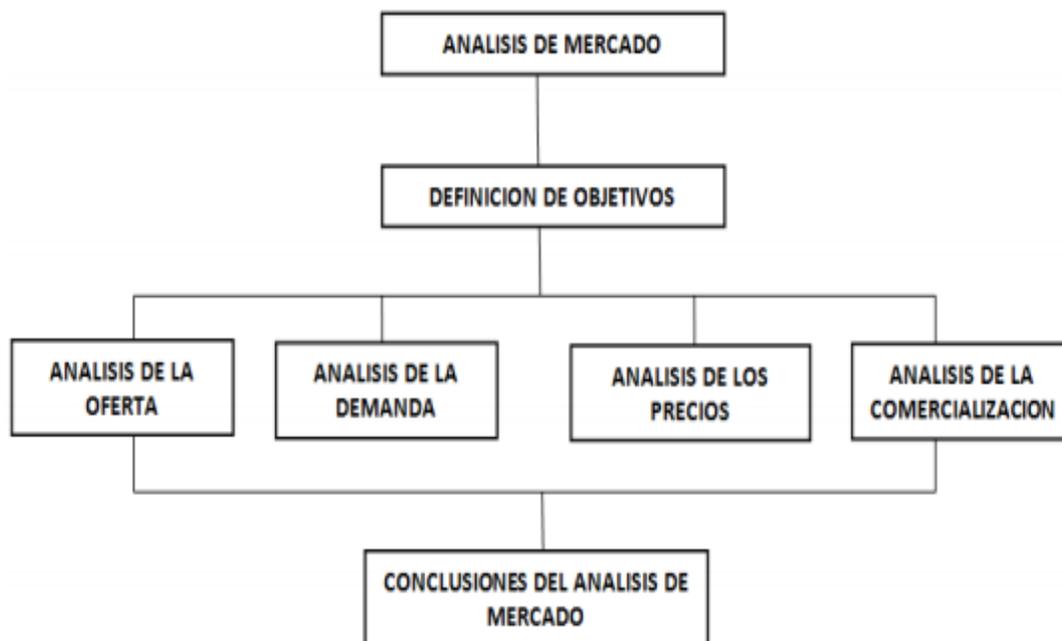


Figura 2. Análisis de Mercado

Fuente: Baca, U. G. (2005). Evaluación de proyectos. McGraww Quinta edición.

3.1 Análisis Pestal

Básicamente lo que se va a encontrar en este análisis, es como afecta nuestro producto en el mercado a nivel global, llegando así a una conclusión, si debe de ser implementado o tal vez deba de tener algún tipo de mejoramiento. También saber cuáles son sus debilidades y observar mediante el mismo, los tipo de fortalezas que puede tener.

Político

- Implementación de nueva reforma tributaria.
- Diferentes decisiones del actual presidente.
- Elecciones regionales en Girardot.

Económico

- Aumento de impuestos cambia el mercado.
- Crecimiento económico solo fue de 3%.
- Tasa de desempleo disminuye.

Social

- Disminución de inversión en nuevos proyectos.
- Girardot más reconocida turísticamente que los años pasados.
- Cultura ciudadana en aumento.

Tecnológico

- Era de redes sociales aumenta comercialización.
- Industrias enfocadas en era tecnológica.
- Puesto en marcha el desarrollo de nuevos productos.

Ambiental

- Ser amigables con el medio ambiente,
- Reciclando algunos materiales.

Legal

- Indicación de garantía legal (cambio o sustitución en caso de fallos)
- Código de comercio y leyes mercantiles
- Normas internacionales de calidad – ISO
- Patentar los productos en la superintendencia de industria y comercio.

3.2 Análisis de la comercialización

La comercialización es toda actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor final con los beneficios de tiempo y lugar una vez haya sido planificado un establecimiento, el proceso tiene que ser llevado adelante conjuntamente tanto por el comprador como por el vendedor. Mediante la promoción, los clientes tienen conocimiento del establecimiento, se deciden a visitarlo y quedan convencidos para volver. La promoción está relacionada con el producto. Este producto constituye un paquete de oferta, e incluye algunos de los siguientes conceptos:

- La imagen del establecimiento
- La calidad del producto y del servicio
- El estilo del funcionamiento y del personal
- Los precios cobrados
- El ambiente, las instalaciones y los servicios

El objetivo de la comercialización es vender más y dar confianza a los clientes sobre la calidad de lo que se les ofrece: un ejemplo claro es la calidad del el producto final, el diseño del producto y la persuasión a los clientes para que vuelvan al establecimiento, la comercialización es el arte de

exhibir los productos de forma atrayente para promover las ventas. Las redes sociales son muy importantes herramientas de comercialización y deberán ocupar un puesto importante en las estrategias de comercialización

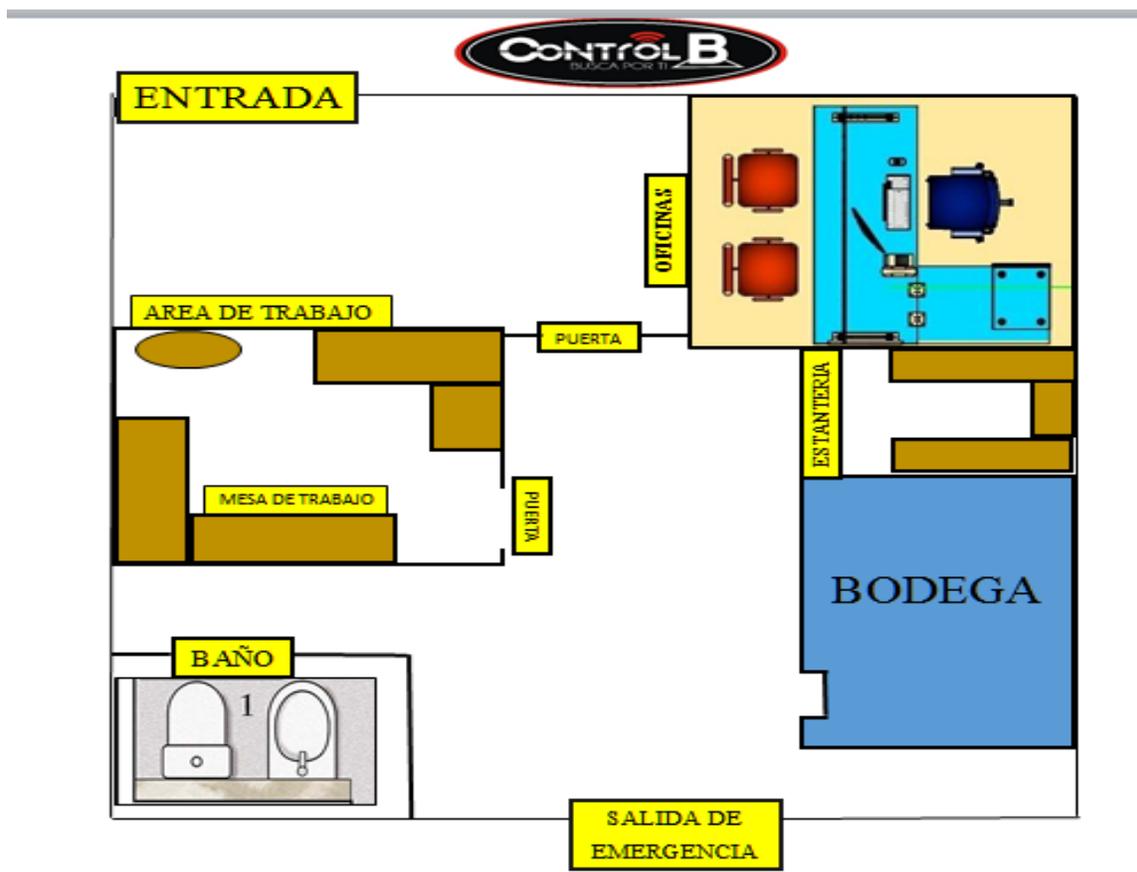


Figura 3. Detalles Técnicos de la infraestructura

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018//Tablas Elaboración propia/

3.3 Análisis Técnico

Con este análisis se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto

comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad del propio proyecto. Las partes que conforman el estudio técnico se muestra a continuación.

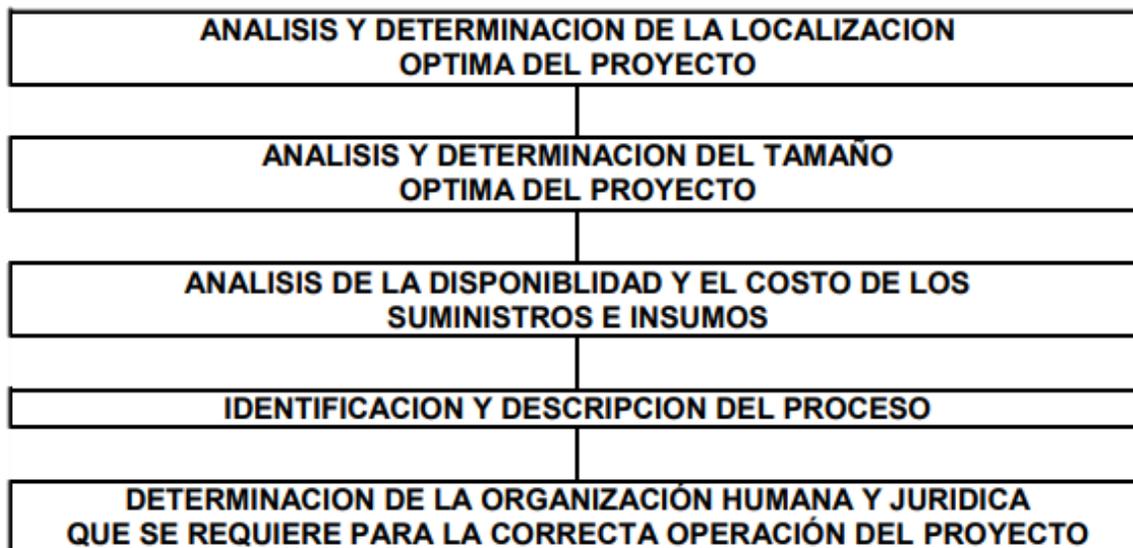


Figura 4. Partes que conforman un estudio técnico

Fuente: Evaluación de proyectos

¿Qué es un plan de negocios?

