

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
COMPRA Y VENTA DE VEHÍCULOS USADOS EN LA COMUNA 10 DE
SANTIAGO DE CALI

ANGIE JULIETH MOYANO LESAMA

LAURA LUCIA LUCUMI GOMEZ

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2017

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
COMPRA Y VENTA DE VEHÍCULOS USADOS EN LA COMUNA 10 DE
SANTIAGO DE CALI

ANGIE JULIETH MOYANO LESAMA

LAURA LUCIA LUCUMI GOMEZ

Venta de vehículos usados

Asesor del proyecto

María del Pilar Lee Mejía

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2017

NOTA DE ACEPTACIÓN

Trabajo de grado aprobado por la facultad de ciencias empresariales de la Fundación Universitaria Lumen Gentium como requisito parcial para obtener el título de administración de Empresas.

Presidente jurado

Jurado

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres quienes ha sido un pilar importante en mi vida, darme su apoyo incondicional para lograr alcanzar todas las metas que me he venido trazando hasta ahora. A mis hermanos por su motivación a lo largo de mi proceso a mis maestros por todos sus esfuerzos y enseñanzas.

Angie Julieth Moyano Lesama

El presente proyecto se lo dedico a Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto, por haberme dado fuerzas para culminar esta etapa en mi vida, a mi familia por ser parte de esta travesía, a mis padres por todo el esfuerzo y sacrificio que hicieron por mí, y a los profesores por el espacio y paciencia que me brindaron.

Laura Lucia Lucumi Gómez

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias infinitas a Dios, por permitirme culminar una etapa en mi vida darme la salud y dotarme de conocimientos para poder ir construyendo mi proyecto de vida, dándome fuerzas para no desfallecer.

Angie Julieth Moyano Lesama

Agradezco primordialmente a Dios, por la vida que llevo, por haberme dado la oportunidad de ser lo que soy hoy en día, por bendecirme a cada momento y por haber colocado las personas indicadas para que hagan parte de esta bendición, gracias a Dios, hoy tengo la posibilidad de ser alguien en este mundo, para ayudar a formar a otras personas de bien y hacer un cambio en la sociedad. Le agradezco a mi familia, por haber estado ahí, por el impulso que me han dado, y por el amor incondicional que me regalan cada día.

Laura Lucia Lucumi Gómez

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Clientes Potenciales.....	39
Tabla 2 Protección Poblacional de Cali	44
Tabla 3 Competencia	46
Tabla 4 Matriz comparativa entre empresa y competencia.....	48
Tabla 5 Criterios de satisfacción de los concesionarios	49
Tabla 6 Rangos de precios establecidos.....	50
Tabla 7 Precios de los servicios que ofrece la empresa.....	51
Tabla 8 Valores de los servicios, manejados en el mercado de manera General .	53
Tabla 9 Presupuesto Promocional	97
Tabla 10 Ingresos de la empresa/mes	97
Tabla 11 Ficha técnica computador	66
Tabla 12 Ficha técnica impresora	67
Tabla 13 Ficha técnica teléfono	68
Tabla 14 Ficha técnica celular.....	69
Tabla 15 Ficha técnica regulador	70
Tabla 16 Ficha técnica archivador.....	71
Tabla 17 Ficha técnica escritorio 1	72
Tabla 18. Ficha técnica escritorio 2.....	73
Tabla 19 Ficha técnica silla giratoria	74
Tabla 20 Ficha técnica del sofá.....	75
Tabla 21 Ficha técnica de la silla fija.....	76
Tabla 22 Ficha técnica del generador	77
Tabla 23 Ficha técnica de la cafetera.....	78
Tabla 24 Ficha técnica del recipiente para la basura	79
Tabla 25 Ficha técnica jabón liquido	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 26 Ficha técnica escoba.....	80
Tabla 27 Ficha técnica cepillo para lavar el baño.....	81
Tabla 28 Ficha técnica balde	82