Según el sitio web My Own Business desde un punto de vista objetivo un plan de negocios es un documento escrito en donde se consigna toda la información relevante y de manera organizada y clara sobre un tema específico el cuál debiese permitir evaluar la factibilidad del negocio con la respectiva descripción del mismo, análisis de las perspectivas empresariales y con respuestas adecuadas en un momento específico. El plan de negocios desde el punto de vista subjetivo se puede entender como una herramienta de trabajo ya que a partir de la elaboración se tocan temas que permiten darle vida a la idea como tal.

Para todo empresario es muy indispensable y esencial el realizar un plan de negocios del proyecto que quiera desarrollar sin importar la magnitud del negocio y el tipo de organización que desee establecer en su localidad, ya sea una compañía unipersonal, alguna clase de sociedad o inclusive si va a ser una microempresa, una pyme o una gran empresa.

¿Para qué sirve el plan de negocios?

El plan de negocios tiene varias utilidades que justifican el porqué de la necesidad de ser realizado por parte del empresario, por lo que a continuación se destacan cada una de las razones que demuestran la importancia de realizar un plan de negocios y estas al ser tomadas en cuenta para el desarrollo del proyecto de Control B.

Estas razones serán divididas desde el punto de vista interno, la del empresario y desde el punto de vista externo.

Razones Internas

- Le da vida propia al proyecto.
- Permite evaluar la viabilidad del negocio.
- Permite definir y enfocar el objetivo principal del negocio haciendo uso de la información y del análisis.
- Determina variables críticas, sobre todo las más inestables y que son independientes al empresario como tal.
- Determina las variables que requieren control y supervisión permanente.
- Permite identificar puntos negativos que podrían afectar el desempeño del negocio.
- Permite evaluar diferentes escenarios y estrategias para la operación del proyecto.

- Permite explicar, justificar y evaluar la misión.
- Permite reducir los riesgos ya que se obtiene información necesaria e importante para ver

la viabilidad y sostenimiento del proyecto.

- Establece un plan estratégico a realizar.
- Establece unas metas que permite evaluar el desarrollo del plan estratégico.
- Es la primera herramienta de trabajo para el empresario.
- Permite analizar las soluciones a potenciales dificultades.
- Le permite al empresario empaparse de todas las facetas del negocio. Incluso genera que

el empresario se capacite en las áreas donde tiene mayor deficiencia.

- Establece objetivos de corto y largo plazo.
- Define los requerimientos de recursos de diferentes tipos. Aquí se tienen en cuenta el

tiempo y la forma como se consiguen.

- Muestra la capacidad empresarial del empresario.

Razones Externas

• Puede ser una herramienta que le permite al empresario vender su proyecto con el fin de financiarse a prestamistas, socios, inversionistas, bancos, etc.

- Ayuda a la consecución de proveedores y clientes.
- Permite conocer el entorno en donde se entrará a competir.

3.4 Análisis Administrativo: En este análisis es fundamental tener en cuenta:

Estructura del grupo empresarial

- Miembros del grupo empresarial.
- Condiciones Salariales.
- Política de distribución de utilidades.

Estructura del personal ejecutivo

- Personas que ocuparan los cargos.
- Políticas de administración de personal.

Estructura de la organización

- Organigrama
- Perfil del cargo
- Análisis Pestal
- Mecanismos de dirección y control.
- Alianzas estratégicas.

3.5 Análisis Técnico y Operativo: En este análisis es fundamental tener en cuenta:

Análisis del producto

- Etapas de investigación y desarrollo.
- Cronogramas de desarrollo.
- Condiciones de calidad.

3.6 Análisis de las facilidades con relación a las instalaciones físicas

- Ubicación de la oficina.
- Legislación local.
- Área requerida.

Los equipos

- Tipos y cantidad de equipos.
- Forma de adquisición de equipos.
- Personal necesario.
- Formas de operación.

Los sistemas de control

- Equipos de control de calidad.

3.7 Análisis del Mercado: En este análisis es fundamental tener en cuenta

Análisis del sector

- Estructura actual y perspectiva del sector en el que se va a entrar.
- Tendencias económicas, sociales y culturales que intervienen en el sector.

Análisis del mercado propiamente dicho

- Productos / servicios.
- Clientes.

- Competencia.
- Tamaño del mercado global.

Desarrollo del plan de mercadeo

- Estrategia de precios.
- Estrategia de ventas.
- Estrategia de promoción.
- Políticas de servicios.
- Tácticas de negociación.

Con las variables mencionadas anteriormente se busca desarrollar correctamente un proyecto productivo, y seguir una medida estándar establecida en el libro *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas* del autor Rodrigo Varela Villegas, al lograr presentar y desarrollar estos puntos se logra que el proyecto logre tener una estructura básica fuerte y estable logrando así que el proyecto logre establecerse correctamente.

Importación

No, se importara, pero en un futuro se podría pensar que si, ya que cada día se encarece los materiales debido a los incrementos de los impuestos, y para la empresa “control b”, lo más importante es la calidad de sus materias primas y la calidad de ellas, por eso motivo si se encuentra más factible encontrar materias primas de alta calidad a menor costos en otros países

sería ideal una estrategia de aprovisionamiento con estos proveedores externos , pero siempre cuando nos brinda calidad y menor costo.

Permiso y trámites de importación:

- *Con el Decreto Ley Marco 444 de 22 de marzo de 1967 complementado por los Decretos leyes 688 y 691 del mismo año, se conforma el Estatuto de Cambios Internacionales y de Comercio Exterior, el mismo establece la importación de toda clase de bienes requiere registro ante la Superintendencia de Comercio Exterior y licencia expedida por esta misma entidad, cuando se trata de mercancías que no sean de importación libre. (Ministerio de comercio, 2011)

- El registro de importación es un documento mediante el cual la Dirección General de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, otorga el permiso legal que autoriza a personas naturales o jurídicas, la importación de mercancías sometidas al régimen de libre que ingresan al Territorio Aduanero Nacional. (Ministerio de comercio, 2011)

Trámite

Diligenciar y radicar el formato para inscribirse como importador ante el Grupo Operativo en Bogotá o en las Direcciones Territoriales y Puntos de Atención. (Ministerio de comercio, 2011)

Consignar en cualquier oficina de BANCAFE en formato único de Cuenta Empresarial MINCOMEX-DGCE N° 010-99215-4, \$30.000, por cada formulario y reclamarlo en Bogotá o en las Direcciones Territoriales y Puntos de Atención (Ministerio de comercio, 2011)

Radical el formulario. La solicitud de importaciones por el régimen de libre importación en Bogotá, debe radicarse en la calle 28 No.13a-15 primer piso, Grupo Operativo de la Dirección General de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la de Licencia Previa en la ventanilla ubicada en la Calle 28 N° 13 A -15, primer piso. En el caso que el importador se encuentre en otra ciudad se radica en las Direcciones Territoriales y Grupos de Atención, tanto las solicitudes de Libre como las de Licencia Previa. (Ministerio de comercio, 2011)

Si el producto o productos amparados en la solicitud de importación requieren visto bueno del INVIMA, el importador debe consignar previamente la suma de \$22.133 indicando el código 4003, en BANCAFE en la cuenta N° 026-990101. Una vez radicada la solicitud en las oficinas de la DGCE es remitida a las Oficinas del INVIMA ubicadas en el Grupo Operativo para su estudio y posteriormente es evaluada por las respectivas Oficinas territoriales de la DGCE. (Ministerio de comercio, 2011)

MISIÒN

La misión de la empresa CONTROL-B es la de proporcionar soluciones prácticas por medio de una tecnología innovadora que está ligada a las necesidades de cualquier tipo de persona, como organización queremos ser reconocidos a nivel nacional como una herramienta de búsqueda creativa y eficaz que reduzca la pérdida de objetos personales.

VISION

La visión de CONTROL- B para el año 2023, es la de ser una empresa referente en el desarrollo de soluciones innovadoras para el monitoreo y rastreo de objetos personales, esta organización expandirá la comercialización de sus productos en tiendas de primer nivel de todo el país, convirtiéndose así en el líder nacional de la creación de herramientas de búsqueda moderna, abriendo con esto las puertas a futuro de mercados extranjeros.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 Marco legal

La creación de empresas y proyectos en Colombia en cuanto a emprendimiento empresarial y tecnológico; es una de las características fundamentales del desarrollo económico y social del país, en ese sentido, el Estado tiene un papel significativo con respecto al fomento y el incentivo del emprendimiento, pero que a su vez, está ligado a una combinación de leyes y decretos que están regidos por la constitución política de Colombia, aquí se plantea por medio de las leyes, brindar las garantías dignas para que los emprendedores por medio de sus proyectos faciliten el desarrollo del país.

1.3.1 La normatividad es la siguiente

LEY 29 DE 1990, por la cual se dictan disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico y se otorgan facultades extraordinarias.

DECRETO 393 DE 1991, por el cual se dictan normas sobre asociación para actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnologías.

DECRETO 585 DE 1991, por el cual se crea el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología, se reorganiza el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (Colciencias) y se dictan otras disposiciones.

LA LEY 550 DE 1999, que establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las

empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó LEY MIPYMES, posteriormente modificada por la **Ley 905 de 2004** y por la **Ley 1151 de 2007** por la cual se expide el **PLAN NACIONAL DE DESARROLLO**.

EL DECRETO 934 DE 2003, Por el cual se reglamenta el funcionamiento del FONDO EMPRENDER (FE). El artículo 40 de la Ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

LA LEY 905 DE 2004, Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

LA RESOLUCIÓN 470 DE 2005 de la Superintendencia Financiera, que permitió el establecimiento de Fondos de Capital Privado.