Tabla 29 Ficha técnica trapeador	83
Tabla 30 Ficha técnica blanqueador	84
Tabla 31 Ficha técnica alarma	85
Tabla 32 Ficha técnica porrón de agua	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 33 Ficha técnica ventilador.....	86
Tabla 34 Ficha técnica recipiente.....	87
Tabla 35 Ficha técnica bombillo.....	88
Tabla 36 Requerimientos de equipo.....	94
Tabla 37 Continuación, Requerimientos de equipo	95
Tabla 38 Requerimientos administrativos.....	96
Tabla 39 Costo de la inversión por mes	104
Tabla 40 Análisis del cargo para el gerente	109
Tabla 41 Análisis del cargo para el contador.....	111
Tabla 42 Análisis del cargo para el vendedor.....	112
Tabla 43 Análisis del cargo para el Community manager.....	113
Tabla 44 Análisis del cargo para el tramitador.....	115
Tabla 45 Manual de funciones del gerente.....	117
Tabla 46 Manual de funciones del tramitador.....	119
Tabla 47 Manual de funciones del Community manager- publicista	119
Tabla 48 Manual de funciones del contador.....	121
Tabla 49 Manual de funciones del vendedor	122
Tabla 50 Nómina Mes empleados.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 51 Balance inicial	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 52 Balance general	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 53 Estado de resultados.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 54 Flujo de Caja. Proyección a 1 año.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 55 Flujo de Caja, Continuación	144
Tabla 56 Punto de equilibrio/mes	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 57 Punto de equilibrio/Año	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 58 Activos fijos	¡Error! Marcador no definido.

Tabla 59 Tabla de depreciación¡Error! Marcador no definido.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Página Web.	38
Figura 2. Diagrama de Pareto, de Clientes potenciales.....	55
Figura 3. Diagrama de Pareto, de Servicios potenciales.	55
Figura 4. Canal de distribución.....	59
Figura 5. Logotipo de la empresa.....	65
Figura 6. Flujograma.	89
Figura 7. Plano de la espacial.	92
Figura 8. Mapa Ubicación de la Ciudad de Cali.....	100
Figura 9. Ubicación comuna 9.....	102
Figura 10. Pirámide poblacional de la Comuna 9	104
Figura 11. Organigrama de la empresa.....	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

Este proyecto consiste en el estudio de viabilidad para la creación de un sistema integrado de servicios de compra y venta de vehículos usados, teniendo como objetivo la planeación estratégica de atracción a diferentes tipos de clientes potenciales en las distintas regiones de Colombia, además, de definir los diferentes tipos de servicios automotrices con el acompañamiento estructural y estratégico de un asesor especial para la realización de dichos servicios, ayudando a reducir el tiempo que el cliente puede gastar en realizar los pagos oportunos de esos servicios. Para dar cumplimiento a los objetivos, se realizó una investigación de mercado sobre la venta y compra de vehículos utilizando el sistema integrado de servicios para definir la situación económica de la empresa y poder ejecutar un plan de acción para desarrollar las soluciones frente a los problemas dados dentro del proyecto.

Se evaluó el alcance de la proyección del servicio basado en la implementación de un sistema integrado de servicios para la compra y venta de vehículos usados, obteniendo la información necesaria en donde se estipula la problemática que conlleva a realizar dicho plan de negocio, la cual consiste en la búsqueda de una estrategia adecuada para incursionar en el mercado para la compra y venta de vehículos usados dentro de la ciudad de Santiago de Cali en la comuna 9. Así mismo, se efectuó un análisis sobre la demanda y la oferta para conocer el mercado actual de la venta y compra de vehículos usados, también, para evaluar la competencia más fuerte que hay dentro del sector y conocer las falencias, las cuales no tengan cubrimiento o impacto en el servicio que sean requeridos por la demanda, para nosotros entrar a evaluar y proyectar el cubrimiento de la necesidad convirtiéndola así en un valor agregado para nuestro negocio, que nos diferencien de los competidores y demás ofertas del mercado. Se ejecutó el análisis de los diferentes ítems requeridos para la puesta en marcha del proceso del proyecto productivo del sistema integrado de servicios para la compra y venta de vehículos usados en materia de evaluación, además, se identificaron las características y

requerimiento de cada ítem para determinar el precio y el uso que se le daría a la hora de realizar los cargos laborales, sobre todo, se estableció un direccionamiento político ajustado a los requerimientos legales y administrativos nacionales en relación a los requisitos propios de la actividad económica a realizar, que en nuestro caso es la compra y venta de vehículos usados en donde se tienen en cuenta los requerimientos técnicos, administrativos y legales para la adquisición de la compra y venta de vehículos usados y el ofrecimiento de servicios que se debían realizar a la hora de ofrecer los servicios estipulados por la empresa, además, se realizó la descripción de los cargos de trabajo que la empresa tiene para obtener una información más clara de las tareas y funciones que cada integrante que forma la empresa debe realizar diariamente, esto a su vez, describe las responsabilidades que cada empleado o directivo de la organización deben cumplir. También, Se realizó un estudio financiero en donde se expresó en cifras la cantidad de dinero del cual se requiere para cumplir con las expectativas financieras del proyecto cumpliendo la ejecución de un plan de acción con el objetivo de demostrar la viabilidad del plan de negocio.