LA LEY 1014 DE 2006, Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de consolidar una cultura del emprendimiento en el país y crear redes de institucionales en torno a esta prioridad del Gobierno Nacional.

El DECRETO 4466 DE 2006, por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.

Aspectos Legales

Seremos una sociedad por acciones simplificada (S.A.S), constituida por la legislación colombiana con ley 1258 del 05 de diciembre del 2008, en la cual, se podrá establecer por varias personas naturales, donde se tendrá que hacer menos tramites, y se limitaran las responsabilidades, sin tener que acudir a las estructuras de la sociedad anónima, aquí nosotros seremos responsables hasta el monto de nuestros aportes.

Costos y Gastos Administrativos.

- La solicitud de PRE-RUT, es un trámite enteramente gratuito.
- Teniendo en cuenta que se desea constituir una compañía, tipo S.A.S, no es necesario que los estatutos consten en escritura pública, con lo que sólo deberá ser autenticada en la notaría más cercana. El valor de una autenticación es de \$3.450 por firma y huella.
- El registro de la empresa en cámara de comercio, genera un impuesto de registro con cuantía que corresponde al 0.7% sobre el valor del capital suscrito.
- Los derechos de inscripción corresponden a \$32.000 por el registro del documento.
- Si se vincula a los beneficios de la Ley 1429, el costo de la matrícula del primer año es gratuita
- El formulario de Registro Único Empresarial: \$4.000.

- La apertura de la cuenta en un banco, requisito fundamental para establecer el RUT como definitivo, no genera costos.
- Tanto para la entidad bancaria, como para la cámara de comercio es necesario contar con certificados originales de existencia y representación legal, el valor de éstos es de aproximadamente \$4.300.
- Los trámites ante la DIAN se atienden de forma gratuita.
- La inscripción de los libros obligatorios, que son, el libro de actas, y de accionistas tiene un costo de \$10.300 por cada libro que desee registrar sin importar el número de hojas.
- Certificado de bomberos con un costo de 83.000 pesos anuales.
- Permiso uso del suelo costo aproximado entre 30 y 40 mil pesos al día.

NORMATIVIDAD EMPRESARIAL

Capítulo I ASPECTO GENERAL

- **Artículo 1. Principios general de Control B**
- ✓ CONTROL-B promoverá el desarrollo tecnológico, organizado y aplicado, contando con personal calificado y con la mejor calidad en nuestros productos.
- **Artículo 2. Principios Corporativos de Proyecto control B**
- a) Responsabilidad social: Estamos comprometidos con el cambio social y económico de la región.
 - b) Servicio: Brindamos un servicio de alta calidad para cada una de las personas, logrando satisfacer necesidades.

- c) Innovación: Somos innovadores por la tecnología que usamos y la forma en que mostramos este producto (manilla).
- d) Calidad: Esta herramienta está sometido a diferentes pruebas que hace que sea un producto duradero y confiable.
- e) Responsabilidad: El equipo de trabajo está comprometido a ser cada vez mejor y brindar ayudas a la sociedad a través de este producto.

- **Artículo 3. Trabajadores**

Es el núcleo de la comunidad de la empresa, en el cual, se encargan tareas específicas y son retribuidos por la prestación de sus servicios y por lo tanto se encuentra subordinado a las órdenes de su jefe directo.

- **Artículo 4. Jefes**

Es una persona superior por sus estudios o experiencia en la empresa Control B, de un departamento, y es la persona que tiene la autoridad para dar órdenes a sus subordinados por situarse en un puesto de alto rango en la jerarquía.

Capítulo II DERECHOS Y DEBERES

- **Artículo 1. Derechos**

- a) Remuneración por prestación de servicio, y según lo celebrado en el contrato.
- b) Pago de seguridad social y salud según el código sustancial de trabajo.
- c) Derecho a descanso, en media jornada laboral, descanso obligatorio y vacaciones.
- d) Protección contra riesgos y accidentes
- e) Capacitación continua.

- **Artículo 2. Deberes**

- a) Cumplir las obligaciones concretas del puesto de trabajo conforme a los principios de la buena fe y diligencia.
- b) Cumplir las medidas de seguridad e higiene que se adopten.
- c) Cumplir las órdenes e instrucciones del empresario en el ejercicio de su función directiva.
- d) No realizar el mismo trabajo para otra empresa que desarrolle la misma actividad.
- e) Contribuir a mejorar la productividad.
- f) Los demás que se establezcan en el contrato de trabajo.

Capítulo III REGIMEN DICIPLINARIO

- **Artículo 1. Sujetos de la acción disciplinario**

El presente capítulo es aplicable a toda persona que esté en la calidad de trabajador, y por el cual presenta acciones en contra de la empresa o sus compañeros.

- **Artículo 2. Propósito de régimen disciplinario**

El propósito es que el trabajador ha de asumir su responsabilidad por sus actos. El presente se interpretara teniendo como modulador el principio precedente y los principios corporativos de Control B

- **Artículo 3. Faltas disciplinaria.**

En el contexto señalado en el artículo anterior, se considera como falta disciplinaria cualquiera de las siguientes conductas:

- a) Incumplir los deberes del trabajador consagrados en los estatutos, o en cualquier reglamento de Control B
- b) Poner en riesgo la seguridad y/o causar daño a la integridad personal o moral, la libertad, la intimidad y el buen nombre, de cualquier miembro de Control B
- c) Cometer fraude en cualquier documento, o colaborar en la comisión del fraude por otra persona.
- d) Adulterar, dañar, modificar o de alguna forma impedir el correcto y normal funcionamiento de los sistemas de información o de comunicación.
- e) Adulterar, dañar, modificar o de alguna forma impedir el correcto y normal funcionamiento de los sistemas de protección de la salud o la vida de los miembros, alarmas u otros sistemas de seguridad, o utilizarlos para fines diferentes a aquéllos para los cuales han sido colocados.
- f) Irrespetar las insignias de la Organización y/o de la Patria
- g) Portar, tener o guardar armas o elementos o materiales explosivos o que se destinen a la fabricación o ensamble de los mismos

- **Artículo 4. Primera instancia**

El departamento de recurso humano (RRHH) tomarán las decisiones que sean pertinentes para el caso, en primera instancia, conforme a lo dispuesto en este reglamento.

- **Artículo 5. Segunda instancia**

El abogado tomará las decisiones de segunda instancia, cuando el trabajador interponga recurso de apelación contra la decisión de primera instancia. En todo caso, a las reuniones en que se discuta o resuelva esta instancia asistirán, con voz y sin voto, el gerente de la organización.

- **Artículo 6. Debido proceso**

Todo trabajador tiene derecho a que se le siga el procedimiento consagrado en este reglamento, para defensa de sus derechos, cuando quiera que sea investigado por motivos disciplinarios.

- **Artículo 7. Derecho de defensa**

Durante la actuación disciplinaria el trabajador tiene derecho a defenderse. El trabajador podrá presentar las evidencias pruebas que considere pertinentes y solicitar que se tengan como evidencias documentos o declaraciones de terceros. La autoridad disciplinaria deberá considerarlas siempre que sean pertinentes o necesarias.

- **Artículo 8. Extinción de la acción disciplinaria**

Disciplinaria se extingue por:

a. La muerte del investigado.

b. El transcurso del término de tres (3) años, contados para las faltas instantáneas desde el día de su consumación y para las de carácter permanente o continuado desde la realización del último acto, sin que se hubiere proferido decisión sobre los actos o hechos.

- **Artículo 9. Formulación de cargos**

Recibida la queja o conocido el hecho, el departamento de RRHH, comunicará al trabajador los cargos que se le formulen. El trabajador tendrá derecho a presentar sus descargos, en forma escrita, ante el departamento de RRHH en el término de cinco (5) días hábiles a partir de la notificación de los mismos, aportando las pruebas para su defensa.

- **Artículo 10. Imposición de las sanciones**

Cumplidos los trámites a que se refiere este capítulo, el departamento de RRHH, mediante Acuerdo debidamente motivado, según el caso, procederá a calificar la falta y aplicar por esta. El acuerdo por el cual se impone la sanción o resuelve el recurso de apelación deberá ser notificado por conducto del departamento de RRHH y el original deberá reposar en la misma. El trabajador contará con cinco días hábiles siguientes para su notificación personal; de no presentarse se notificará por edicto, el cual se publicará en lugar visible de la organización por término de 10. A partir de su des fijación se entenderá que el Acuerdo quedará en firme y se procederá a su respectiva comunicación al departamento de RRHH.

- **Artículo 11. Tipos de sanciones**

Las faltas se sancionarán según su gravedad, así:

a. Amonestación privada, cuando se considere que la falta es leve o debe ser sancionada en forma leve, consistente en un llamado de atención escrito sobre la conducta, con el fin de prevenir al trabajador sobre las repercusiones de la misma.

b. Cuando se considere que la falta leve o grave, se efectuar una debía sanción con días no remunerados.

c. Cuando la falta sea considerada como grave o amerite una sanción consistente en el condicionamiento de la continuidad del trabajador en la organización, durante un determinado tiempo momento de la comisión de la falta. Durante el tiempo que el trabajador tenga otras faltas no podrá cometer falta disciplinaria alguna, por lo cual esto con llevaría a la terminación del contrato.

- **Artículo 12. Medios de notificación**

Las decisiones adoptadas se notificarán al trabajador, dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que fue adoptada, mediante el envío de copia de la misma a la dirección de correo electrónico que éste tuviere registrada en la Organización. Pero las decisiones mediante las cuales se apliquen sanciones de llamados de atención, suspensión, o de cancelación de contrato, deberán ser notificadas personalmente por el Jefe de RRHH.