Palabras claves: Servicio, Sistema integrado, Empleados, Compra, Venta, Vehículos, Empresa, Soluciones, Plan de negocio, Organización, Funciones, Requerimiento, Análisis, Oferta, Demanda.

ABSTRACT

This project is viable for the creation of an integrated services purchase and sale of used vehicles aiming at strategic planning attraction to different types of potential customers in different regions of Colombia also define different system types of automotive services together with a special consultant to perform such services, helping to reduce the time of customers can spend on make timely payments of these services. To fulfill the objectives market research on the sale and purchase of vehicles was conducted using integrated services to define the economic situation of the company and implement an action plan to develop solutions to the problems.

The objective of the projection based on the implementation of an integrated service for buying and selling used vehicles service system, obtaining the necessary information on where the problems involved in making this business plan stipulates which consists of finding a suitable strategy to enter the market for buying and selling used vehicles in the city of Santiago de Cali. Also, an analysis of the demand and supply to know the current market for the sale and purchase of used vehicles, also, to evaluate the strongest competition that exists in the industry and know the shortcomings, which have no coverage or impact on the service that are required by demand, for us to go to evaluate and project the coverage of the need and making added value for our business that differentiate us from competitors and other market offerings. analysis of the various items required for the implementation of the process of production project of integrated service system for buying and selling vehicles, besides, the characteristics and requirements of each item identified the price and use that would give when making labor charges, also a political addressing adjusted to the requirements for economic activity established national legal and administrative requirements regarding conduct, which in our case is buying and selling used vehicles where are taken into account the technical, administrative and legal requirements for the acquisition of the purchase and sale of used vehicles and offering services that were to be performed when providing the services covered by the company, also the job descriptions of work that the company has performed to

obtain a clearer picture of the tasks and functions that each member forming the company doing those activities day by day , this describes the responsibilities of each employee or officer of the organization to complete . Also, a financial study where expressed in figures the amount of money which is required to meet financial expectations of the project fulfilling the implementation of an action plan in order to demonstrate the feasibility of the business plan.

Keywords: Services, Integrated system, Employees, Buy, Sell, Vehicles, Company, Solutions, Business plan, Organization, Functions, Requirements, Analysis, Offer, Demanda.

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo realiza un estudio de viabilidad en la creación de una empresa, que involucre la compra y venta de vehículos usados en la ciudad de Santiago de Cali.

Actualmente, la ciudad de Cali es altamente competitiva, en cuanto a los servicios que se ofrecen, en donde las empresas buscan ser eficientes de la mejor manera posible, tratando de atraer nuevos clientes y fidelizando los que ya se tiene, trabajando en las oportunidades que presenta un mercado globalizado y tecnológico como el actual, contribuyendo a una vida más práctica, en la cual se optimice el tiempo y recursos de las personas, en donde estas cada vez tienen mayores ocupaciones y su tiempo libre es reducido; Muchas personas tienen como sueño o necesidad la compra de un vehículo, pero sus ingresos no alcanzan para comprar uno nuevo, por eso hoy en día existe la posibilidad de adquirir uno de segunda a un menor valor, pero se presenta otra barrera para la compra de este, ya que un automóvil de segunda requiere un papeleo o tramitología mayor que la compra de uno nuevo, y un mantenimiento continuo, en donde muchas personas están muy ocupadas y no tienen el tiempo libre para su realización, o simplemente les parece tedioso los trámites correspondientes y revisiones necesarias, presentándose aquí una oportunidad de negocio que le brinda a las personas un practicidad a la hora de comprar un vehículo y disminuyendo el tiempo que estas gastan en tramitología, de esta manera en este estudio se va a identificar como se encuentra actualmente el sector de compra y venta de vehículos usados en Colombia, de igual forma se explicará el mercado potencial al cual irían dirigidos los servicios que presta la empresa, así mismo cuál sería la competencia en el sector, identificado el marco legal para la creación y constitución de una empresa en Colombia, seguido por el estudio técnico que muestre la ingeniería o procesos del proyecto, estableciendo cuál será la ubicación de la empresa, y finalmente el estudio financiero que determine si la ejecución del presente proyecto es viable financieramente.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COMPRA Y VENTA DE VEHÍCULOS USADOS EN LA COMUNA 10 DE SANTIAGO DE CALI