Se enviará copia de la decisión por medio de correo electrónico del trabajador o por correo certificado enviado al departamento de RRHH. Quien realice la notificación debe dejar constancia escrita de ella, con anotación de forma y fecha y de los testigos de la misma en caso de ser necesario. (Corporación Universitaria Minuto de Dios-Uniminuto, 2014)

Normatividad Tributaria

Nos acogemos a las **Reglamento tributarias de la república de Colombia**, que nos aplica como empresa tecnológica y productora de aparatos de búsqueda. (Estatuto Tributario Nacional, 2002)

Normatividad Técnica

La empresa Control-b, buscara la aprobación de la entidad que es la encargada, específicamente la técnica que se va a efectuar, con nuestros productos, basado en los resultados de la experiencia y desarrollo tecnológico, que hay que cumplir. Se buscara la a probación de organismo de Normalización como: ISO (Organización internacional de estandarización), En (Normas de estandarización europea) o UNE (Normas de estandarización española) (isotools, 2018) (Arzamendi, 2016)

Normatividad Laboral

La empresa control B, se acogerá a las normas laborales dictadas en el **Código sustantivo del trabajo**, haciendo las cumplir en su totalidad. (**codigo sustativo del trabajo, 2005**)

Normatividad Ambiental

Se cumplirá a cabalidad las normas ambientales y nuestro compromiso con el medio ambiente, ya que es una responsabilidad que no se puede evitar para construir un mejor futuro para los jóvenes milenium, también no s basaremos en el libro **“las principales normas ambientales colombianas”**, para tener un mejor direccionamiento. (Avila, 2014) (Avila, repository.ean.edu.co, 2014)

Registro de Marca- Propiedad intelectual

¿Qué es una Patente?

La Patente es un privilegio que le otorga el Estado al inventor como reconocimiento de la inversión y esfuerzos realizados por éste para lograr una solución técnica que le aporte beneficios a la humanidad. Dicho privilegio consiste en el derecho a explotar exclusivamente el invento por un tiempo determinado. **(SIC)**

¿Qué beneficios obtengo al patentar un invento?

Ser el único que durante 20 años puede explotar el invento. La explotación puede consistir en comercializar exclusiva y directamente el producto patentado, o por intermedio de terceros otorgando licencias, o transfiriendo los derechos obtenidos mediante su venta para que un tercero explote la invención. En conclusión, el beneficio es económico para el inventor o titular de la patente. **(SIC)**

¿Qué normas deben consultarse para conocer acerca de los trámites para la protección de una patente de invención y los derechos de su titular?

La legislación vigente en materia de patentes está contenida en la Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina, norma aplicable a todos los países miembros de la Comunidad Andina. Igualmente esta Decisión tiene su reglamentación en los decretos reglamentarios, y adicionalmente, la SIC expide la Circular Única que contiene el conjunto de directrices que guían a los usuarios acerca de la manera cómo se deben adelantar los trámites de propiedad industrial. Estas normas pueden ser consultadas en la sección de normativa de la página web de la SIC (**SIC**)

¿De qué documentos se compone una solicitud de patente?

- Un formulario al que se denomina petitorio en caso de presentarlo en físico o en caso de hacerlo en línea a través de SIPI el usuario se registra e ingresa la información requerida.
- Resumen.
- La descripción del invento.
- Las reivindicaciones.
- Figuras o ejemplos.
- El comprobante de pago de la tasa establecida (la cual cambia cada año),
- Si se presenta por intermedio de un abogado debe presentarse el poder otorgado a éste. El poder no necesita de presentación personal, autenticación o legalización y podrá otorgarse mediante documento privado.

- Si la solicitud la hace una empresa, no es necesario aportar el certificado de existencia y representación legal de la persona jurídica solicitante. La SIC podrá consultar los registros públicos de los Certificados de Existencia y Representación de las Cámara de Comercio.
- Copia del contrato de cesión o bien del contrato en virtud del cual se presume la cesión cuando el solicitante no sea el inventor, por ejemplo: contrato de prestación de servicios o de trabajo. **(SIC)**

¿Qué es la descripción?

Es una parte del documento técnico que explica clara y completamente la invención, de tal modo que un experto en la materia pueda ejecutarla. La descripción tiene como función divulgar la invención y servir de soporte a las reivindicaciones.

La descripción debe incluir la siguiente información:

- Sector tecnológico al que pertenece la invención.
- La tecnología anterior conocida por el inventor.
- Descripción en términos que permita la comprensión del problema técnico y de la solución aportada por la invención.
- Reseña de los dibujos.
- Descripción de la mejor manera de ejecutar la invención **(SIC)**.

¿Qué son las reivindicaciones?

Es la parte del documento técnico que define la materia que se desea proteger y, por lo tanto, determina el alcance de la protección, debiendo estar redactada de manera clara y concisa y estar enteramente sustentada en la descripción. **(SIC)**

¿Qué patentes deben presentar dibujos?

Aquellas en las que los dibujos sean necesarios para su comprensión. **(SIC)**

¿En qué consiste el resumen?

Es una síntesis de la divulgación técnica contenida en la solicitud de patente. **(SIC)**

¿Qué debe contener una solicitud de patente para ser admitida y obtener una fecha de presentación?

Para ser admitida y obtener fecha de presentación debe cumplir con los siguientes requisitos mínimos:

- La indicación de que se solicita la concesión de una patente.
- Datos de identificación del solicitante.
- La descripción de la invención.
- Dibujos de ser estos pertinentes.
- Comprobante de pago de la tasa de presentación de la solicitud. **(SIC)**

¿Qué ocurre si no se cumplen con los requisitos mínimos para asignar fecha de presentación a la solicitud de patente?

Si no se cumplen los requisitos mínimos mencionados anteriormente, la Superintendencia de Industria y Comercio enviará una comunicación al solicitante en la que se le indicará que le hace falta para poder asignar fecha de presentación. El solicitante tendrá dos (2) meses para complementar la solicitud a partir de la fecha de notificación por parte de la SIC de la correspondiente comunicación. Una vez conteste el requerimiento aportando la información faltante, se le asignará fecha de presentación a la solicitud. **(SIC)**

Formulación del problema de aprendizaje

CONTROL-B nació a partir de una experiencia personal, en la que esta se volvió parte del día a día, ya sea por descuido o por falta de concentración se extraviaban objetos personales, especialmente las llaves, todos estos factores incidieron a la creación de una idea tangible. A partir de este momento nos imaginamos la construcción de un dispositivo manual que facilitara la búsqueda de dicho objeto y además de esto ayudar a prevenir su pérdida, dándole un valor agregado con el fin de mejorar la calidad de vida propia de las personas.

Este idea empieza en una clase de emprendimiento, donde se reflexionaba acerca de varias necesidades que podrían ser resueltas, se crean grupos de tres, con diferentes ideas, y llegando a unificar grupos y escogiendo la más factible, está se va desarrollan con otras clases en el proceso como empresarialita y mercadeo, hasta llegar a crear un prototipo y concursar en una rueda de negocios llegando a quedar en el segundo lugar.

Se crea para cubrir una necesidad común de pérdida de objetos y de tiempos, los cuales lleva a las personas al estrés, y este a su vez los conlleva a contraer enfermedades en la piel, que ocasiona descamaciones, pigmentaciones, resequedad y picazón. En casos más graves presenta sudoración excesiva, uñas quebradizas etc.

Buscando así mismo unos cambios que pueden ser evidentes en las personas, como a nivel regional, también llevar a la ciudad de Girardot a ser reconocido como una región tecnológica y no solo turística.

5. IDENTIFICACIÓN DE ACTORES INVOLUCRADOS Y PARTICIPANTES

5.1 Análisis de Sector

Podemos decir, que el sector al que pertenecemos es el cuaternario o terciario avanzado, aquí se desarrollan actividades que necesitan un mayor grado de cualificación, relacionados con la creación y difusión de información para una sociedad avanzada. Así mismo relacionada con el ocio y las sofisticaciones tecnológicas.

El comportamiento del sector de los últimos años es muy activo, ya que cada día el mundo está siendo obligado a avanzar y la competencia para satisfacer las necesidades aparece constantemente.

Las tendencias de las nuevas generaciones están dando cambios a la estrategia comercial de las nuevas marcas.

“La generación Y, conocida como la generación del Milenio o simplemente millennials, está formada por jóvenes nacidos entre las décadas de los 80 y los 90, constituye una generación de profesionales con paradigmas propios de padres y madres, después de la generación X.

(Carvajal, 2001-2018)

Tabla 1. Perfil del cliente y/o Consumidor

Cientes	
Perfil	El perfil de nuestro clientes está basado en personas que estén asociados a las tecnologías, también están dentro de los estratos socio-económicos 3, 4 y 5, así mismo, no se puede dejar por fuera a las personas que tienen gran carga laboral y/o manejan constantemente muchos llaves u objetos personales
Localización	Nuestros clientes se encontraran dentro del límite colombiano.
Justificación	Asociando las que las nuevas generaciones, siempre quieren hacer las cosas más rápidas y tener objetos que les ayuden hacer más practica su vida. Se encogen estos clientes que a veces pueden ser olvidadizos o tienen mucho recargo laboral/estudiantil.

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018 /-Documento BUENAS PRACTICAS DE FORMULACION “NUEVA ESTRUCTURA PLAN DE NEGOCIOS FONDO EMPRENDER”.

5.2 Matriz de planeación

Tabla 2. Identificación de necesidades de inversión.

Dotación		Infraestructura	
Uniformes	\$ 1'200'000	Compra o arriendo de instalaciones	
Aire acondicionado		Transporte	\$ 2'200'000
Equipo de refrigeración		Cocina	
Muebles		Áreas sociales	
Otros		Otros	
Total	\$ 1'200'000	Total	\$ 2'200'000
Tecnología		Comercialización	
Computadores	\$ 1'200'000	Diseño de material promocional	\$ 1'500'000
Acceso a internet	\$ 720'000	Impresión de material	\$ 1'170'000
Telefonía celular	\$ 720'000	Página web	\$ 40.000
Software administrativo	\$ 1'560'000	Comercio electrónico	
Otros		Otros	
Total	\$ 4'200'000	Total	\$ 2'710'000
Consolidación de los totales			
Total Dotación		\$ 1'200'000	
Total Tecnología		\$ 4'200'000	
Total Infraestructura		\$ 2'200'000	
Total Comercialización		\$ 2'710'000	
Total requerimiento de inversión		\$10'310'000	

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018//Tablas Elaboración propia/
<https://es.slideshare.net/erilej/necesidades-de-inversin/>



Figura 5. Diagrama de Flujo.

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018 /Imágenes sacadas de Google/ creación propia

6. PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso de producción de “**Control B**”, se puede describir con tres etapas en las cuales: La primera de esta etapa es la de producción, donde se debe tener en cuenta la materia prima para la fabricación del producto, la cual tiene como objetivo conseguir **la mayor cantidad de materia prima posible para tener un menor costo**. (Chain, 2017) La 2^{da} fase es la de transformación, donde se recoge el producto real de “Control Be” producido a través de su montaje. Aquí es fundamental observar los **estándares de calidad y control de su cumplimiento** para evitar algún problema. (Chain, 2017) Y por última fase, tenemos el acondicionamiento hacia el cliente, que va orientado a comercialización (Transporte y elementos intangibles). Una vez entregado, se debe hacer una tarea de control, para saber si el producto entregado cumple con los objetivos marcados y con los estándares de calidad. (Chain, 2017).

CENTRO PROGRESA EPE
FORMATO PLAN DE ACCION 5W2H

NUMERO DE INDICADOR	QUE	POR QUE	COMO	QUIEN	DONDE	CUANDO	
						FECHA INICIO	FECHA FIN
1	Lean Canvas	El éxito de cualquier proyecto se fundamenta en su capacidad de definir sus objetivos de igual forma en la lectura que le haga al entorno en el cual se pretende desarrollar.	Por medio de la investigación en fuentes primarias y secundarias de los distintos aspectos solicitados en el módulo de introducción, realizando análisis de los datos y deduciendo posibles soluciones y/o estrategias.	Los estudiantes de forma autónoma con guía del tutor asignado.	Trabajo de campo	12/02/2019	26/02/2019
	Resumen Ejecutivo (Se realiza al final del documento)					12/02/2019	26/02/2019
	Objetivo General (SMART)					12/02/2019	26/02/2019
	Objetivos Específicos (SMART)					12/02/2019	26/02/2019
	Justificación del Proyecto					12/02/2019	26/02/2019
	Análisis del Entorno (PESTAL)					12/02/2019	26/02/2019
2	Análisis del Sector.	La estrategia es la enunciación de cómo se planea alcanzar los objetivos, para	Por medio de la investigación de fuentes primarias y secundarias,	Los estudiantes de forma autónoma	Trabajo de campo	05/03/2019	19/03/2019
	Perfil del cliente/consumidor					05/03/2019	19/03/2019

	Investigación de mercado	la definición de las estrategias es	realizando trabajo de campo,	con guía del tutor asignado.		05/03/2019	19/03/2019
	Análisis de Competencia	importante contar con la información relevante y realizar un análisis que permita el diseño de las mismas, por medio de la investigación del mercado podemos definir las estrategias	analizando la información encontrada y diseñando las estrategias que conlleven a la consecución de los objetivos planteados en el módulo de introducción.			05/03/2019	19/03/2019
	Concepto de negocio - componente innovador					05/03/2019	19/03/2019
	Definición de estrategias					05/03/2019	19/03/2019
	Estrategias de aprovisionamiento					05/03/2019	19/03/2019
	Proyección de ventas					05/03/2019	19/03/2019
3	Ficha Técnica Producto	El módulo de operación define como debemos preparar la organización en función de la producción del bien o servicio al cual esta se dedicará, teniendo en cuenta los objetivos definidos desde un principio.	Por medio de investigación en fuentes primarias y secundarias, definiendo costos de producción, plan de compras y ventas e información relevante que permita definir como alcanzar los objetivos trazados en este módulo.	Los estudiantes de forma autónoma con guía del tutor asignado.	Trabajo de campo	26/03/2019	09/04/2019
	Diagrama de Flujo procesos de producción					26/03/2019	09/04/2019
	Necesidades y Requerimientos de Inversión					26/03/2019	09/04/2019
	Condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios					26/03/2019	09/04/2019
	Adquisiciones vía importación (SI/NO) En caso de ser Si se debe justificar					26/03/2019	09/04/2019
	Capacidad productiva de la empresa - Plan de Producción					26/03/2019	09/04/2019

	Plan de Compras (Administrativo - Producción)					26/03/2019	09/04/2019
4	Cargos requeridos en el primer año	La estructura organizacional, los procedimientos y el personal de una organización son juegan un papel importante en las organizaciones, de este parte la buena administración de la organización y la ejecución en muchos casos de las estrategias planteadas en los demás módulos.	Por medio de investigación en fuentes primarias y secundarias, construyendo los esquemas y documentos solicitados por el tutor bajo la especificaciones del mismo.	Los estudiantes de forma autónoma con guía del tutor asignado.	Trabajo de campo	23/04/2019	30/04/2019
	Organigrama					23/04/2019	30/04/2019
	Perfil del Cargo					23/04/2019	30/04/2019
	Aspectos legales (Normatividad empresarial, tributaria, técnica o permisos de funcionamiento, laboral, ambiental)					23/04/2019	30/04/2019
	Registro de marca - propiedad intelectual					23/04/2019	30/04/2019
	Código CIU					23/04/2019	30/04/2019
5	Balance Inicial	El plan financiero es el que soporta como serán financiados los demás planes y estrategias realizados dentro del ejercicio, adicional la proyección que la organización tendrá a nivel financiero.	Por medio de la investigación en fuentes primarias y secundarias de información elaborando los formatos financieros, realizando análisis sobre los mismos.	Los estudiantes de forma autónoma con guía del tutor asignado.	Trabajo de campo	30/04/2019	14/05/2019
	Estado de Resultados					30/04/2019	14/05/2019
	Flujo de Caja					30/04/2019	14/05/2019
	Punto de Equilibrio					30/04/2019	14/05/2019
	Indicadores Financieros (TIR - VAN)					30/04/2019	14/05/2019

6	Factores de riesgo	Permite identificar los distintos factores de riesgo y los distintos controles para mitigarlos o reducir el posible impacto negativo generado	Por medio del análisis de los datos recolectados a través de la investigación.	Los estudiantes de forma autónoma con guía del tutor asignado.	Trabajo de campo	14/05/2019	21/05/2019
7	Conclusiones e Impactos	En este punto ya la mayor parte del plan está elaborado y permite realizar un análisis global del mismo llegando a conclusiones y evaluando si los impactos inicialmente propuestos se llegaran a cumplir.	Por medio del análisis de los datos recolectados a través de la investigación.	Los estudiantes de forma autónoma con guía del tutor asignado.	Trabajo de campo	14/05/2019	21/05/2019

Descripción	Tiempo
Transformación de las materias primas	1 hora
Ensamblado del producto completo	40 minutos
Total ensamble producto final (TPF)	1:40:00
8 unidades * TPF	13:20:00
240 unidades al mes*TPF	400:00:00
2912 unidades al año *TPF	4853:20:00

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018/Elaboración Propia/

6.1 Proyección de Ventas de Control-b en Cinco Años

Seremos una de las empresas vanguardistas de la región con una buena administración de los recursos, generando empleo con el mercado tecnológico. Buscaremos que nuestras ventas aumenten con técnicas de marketing, logrando vender en el primer año una cantidad aproximada entre 41 y 42 manillas mensuales para un aproximado de 500 anuales, y los siguientes años lograr aumentar esas cantidades buscan posicionarnos en mercado.

Tabla 3. Proyección de Ventas

PROYECCION DE VENTAS					
	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos	\$50,000,000	\$55,000,00	\$58,000,000	\$60,000,000	\$60,000,000
Precio unitario	\$100,000	\$100,000	\$100,000	\$100,000	\$100,000
Cant. a vender	500	550	580	600	600
Cantidad *mes	42	46	48	50	50

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018/Elaboración Propia/

6.2 Modulo Operativo

FICHA TÉCNICA DE PRODUCTO	
DENOMINACIÓN DE BIEN O SERVICIO	
MANILLA Y LLAVERO	
DENOMINACIÓN TÉCNICA DEL BIEN O SERVICIO	
Manilla con conexión de bluetooth al llavero.	
GRUPO/CLASE/FAMILIA A LA QUE PERTENECE EL BIEN O SERVICIO	
<p>Ingrese en este campo el código que se encuentra en la columna “clase” y la descripción correspondiente de la columna “título en español” del catálogo disponible en el Portal Único de Contratación bajo el nombre “Codificación de bienes y servicios”</p> <p>Nota. Se sugiere utilizar esta codificación hasta que el SECOP incluya formalmente en el sistema la codificación a utilizar, según lo definido en el párrafo 1 del artículo 20 del decreto 066 de 2008</p>	
Código: 32101617	
Título en español: Tarjetas inteligentes	
UNIDAD DE MEDIDA	
Ingrese en este campo el nombre de la unidad de medida que se va a usar para cuantificar el producto o servicio a adquirir, como: libra, caja, docenas.	
UNIDAD	
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Ingrese en este campo el texto de descripción detallada de las características técnicas del bien o servicio	
<p>Manilla con conexión de bluetooth al llavero, con características de vibración, emisión de luz y sonido. Todo esto se da en un espacio determinado, previniendo la pérdida de sus objetos personales (llaves) en una determinada distancia, y también ayuda a ubicarlas. Contando también con una aplicación que cumple con las mismas funciones de la manilla.</p>	

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018-Documento WEB <https://docplayer.es/19994142-Ficha-tecnica-de-producto-denominacion-de-bien-o-servicio-denom/nacion-tecnica-del-bien-o-servicio.html> / <https://www.contrataciones.gov.py/catalogo/nivel-4/32101617.html/>

6.3 Modulo Organizacional

Cargos que se requieren en la empresa

Para empezar la empresa **Control-B**, requerirá de un gerente que esté a cargo de los otros departamentos y los esté orientando hacia el objetivo principal, un departamento de mercadeo y comunicaciones, un departamento de ventas y por ultimo un departamento de servicio técnico en caso de problemas con los productos.