1.2 LÍNEA

Emprendimiento.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El mercado de la compra y venta de vehículos es un escenario que ha venido creciendo en los últimos años, debido a la subida del dólar, las personas buscan conseguir un vehículo a un precio justo y en condiciones óptimas, es por ello que se ha dinamizado la comercialización de los vehículos usados según *“cifras de Fenalco y el Registro Único Nacional de Tránsito (RUNT), la comercialización de vehículos usados es un mercado en alza”*. (EL ESPECTADOR, 2016, parr.02). Sin embargo la tramitología correspondiente ha venido afectando, a las personas que desean comprar o vender vehículos de segunda.

Por otro lado, actualmente existen muchas personas que desean vender su vehículo y otras que desean comprar, pero la mayoría de las personas no les gusta realizar procesos legales y demás papeleo correspondiente, por falta de tiempo y desplazamiento., en sentido, *“algunos usuarios aseguran que el trámite se prolongó y se quejan de “muchos procesos y largas colas” para llevar a cabo la diligencia”*. (Vergez Madiedo, 2013, parr.06), esta situación se ve diario; el mal manejo en cuanto al servicio al cliente en los establecimientos de tránsito, provoca que los servicios colapsen de tal forma que las personas desistan del trámite, lo prolonguen, y se quejen ante los entes correspondientes.

Además, cuando el vehículo necesita algún tipo de servicio adicional, el cliente no tiene conocimiento de un lugar seguro que le genere confianza para llevar su vehículo, de esta manera se pretende la implementación de un centro de servicios integrales que brinden al cliente asesoría en la compra y venta del vehículo que se ajuste a sus necesidades, llevando un control adecuado de este, para que el cliente sepa el estado actual de su vehículo en todo momento, entregándole todo lo necesario para una compra, ágil, eficiente, segura y oportuna.

1.3.1 Formulación del problema. ¿Cuál es la viabilidad para la implementación de un sistema integrado para la compra y venta de vehículos usados en la comuna 10 de Santiago de Cali?

1.3.2 Sistematización del problema.

- ¿Qué estrategias son las adecuadas para incursionar en el mercado para la compra y venta de automóviles usados en Santiago de Cali?
- ¿Cuáles son las leyes que acobijan la constitución de una empresa para la compra y venta de vehículos usados en Colombia?
- ¿Mediante que procesos se contribuirá a reducir el tiempo invertido en la tramitología de la compra y venta de vehículos usados?
- ¿El estudio administrativo y financiero nos entregara la viabilidad de la creación de una empresa para la compra y venta de vehículos usados?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general. Determinar la viabilidad para la creación de una empresa que implementara un sistema integrado de servicio para la compra y venta de vehículos usados en la comuna 10 de Santiago de Cali

1.4.2 Objetivos específicos.

- Realizar un estudio de mercado, con el fin de analizar las ventajas y desventajas que se puedan presentar en la compra y venta de vehículos.

- Determinar el marco legal requerido que se deberán tener en cuenta, tanto para la creación de la empresa, como para el proceso de venta.
- Realizar un estudio técnico que permite conocer maquinaria, equipo, tecnología e insumos.
- Realizar los estudios administrativo y financiero en la que se muestre la viabilidad del proyecto y la rentabilidad del mismo.

1.5 JUSTIFICACIÓN

1.5.1 **Practica.** La falta de tiempo de las personas conlleva a que se retrase el sueño, de comprar un vehículo propio, ya que esto demanda de una serie de papeleo necesario, en la que se requiere una inversión no solo monetaria sino también de tiempo.