6.3.1 Organigrama

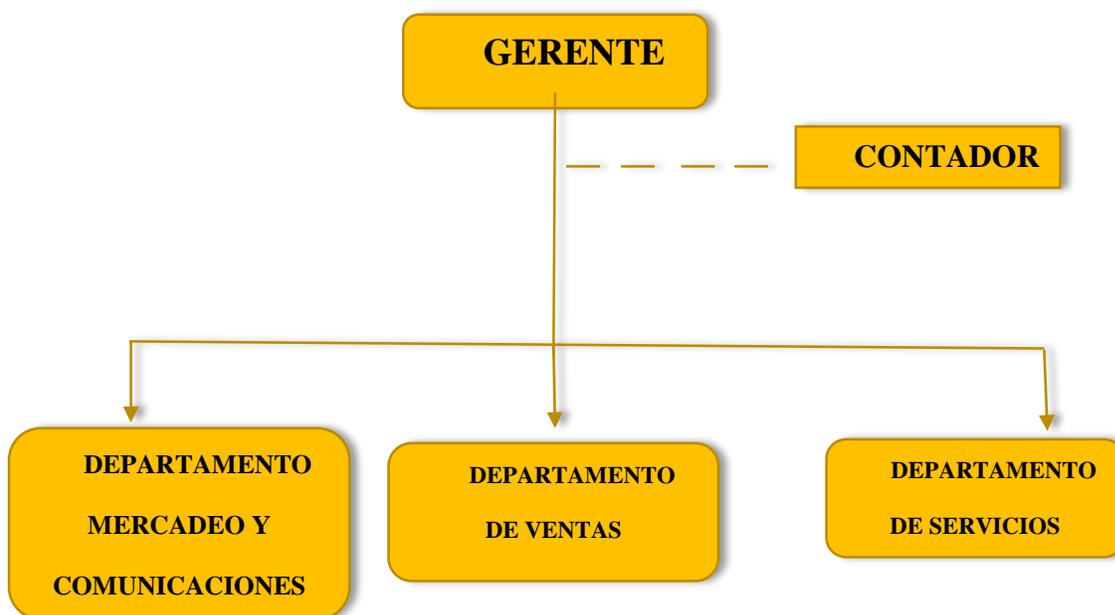


Figura 6. Organigrama

6.3.2 Perfil del Cargo.

Gerente. Es el responsable de la dirección y representación legal, establece las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo. Además, presenta al Directorio los estados financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera.

Director del Departamento de Mercadeo. Es el responsable de Diseñar, planificar elaborar e instaurar los planes de marketing de la empresa, Coordinar y controlar el lanzamiento de campañas publicitarias y de promoción, Dirigir y supervisar los estudios sobre la distribución, Dar soporte al área de ventas en cuanto a estrategias, políticas, canales, publicidad, merchandising. Hacer investigaciones comerciales de los productos existentes o nuevos, realizando el estudio de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de los mismos en el mercado.

Director del Departamento de Ventas. Es el responsable de Coordinar y aumentar el porcentaje de ventas en función del plan estratégico organizacional. También es el responsable del Reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas. Debe Coordinar los planes de trabajo de los vendedores Semanal, Mensual y Anual. También debe Evaluar el desempeño de los vendedores.

Director de Servicios Técnicos Es el responsable de garantizar la atención eficiente de todo tipo de requerimiento técnico, reparación, instalación, soporte de análisis de nuevas necesidades de servicios y equipos, relacionados con cualquiera de los productos comercializados por la empresa contribuyendo así con la satisfacción de todos sus clientes.

El cargo tiene dependencia directa de la Gerencia General; sus responsabilidades principales serán la correcta gestión en la atención y vinculación con clientes enfatizando la prontitud de respuesta, comprensión de sus necesidades, optimización del costo tanto interno como para los clientes, cooperar con la posibilidad de generación de nuevos negocios para la empresa, lograr conocimiento y capacitación constante de los productos tanto de la compañía como de la competencia, la dirección de un equipo a su cargo y su capacitación permanente.

7. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

7.1 Primaria

Las fuentes primarias de información se relacionan principalmente en el consumidor y su opinión frente a la implementación de este proyecto.

7.2 Secundaria

En este proceso se toman fuentes bibliográficas, que serán la herramienta principal para tener un concepto global y aplicarlo en el desarrollo del proyecto en cuestión, y explorar todas las temáticas que manejan cual es la ideal para el desarrollo óptimo de la propuesta.

7.3 Fases

Fase 1: La fase de preparación e inicio en la cual primero se examina las referencias bibliográficas que se adapten a lo deseado como también trabajos que se relacionen con la propuesta a implementar, se examina el problema que dio inicio y generó por consiguiente el planteamiento de la problemática y cómo la misma puede impactar en la vida de sus usuarios, se procede a formular el problema de la propuesta que da origen a la idea de negocio, se establecen los objetivos tanto general como específicos y por último se formula el instrumento clave en este proceso, el cual se utilizara en la recolección de toda la información.

Fase 2: La fase de la ejecución y de continuidad en el desarrollo de este proceso, en este apartado se aplica el instrumento de recolección de información (encuesta realizada a un grupo

selecto de personas). Por tal motivo se formula una encuesta, el anexo 1 que es la encuesta realizado a un **Focus Group** teniendo así la opinión e información que tienen algunas personas frente a el producto su precio y otras variables, , recolectando así la totalidad de información para poder determinar la viabilidad del producto y resaltar la importancia frente a sus clientes.

Fase 3: La fase analítica y de socialización de la información que se logró recolectar, interpretando todos los datos obtenidos por la encuesta aplicada a las personas objeto (**Focus Group**), tabulando y graficando la información para una mejor interpretación y entendimiento. Se procede después a formular y desarrollar los respectivos análisis demostrando finalmente la importancia del producto y su implantación en el mercado.

Para la elaboración de la sistematización de prácticas, se requiere el determinar una metodología a seguir, esta será una guía que ayudara a cumplir con los objetivos planeados al principio de este trabajo, para llegar a las conclusiones finales del estudio. La metodología elegida está basada en los autores Hernández, Fernández y Baptista, descrita en su libro Metodología de la investigación de 2003.

7.4 Modelo de Desarrollo

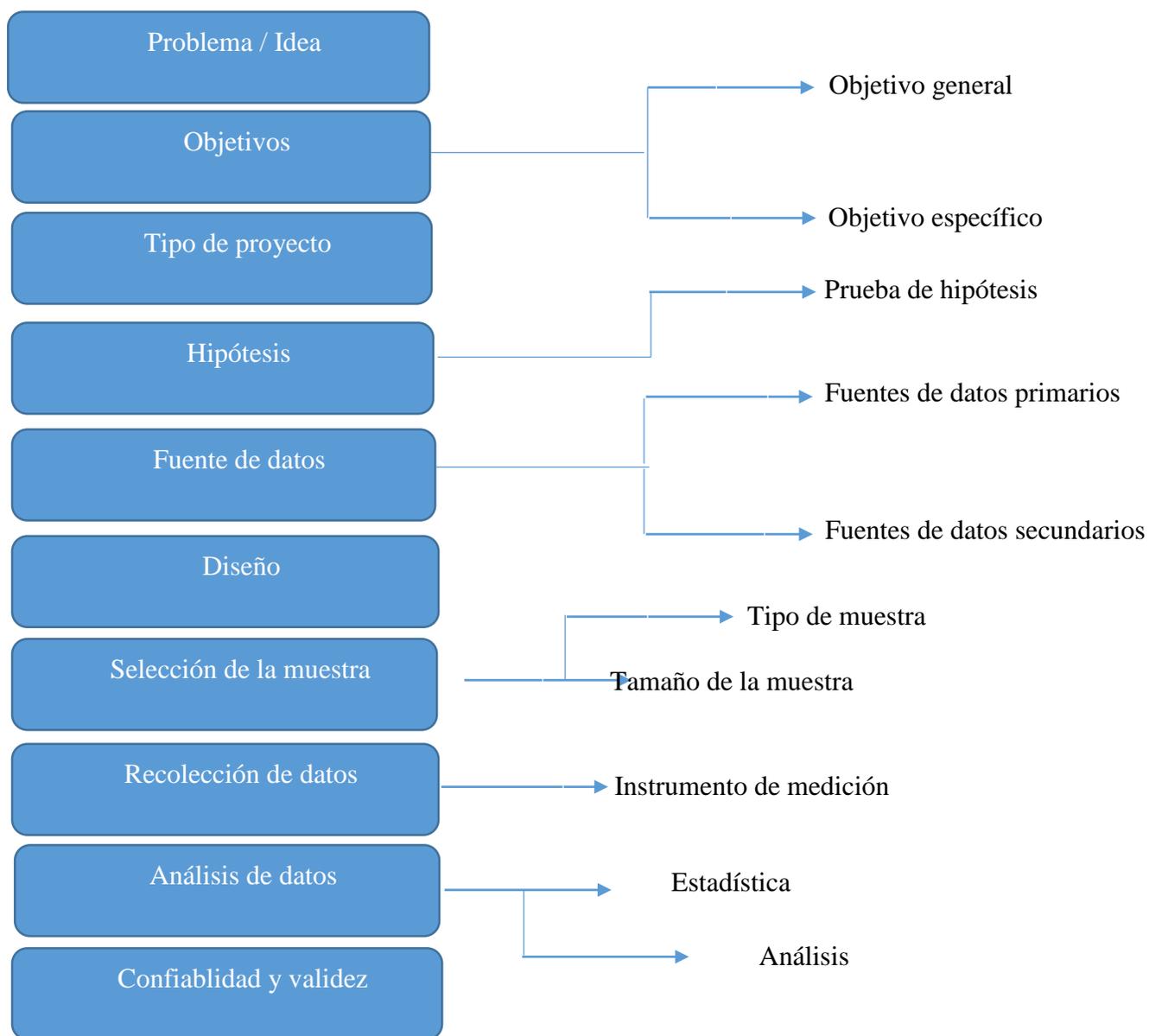


Figura 7. Modelo de desarrollo

Fuente: Hernández, Fernández, Baptista, 2003

7.5 Resultados

Tabla 4. Análisis Competencia

Análisis Competencia			
Descripción	KEY FINGER	TILE	GIGASET G-TAG
Localización	ALI-EXPRESS (mercado vía internet)	Yaxa tienda oficial de Mercado libre (mercado vía internet)	Ammazon.es (mercado vía internet)
Productos y servicios	Lujo y Fantasía Anti-perdida Buscador Sensor Alarma Silbato Key Led Localizador Del Buscador Llaveró con Silbato Pitido Multicolor opciones	Descripción de Tile Sport - Key Finder. Buscador de teléfono Anything Finder.	<input type="checkbox"/> Búsqueda de sus objetos de valor (llaves, cartera, etc.) <input type="checkbox"/> Indicación de la última posición dónde ha dejado sus objetos de valor <input type="checkbox"/> Recordatorio de las cosas que siempre deben acompañarle <input type="checkbox"/> Resistente a las salpicaduras y caídas (IP67) <input type="checkbox"/> Pila reemplazable
Precios	176,44 dólares Unidad 529,320 pesos	\$ 142.777 Unidad Con tarjeta de crédito a 36 cuotas de \$ 3966	Euros 19.99 Unidad \$ 69965

Logística de distribución.	Singapore Post Vía área-tiempo de entrega 60 días	Yaxa Fast Envió de 4 a 8 días hábiles	Opciones de envío <ul style="list-style-type: none"> • Envío estándar • Envío exprés • Entrega hoy • Envío 1 día laborable • Envío económico • Entregas en la fecha de lanzamiento del producto • Entregas garantizadas • Puntos de recogida
----------------------------	--	--	---

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018/-Documento BUENAS PRACTICAS DE FORMULACION “NUEVA ESTRUCTURA PLAN DE NEGOCIOS FONDO EMPRENDER”, https://www.amazon.es/gp/help/customer/display.html/ref=hp_201910060_201911030_2?nodeId=201911030-

Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en las dos preguntas:

Tabla 5. Alternativa solución

Concepto de negocio.	Control-B ofrece un novedoso producto tecnológico, que no solo busca con facilidad tus objetos, sino que también quiere prevenir o advertir te en cierta distancia, que te estas saliendo de su rango de búsqueda y te regreses.
Producto o servicio	Por el cual consta de una manilla y un llavero, y adicional una aplicación móvil
Proceso	Nuestros productos siempre van estar conectados mutuamente mediante bluetooth, si se alejan la manilla va reaccionar (sonido y vibración) y comenzara a advertir al cliente que se está alejando del llavero y la manilla tendrá un botón por el cual el llavero reaccionara, y ella emitirá sonido y luz. Por otro lado, la aplicación hará las mismas funciones de la manilla ubicando los dos productos.

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018 –Documento BUENAS PRACTICAS DE FORMULACION “NUEVA ESTRUCTURA PLAN DE NEGOCIOS FONDO EMPRENDER”.

¿Cómo obtendrá ingresos? Describa la estrategia de generación de ingresos para su proyecto.

Control-B al ser una empresa nueva comenzara con capital de los socios o préstamos bancarios, pasaremos a mostrar nuestro producto a empresarios o personas que puedan ser nuestros patrocinadores.

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018 -Documento BUENAS PRACTICAS DE FORMULACION “NUEVA ESTRUCTURA PLAN DE NEGOCIOS FONDO EMPRENDER”

¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas, y cuál es su presupuesto?

Tabla 6. Estrategia de promoción

Estrategia de promoción:				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)
Bono de descuentos		Noviembre	10% o 20%	Sebastián Villamizar
Garantía * un año		A partir de la venta	100%	Sebastián Villamizar
Costo Total				

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018 -Documento BUENAS PRACTICAS DE FORMULACION “NUEVA ESTRUCTURA PLAN DE NEGOCIOS FONDO EMPRENDER”

Tabla 7. Estrategia de comunicación

Estrategia de comunicación:				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)
Facebook	Fan page	Noviembre	\$ 23.000	Sebastián Villamizar
Publicidad impresa	(1000 flyer, 10 pendones, 6 pasacalles)	Noviembre	\$1.170.000	Sebastián Villamizar
Radio	(7 cuñas x día, x 7 días)	Noviembre	\$392.000	Sebastián Villamizar
Costo Total			\$1.585.000	Sebastián Villamizar

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018-Documento / BUENAS PRACTICAS DE FORMULACION “NUEVA ESTRUCTURA PLAN DE NEGOCIOS FONDO EMPRENDER”.

Tabla 8. Estrategia de Distribución

Estrategia de Distribución:				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)
Directa	Voz a voz	Noviembre		Villanueva, Medina Villamizar
Directa	Celulares	Noviembre		Villanueva, Medina Villamizar
Directa	Facebook, WhatsApp , etc.	Noviembre		Villanueva, Medina Villamizar
Costo Total				

Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018-Documento / BUENAS PRACTICAS DE FORMULACION “NUEVA ESTRUCTURA PLAN DE NEGOCIOS FONDO EMPRENDER”.

7.6 Encuesta

ENCUESTAS

1. ¿CUÁL ES EL OBJETO PERSONAL QUE MÁS SE LE DIFICULTA LOCALIZAR?

La billetera	2	10%
Las llaves (casa ,carro, moto ,etc.)	16	80%
El celular	1	5%
Otros	1	5%
	20	100%



Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018/Elaboración Propia

Figura 8. Objeto personal que más le dificulta localizar

2. ¿CON QUE FRECUENCIA USTED PIERDE ESE OBJETO EN LA SEMANA?

o 1 a 10 veces	12	60%
o 11 a 20 veces	6	30%
o 21 a 30 veces	2	10%
	20	100%



Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018/Elaboración Propia/

Se busca consolidar la información, con los futuros consumidores e encuentra que el 80% se le dificulta encontrar las llaves

Se busca saber cuál es la frecuencia de ese objeto personal que se le pierde, y se encuentra que un 60% se le pierde en reiteradas veces.

Figura 9. Frecuencia con que pierde ese objeto en la semana

3. ¿USTED COMPRARÍA UN DISPOSITIVO QUE LE FACILITE LA LOCALIZACIÓN Y A SU VEZ PREVENIR LA PERDIDA DE ESTE OBJETO?

Si	19	95%
No	1	5%
	20	100%



Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018/Elaboración Propia/

A las personas encuestas les interesaría un dispositivo con el cual puedan encontrar fácilmente ese objeto.

Figura 10. Frecuencia con que pierde ese objeto en la semana

4. ¿EN QUE DISEÑO DESEARÍA COMPRAR ESE OBJETO LOCALIZADOR?

Manilla	13	65%
Dije collar	3	15%
Arete	0	0%
Otro	4	20%
	20	100%



Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018/Elaboración Propia/

El diseño que les gustaría ese localizador es de un 65% en manilla, el 20% le gustaría en otro diseño y el 15% restante le gustaría en dijes o collar.

Figura 11. Diseño que desearía comprar el objeto localizador

5. ¿HASTA CUANTO DINERO PUEDE PAGAR POR ESTE LOCALIZADOR?

Entre 150.000 a 200.000	15	75%
Entre 200.000 a 250.000	5	25%
Entre 250.000 a 300.000	0	0%
	20	100%



Fuente. Medina, Villamizar, Villanueva /2018/Elaboración Propia/

Y por último, se busca saber si el precio con el que se va oferta, es acorde al as necesidades de los clientes y se encuentra que un 75% pagaría desde \$ 150.000 hasta \$200.000.

Figura 12. Dinero que puede pagar por este objeto localizador

7.7 Reconstrucción de la Experiencia

Todo el proceso de sistematización para el desarrollo del producto Control B surge en primera estancia debido a una lluvia de ideas que se realizó para así lograr participar en una feria empresarial en la Universidad Minuto de Dios, a raíz de esa lluvia de ideas surge la creación de un dispositivo que lograrse evitar la pérdida de objetos personales de gran valor para las personas.

En esta feria empresarial se logró desarrollar la idea de negocio, lograr plantear y materializar la idea, bajo la supervisión del docente Diego Castro Munar, el cual fue un líder que nos guio y permitió que este proyecto evolucionara cada vez más, fue a partir de este momento que se logró visualizar el desarrollo del trabajo de grado desarrollado en emprendimiento.

Para lograr desempeñar correctamente nuestras funciones se decide participar y realizar nuestras prácticas en emprendimiento liderados por la profesora María Nela Portillo.

En el transcurso de estas prácticas se logró planificar cronogramas de actividades enfocados en la plena repartición de los deberes correspondientes a cada integrante del grupo, en dicho proceso se logró desarrollar todas las bases teóricas y estructura básica del trabajo, entendiéndose como planteamiento del problema, marco teórico y contextual etc., además de desarrollar muy a fondo la idea de negocio.

Al lograr desarrollar correctamente los lineamientos que se exigía para realizar el emprendimiento se logró visualizar todo el trayecto siguiente, logrando así tener clara cual metodología se iba a utilizar para desarrollar esta idea productiva (idea de negocio), primero seleccionado un autor metodológico y dividiendo la metodología en 3 fases, la primera la fase de preparación e inicio en la cual se buscaba básicamente darle inicio a lo teórico y a lo básico, la fase de ejecución y continuidad en la que se desarrollaba el instrumento para recolectar información y la fase 3 que es analítica y de socialización enfocada principalmente en los resultados obtenidos al aplicar dicho instrumento de recolección de datos, aplicando la lógica y las teorías expuestas en el marco teórico de la propuesta e negocio.

Al aplicar el instrumento de recolección de datos se quería evaluar la pertinencia de este producto a un grupo de personas, esta implementación se llama FOCUS GRUOP ya que es una técnica cualitativa de mercado que consiste en pedir a un grupo de consumidores que opinen libremente sobre un determinado asunto. Se basa en presentarles una o varias alternativas para que las valoren permitiendo así conocer su posible éxito.