Mediante este trabajo se busca que las personas optimicen su tiempo, brindándoles una asesoría para la compra y venta de vehículos usados, y en la tramitología de la documentación legal que se requieren para la adquisición del vehículo. Los cuales actualmente tienen una mayor preferencia que los nuevos, ya que su costo es menor y existe gran variedad de estos en el mercado.

Cada vez que uno vende un vehículo nuevo, alguien se deshace de un usado. Se estima que por cada vehículo nuevo que se vende se pueden estar moviendo alrededor de 3 usados. Según datos del RUNT, en los dos últimos años 2013-2014, se han traspasado 1.615.678 vehículos, incluyendo camiones, buses y motos. (Dinero, 2015, Párr.1).

De este modo, se pretende brindarle una solución a las personas que deseen vender o comprar un vehículo de segunda, a un precio asequible, en donde se disminuirá el tiempo que estas gastan en tramitología, ya que tendrán un aliado en donde además de encontrar el vehículo de su interés, realizara toda la tramitología necesaria sin que el comprador o vendedor tenga que desplazarse varias veces a la realización de estos procesos, teniendo un acompañamiento oportuno y continuo,

al igual que una base de datos de cada vehículo o servicio que se realice con la empresa, con el fin de fidelizar al cliente y estar en contacto directo con ellos.

Posteriormente se realizara un seguimiento de manera personalizada, para que haya un control en las revisiones correspondientes en los tiempos de garantía estipulados. Los clientes se podrán contactar de manera inmediata por todos los medios de comunicación, que se dispondrán, ya sea de forma telefónica, redes sociales, portal web y WhatsApp, ofreciendo así un servicio de calidad que facilite y mejore el estilo de vida de las personas.

1.5.2 Estado del arte. De acuerdo con las fuentes de información de google académico se encontraron los siguientes trabajos de grado que tratan acerca de la comercializan con vehículos.

A nivel internacional, se realizó el “*Plan de mejora para optimizar el proceso de atención al cliente a nivel de venta y post venta*”, (Vargas,Julca,Gandhi, 2015) para que existiera un mayor impacto de rentabilidad en la empresa a la cual hicieron el estudio (Autonort Trujillo S.A), debido a que esta empresa presentaba algunas falencias, como la entrega de los vehículos, la demora en el mantenimiento, reteniendo demasiado un vehículo en el taller respectivo, la baja capacidad del personal de ventas para liderar la relación comercial con sus clientes y una percepción errónea de las necesidades de sus clientes los tramites de registro la documentación y a nivel post venta también presentaban retrasos. Por lo cual se diseñó un plan de mejora que involucra atender uno a uno los factores de mejora y aplicación de las alternativas, las cuales deben cumplirse según un plan de acciones, plazo, responsables y costo pre-establecido.

Ya a nivel nacional se hizo un “*estudio de factibilidad para la integración de vehículos eléctricos al sistema de distribución eléctrico*”, planteado por (Cordoba,España, 2015). Se habla de una integración de vehículos eléctricos al Sistema de Distribución Eléctrico de acuerdo a los distintos tipos de recarga, tomando en cuenta los diferentes horarios de demanda eléctrica en el país, para

lograr que la integración de los vehículos fuera factible y exitosa al parque automotor el gobierno ecuatoriano junto con las empresas tendrían que realizar un cambio de medidores, crear una infraestructura adecuada, incentivando a los usuarios de los autos eléctricos a utilizar las horas de menos consumo para efectuar las cargas domiciliarias. Por otro lado se realizó un estudio de factibilidad para el posicionamiento de la empresa electro repuesto vcc en la ciudad de Guayaquil. (Colcha, Katiuska, 2015), este estudio abarca toda la parte ensamble hasta la distribución y venta de repuestos para vehículos en todas sus marcas, debido a que no poseen el capital suficiente para la inversión de los repuestos, no alcanzan a cubrir con las expectativas del cliente. Para ello se sugiere realizar cambios e innovaciones al punto de venta y a las actividades para clientes actuales y potenciales, aprovechando la oportunidad del mercado, capacitar al personal e implementar un plan de marketing.

En la universidad del rosario en Bogotá se hizo un análisis estratégico del sector automotriz en Colombia elabora por (Quiroga, Munar, Peña, 2016) mediante el cual evalúan como está el mercado para los vehículos de gama media, ya que estos presentan mayores ventas a comparación de las de la gama baja y alta, destacando en esta investigación el gran auge que ha tenido la compra de vehículos en el país, de igual forma la venta de accesorios, ya que el cliente busca personalizar su vehículo a su gusto, abriendo un gran campo para la comercialización de estos.

A nivel local en la universidad autónoma se realizó un plan de negocio para la creación de un centro de diagnóstica e ingeniería automotriz Cali, elaborado por (Cabijas Serna, Gonzales Medina, 2015) en el cual denotaron que hay una gran oportunidad en el mercado en sector automotriz. En el estudio de mercado que realizaron se permitió analizar el entorno interno y externo del sector automotriz en la Ciudad de Cali, dando como resultado una aceptación de la empresa en el mercado, esto debido a la falta de empresas oferentes de este tipo de servicios, ya que las actuales no cuentan con la tecnología requerida y/o capacidad de atención,

enfocándose en tres factores como lo son: procesos, administración y servicio al cliente.

Todos estos proyectos tienen relación en algunos aspectos que comercializan con vehículos, ofertando servicios, buscan nuevas formas de poder adquirir fuerza en el mercado, de acuerdo al factor en el cual se van a desempeñar. Cabe recordar que en la economía actual las empresas las estrategias que se emplean es tratando de superar a la competencia, impactando el nicho de mercado en el cual se desenvuelve y perdurar en el tiempo, por ello para penetrar en este nicho de mercado, la empresa debe ser competente, ser responsables y eficientes en cuanto al trámite correspondiente, a la entrega del vehículo, hacer un seguimiento post venta, cumplir con las necesidades y expectativas tanto del ofertante como del comprador, ser intermediarios creando vínculos con otras empresas reconocidas ofertando otro tipo de servicios permitirá mayor cobertura, y rentabilidad.

1.5.3

Referente teórico. La administración es

uno de los componentes más importantes que tiene la empresa para salir adelante y de ella depende si se perdura en el tiempo de acuerdo al manejo de los conocimientos y el desarrollo que se le adopte, por otro lado contribuir para un buen manejo de todo y cada uno de los recursos que se tiene a disposición *“los recursos de una empresa son el conjunto de elementos indispensables para su funcionamiento”*. (Much, 2007, pág. 153). Es decir es el medio que contribuye a lograr objetivos, si se usa de manera coordinada dándoles un uso y una adecuada distribución. Para ello que el administrador debe conocer la empresa en su totalidad, tanto interna como externamente continuamente debe estar actualizándose de lo que pasa a su alrededor como afecta el dólar a la subida de los vehículos, como se comporta la competencia, que estrategias se están usando etc.

Satisfacer necesidades

“A medida que el hombre satisface sus necesidades surgen otras que cambian o modifican el comportamiento del mismo; considerando que solo cuando una necesidad está “razonablemente” satisfecha, se disparará una nueva necesidad”. (Colvin y Ruthan, 2008, pag.01). Este tipo de comportamiento es inminente en los seres humanos ya que cuando se siente que se satisface una necesidad surgen otras. Las personas buscan una autorrealización y más que todo buscan comodidad y cómo hacer más práctico su día a día en un mundo tan competitivo, es ahí cuando la relacionamos con la comercialización de todo tipo de vehículos y como pueden conseguirlos de manera rápida, practica y segura que garantice a las dos partes que intervienen vendedor-ofertante, de ahí que dice (Kotler, Armstrong, 2012, pág. 13) *“la satisfacción al cliente depende del desempeño percibido del producto en relación con las expectativas del comprador”.*

Teoría Tecnológica.

Uno de esos factores tanto financieros, humanos, materiales y más que todo tecnológico siendo la herramienta que más se utilizara para la ejecución de los objetivos trazados para alcanzar mayor cobertura de usuarios, y darse a conocer de manera masiva, siendo un factor clave para interactuar con los clientes, ofertar, contactar, tener una comunicación más rápida y eficaz. *“El crecimiento explosivo de las computadoras, comunicaciones, la información y las otras tecnologías ha ejercido una enorme influencia en la manera en que las compañías ofrecen valor a sus clientes”.* (Kotler,Armstrong, 2012, pág. 26) Al igual se trabajara a la par con todos los factores mencionados anteriormente con el fin de minimizar el factor riesgo y lograr mejores resultados.