Para ello, se reúne a un grupo reducido de personas con un perfil acorde al producto o campaña testada (compradores activos o potenciales) junto a un moderador.

Existen muchas ventajas al realizar el Focus Group que el grupo decide evaluar cómo, evaluar un buen número de prototipos o conceptos en poco tiempo reduciendo los gastos de lanzamiento y los costes del error, A menudo, también permite conocer la causa de las preferencias o rechazos al pedir a los participantes que razonen en profundidad sobre su elección. Esto posibilita un mejor diseño de los argumentos de ventas del producto y una mejor orientación de las campañas de publicidad.

Al lograr aplicar el Focus Group se obtuvieron resultados muy prometedores e importantes, con los resultados se logró interpretar y analizar la información, siguiendo cada una de las fases de la propuesta de emprendimiento expuesta en la metodología, para esto se decide graficar cada una de las preguntas para así entender de manera más fácil toda la información.

Finalizando esta experiencia se logra el desarrollar el producto final, el cual fue varias veces evaluado y comprobado, para así lograr que este funcionara completamente logrando así presentar cada vez más mejoras, esto proceso fue bastante complejo debido a que el producto a desarrollar es de aplicación tecnológica y sistemas, por tal motivo fue necesario el buscar ayuda externa con profesionales en la materia, que conocieran el cómo desarrollar un producto con esas características tan especiales logrando así un outsourcing y generando así un producto final de una estupenda calidad y que cumpla al 100 % con todas las características prometidas a los usuarios.

Por tal motivo se concluye este proyecto productivo cumpliendo totalmente con cada uno de los objetivos para este trabajo, además de presentar al mercado un producto que facilite la vida

de las personas que cuentan con problemas al recordar la ubicación de ciertas partencias, fue una experiencia muy importante para cada uno de los estudiantes involucrados en este proyecto, finalizando así el compactar toda la información presentándola y exponiéndola en el trabajo de grado para optar por el título de administrador de empresas en la Universidad Minuto de Dios.

Aprendizajes

Aportes Significativos en lo Social

Desde el punto de vista social este proyecto de emprendimiento contribuyo e impacto considerablemente a todas aquellas personas que cuentan con algún tipo de problema a la hora de recordar la ubicación de ciertos objetos personales que son muy importantes, además de lograr facilitar de cierta manera el desarrollo de la rutina diaria evitando el estrés y demás problemas que se presentan al recordar la ubicación de dichos objetos, las personas no deberían pasar por estos tipos de problemas, por eso la empresa Control B evitara esta situación.

Además de que este proyecto contribuirá a ofrecer empleo mejorando así las condiciones económicas de muchas personas que trabajen para esta compañía, mejorando sus ingresos, estos aportes logran que el impacto social sea enorme y que se logre aportar de cierta manera al desarrollo empresarial del municipio, y del país.

Aportes significativos en lo económico o técnico

El aporte que se realizó desde el punto de vista económico y técnico se centra en la experiencia y en el desarrollo de un proyecto productivo, el desarrollar este proyecto genero la adquisición de experiencia bastante importante para nuestro crecimiento personal y profesional, además el lograr

preparar la creación de una empresa que logre aportar un beneficio económico para cada uno de los asociados.

Todos los análisis económicos que se realizaron son la evidencia clara de que este proyecto generara utilidades y que lograr impactar al mercado positivamente, el crear esta empresa es el primer paso que se realiza desde el punto de vista profesional.

Principales aprendizajes en para el perfil profesional

Los aportes o aprendizajes que aportan al desarrollo y mejoramiento del perfil profesional se centran principalmente en la creación de una empresa, esta experiencia sin lugar a dudas impacto de inmensa manera la proyección a futuro de cada uno de los integrantes de este proyecto, son muy pocos los administradores de empresa que optan por desarrollar o intentar seguir el camino del emprendimiento, por tal motivo este es el principal aporte.

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Además se logró aplicar cada uno de los conocimientos adquiridos en los 9 semestres de la carrera, el pasar de la teoría a la práctica es algo muy importante y enriquecedor ya que se afianzan los conocimientos, llevar la teoría a la práctica es uno de los desafíos más importantes que tiene cualquier futuro profesional a la hora de aplicar lo aprendido, por su paso por la educación superior, en el mercado laboral, para que el individuo pueda experimentar la realidad social así como crear una vinculación a su área profesional. Servirán para lograr más experiencia y poder optar en el futuro a posibles trabajos que cuenten con mayores requisitos a la hora de contratar a gente. Estos

son los principales aportes que se logró aprender fue un proceso muy importante y gratificante, una experiencia que marco un comienzo en todo el proceso de aprendizaje que se está y se seguirá desarrollando, la administración y todos sus pilares como la planeación, organización, dirección y el control fueron esenciales para desarrollar este proyecto.

Conclusiones y recomendaciones

Se concluye finalmente que el desarrollo de este proyecto es efectivo y factible debido a sus resultados económicos, y margen de utilidad, además de ser un producto innovador y que satisface una necesidad que presentan las personas en algún momento de su vida, según todos los análisis realizados los resultados expuestos y conclusiones frente a la aplicación del instrumento de recolección de información se infiere que el producto es factible y aplicable en el municipio de Girardot.

Se recomienda el presentar diferentes diseños para que el producto amplíe y segmente el mercado en diferentes grupos, aplicando tanto para hombres como a mujeres y niños, ya que en todos estos grupos el producto es aplicable. En el proyecto se expresa claramente el proceso de producción y todas las estrategias a nivel comercial, como lo son la distribución promoción y comunicación, se concluye además que la empresa cuenta con 3 empresas competidoras en el mercado, las cuales son Key Finger, Tile y Gigaset los cuales ofrecen sus productos por internet lo cual expande sus posibilidades en el mercado global, por tal motivo la empresa Control B tiene todas sus estrategias claras para lograr afianzarse en el mercado.

Además de que los resultados de la encuesta fueron muy favorables frente a la adquisición del producto y el diseño, logrando también el averiguar con qué frecuencia la gente pierde sus objetos personales, Y por último, se busca saber si el precio con el que se va oferta, es acorde al

as necesidades de los clientes y se encuentra que un 75% pagaría desde \$ 150.000 hasta \$200.000. Control-B al ser una empresa nueva comenzara con capital de los socios o préstamos bancarios, pasaremos a mostrar nuestro producto a empresarios o personas que puedan ser nuestros patrocinadores. Para concluir Control-B busca, que las personas tengan un dispositivo que prevenga la pérdida de objetos personales, así mismo poder ahorrar tiempo y dinero. También evitando enfermedades, como el estrés, mal genio u otras complicaciones que pueden traer perder objetos personales, logrando reconocimiento e impulsándonos a crear más dispositivos para el mejoramiento de la vida cotidiana y también que sea amigable con el medio ambiente. Recopilando toda la información se presenta una problemática y se le da solución con la implementación de una idea de negocio que genere rentabilidad y además logre ayudar a reducir el problema objetivo.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arzamendi, J. L. (14 de Diciembre de 2016). Normativa internacional, europea y española y su aplicación práctica. Recuperado el noviembre de 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=BBh2LarVvGE>
- Avila, N. Z. (2014). Las principales normas ambientales colombianas. Bogota, Colombia: EAN.
- Avila, N. Z. (2014). repository.ean.edu.co. Recuperado el Noviembre de 2018, de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/1615/NormasAmbientales.pdf?sequence=1>
- Carvajal, G. (2001-2018). elempaque.comm. Recuperado el mayo de 2018, de <http://www.elempaque.com/temas/Nuevas-generaciones-de-consumidores-crean-tendencia+105737>
- Chain, R. e. (25 de Octubre de 2017). /retos-operaciones-logistica.eae.es. Recuperado el 21 de Octubre de 2018, de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-como-se-desarrolla/>
- comercio, S. d. (s.f.). www.sic.gov. Recuperado el noviembre de 2018, de <http://www.sic.gov.co/patentes>
- Corporación Universitaria Minuto de Dios-Uniminuto. (2014). Reglamento Estudiantil. Bogota, Colombia: Centro Editorial Uniminuto.
- isotools. (2018). Plataforma Tecnológica para la gestión de la excelencia. Recuperado el Noviembre de 2018, de <https://www.isotools.org/normas/>
- Ministerio de comercio, I. y. (2011). www.mincit.gov.co. Recuperado el 11 de 2018, de http://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/publicaciones/10297/registro_de_importacion
- Nacional, E. T. (s.f.). estatuto.co. Recuperado el Noviembre de 2018, de <https://estatuto.co/>

Baca, U. G. (2005). Evaluación de proyectos. McGraww Quinta edición.

Ceja, G. G. (2018). Plan de negocios. Revista Dinero.

David Allen, P. V. (2005). Investigación de mercados. México: Cuarta edición.

Eguren, I. R. (2011). Manual para la presentación de proyectos productivos sostenibles. Tercera edición.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación: Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.

9. ANEXOS

Anexo A. Formato de encuesta

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA DE SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICAS

CENTRO PROGRESA

CONTROL B

FOCUS GROUP

OBJETIVOS: Lograr obtener información acerca de los posibles consumidores del producto CONTROL B, obtener su opinion, presupuesto, diseño y demás factores que mejoran la proyección del producto.

FECHA: _____ EDAD:

1. ¿Cuál es el objeto personal que más se le dificulta localizar?

Billetera _____ Llaves _____ Celular _____ Otros _____

2. ¿Con que frecuencia pierde usted ese objeto en la semana?

1 a 10 veces _____ 11 a 20 veces _____ 21 a 30 veces _____

3. ¿Usted compraría un dispositivo que le facilite la localización y a su vez prevenir la perdida de este objeto?

Sí _____ No _____

4. ¿En qué diseño desearía usted comprar ese objeto localizador?

Manilla _____ Dije Collar _____ Arete _____ Otro _____

5. ¿Hasta qué cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por este dispositivo localizador?

Entre 150.000 a 200.000 _____ Entre 200.000 a 250.000 _____ Entre 250.000 a 300.000 _____

Anexo B. Evidencia fotográfica