1.5.4 Referente legal. Es importante generar en los usuarios proveedores y entidades de financiación confianza, es por ello que se debe tener todas y cada una de las regulaciones y cumplir con las obligaciones que como empresa se adopten. Por ello la empresa se registrará por la legislación colombiana vigente y dará cumplimiento a todas las normas jurídicas, tributarias, laborales, comerciales, basándose en el principio de la libre empresa contemplado en la constitución política colombiana, y basada en la ley de 1429 del 2010, la cual requiere lo siguiente:

- Verificar el nombre de la empresa que no se parezca a ninguna otra.
- Redactar los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios; y entre ellos y la sociedad.
- Tramitar en la Cámara de Comercio, el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal del suplente.
- Inscripción en el Registro. La Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; por lo que es importante cancelar el impuesto de registro, que tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.
- Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se abra una cuenta bancaria para dar apertura a la cuenta, y sin esto la DIAN no podrá registrar el RUT como definitivo.
- Posteriormente con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.
- Se debe llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.
- Se debe solicitar en la DIAN una resolución de facturación. Porque sin facturas es posible contratar.

- La empresa debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio de la ciudad correspondiente; entre los cuales están el Libro de actas y el Libro de accionistas. Al no haber registrado de estos libros conlleva a la pérdida de los beneficios tributarios que pudiesen presentarse.
- Se deberá registrar a la empresa en el sistema de seguridad social, con lo cual se da el aval para poder contratar empleados.

Conformación jurídica

La mejor opción de conformación de la empresa será a través de una sociedad por acciones simplificada SAS. Se optó por esta clase de conformación debido a que es la que más se ajusta a las expectativas, además se cobija con los beneficios otorgados por el gobierno nacional, por medio de la ley 1429. Se constituirá a través de la cámara y comercio de la ciudad de Cali, y se llevara un registro de las cuentas y datos financieros que se generen en la actividad económica.

La sociedad comercial se podrá constituir a partir de tres tipos de documentos:

- Acta de constitución
- Escritura publica
- Documento Privado

Documento privado que será el plan de negocio que brinda un mayor respaldo legal, además de ser generalmente aceptada por todos los estamentos públicos y privados del país.

Posteriormente se deberá realizar Registro industria y comercio: El impuesto de industria y comercio de avisos y tableros el cual incide en las actividades industriales, comerciales y de servicio que se ejerzan o se realicen directa o

indirectamente, personas naturales, jurídicas o sociedades de hecho, ya sea que se cumplan de forma permanente u ocasional en inmuebles determinados, con establecimientos de comercio o sin ellos.

1.6 ASPECTO METODOLÓGICOS

1.6.1 Tipos de estudio. Los tipos de estudio que se utilizan para la realización de este plan de negocio son:

Estudio descriptivo:

Este estudio se utiliza para la caracterización de dicho sector, como primera instancia se realizara la búsqueda de información detallada sobre el servicio del sector automotriz. Esta descripción se basa en la forma en que dan los servicios, cuantas personas lo utilizan, cuales son los pros y los contra de ofrecer dicho servicio y así mismo obtener una información relacionada a la descripción detallada de dicho tema, además analizar la necesidad que estas empresas requieren a la hora de ejecutar un plan de negocio.

Estudio cuantitativo:

Este estudio se utiliza para el análisis numéricamente la compra y venta de vehículos usados en el sector, también ayuda para tener un valor cuantitativo sobre el uso de los servicios que se pretenden ofrecer, todo esto se acompaña con la realización de una encuesta enfocada sobre la demanda, que contara con una prueba piloto acerca del sector automotriz, para que con ello la información pueda ser generalizada para una mayor comprensión posible, y así contribuir con un conocimiento predictivo frente al comportamiento del consumidor.

1.6.2 Métodos. El método de recolección de datos que se utilizara para obtener una información más detallada será:

Método de encuesta:

Se realizan encuestas con el fin de obtener la información necesaria para adquirir un conocimiento, en la percepción del consumidor frente a dicho servicio, la utilización de esta, la frecuencia con la que utilizaran los servicios, la confianza que siente al utilizar este mismo, entre muchos otros aspectos, la realización de la encuesta se deberá a ser a las personas que compran carros usados más que todo. Porque allí es donde se puede conseguir respuestas válidas para tener una información básica sobre el servicio que se va a ofrecer para conocer el punto de vista del consumidor.

1.6.3 Método de recolección de información

1.6.3.1 Fuente Primaria. Este tipo de información se obtiene de entrevistas con los dueños de diferentes empresas que están dentro del sector automotriz ya que es una información personal donde esa información puede ser generada para un conocimiento más amplio, también se puede buscar información desde otros puntos de vista y no solamente hablando con los dueños de diferentes empresas si no también con personas que están relacionadas con el tema como tramitadores y oficiales de tránsito relacionado con este tema.

1.6.3.2 Fuente Secundaria. Este tipo de información ya viene plasmada en distintos lugares como por ejemplo periódicos en las secciones del como el ADN, Qhubo, publicidad mediante Instagram, Facebook, el país, tu carro.com, correo electrónico, whatsApp. Con el objetivo de completar información que no se pueda obtener en la fuente primaria y así conseguir otros tipos de conocimientos para el análisis de dicha información.

1.6.5 Tratamiento de la información. Después de realizar la encuesta, se debe hacer un seguimiento sobre los resultados de esta, es decir, se va a analizar cada pregunta hecha en la encuesta con su respectiva prueba piloto, con esta información nos permite ejecutar un servicio más eficiente dentro del plan de negocio, esto a su vez ayuda a la prospección de datos que buscan realizar una conclusión más acercada al tema. Estos datos serán presentados mediante una gráfica, circular.

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL MERCADO

El informe del Comité Automotor de Colombia, que lo integran la Andi, Fenalco y la firma Econometría, señalan que el incremento en las ventas de autos nuevos es positivo dado que superó en seis puntos porcentuales la inflación causada en el 2014, que fue de 3,66 % en todo el país.

Las expectativas que tenía el sector automotriz respecto a la venta de carros nuevos y usados se cumplieron para ese año, a pesar de que la moneda estadounidense estuvo muy volátil y en ese momento alcanzo un techo de dos mil cuatrocientos pesos por cada uno.

Según el Dane, el departamento del Valle del Cauca creció en ventas de autos, cero kilómetros 10.2% respecto al año 2013, pasando de 27.687 a 33.170. Esta situación nos permite indicar que a pesar de que la inflación que se presentó en la Ciudad de Cali fue de 3.79%, las ventas de carros aumentaron en cinco puntos, debido a que la economía de la región se manejó con indicadores aceptables de crecimiento dado que el poder adquisitivo de las personas de la región aumento. “Estas cifras dan cuenta del dinamismo que muestran el consumo y la economía regional. No solo en el segmento de vehículos, sino también en el comercio”, se notó alta participación de productos manufacturados y de servicios.

El Valle del Cauca fue el tercer departamento del país que reportó las mayores ventas. El primer lugar fue para la capital del país con 119.966 vehículos nuevos matriculados el año pasado. Esas ventas le representaron un aumento de 36,8% respecto del 2013.

El segundo lugar fue para Antioquia, región en la que se matricularon 44.128 autos nuevos. La cifra mostró un aumento de 13,5 % comparado con el 2013, indica el informe del Comité.

A pesar de la topografía de nuestro país, que tiene todo tipo de carreteras, y demanda de diversos vehículos, el automóvil es el automotor más vendido y en el Valle no hay excepción.

El año pasado los vallecaucanos matricularon 20.365 automóviles. Le siguieron los utilitarios o SUV.

Según Juliana Rico Ospina, directora Ejecutiva de la Cámara de la Industria Automotriz de la Andi, indicó que en este año, el crecimiento no se presentará en los mismos niveles de 2014, con respecto de 2013, debido al comportamiento del dólar, porque representará un incremento de precios en los vehículos.

Consideramos que a pesar de que cada día en las secretarías de tránsito de todas las ciudades del país, se matriculan todo tipo de automotor, los niveles de saturación en nuestro país están lejos de alcanzarse. La dificultad se presenta en las ciudades capitales, debido a que en el 50% de los hogares se dispone de mínimo dos autos. Las familias han recurrido a la compra de un auto nuevo u otro usado, para atender la restricción del pico y placa, a pesar del comportamiento de la divisa norteamericana, de que hoy sube y mañana baja, es que las tasas de interés permanecerán competitivas y permite el financiamiento amplio para el mercado automotor.

El análisis nos permite indicar que los vehículos importados serán los más afectados con la tasa de cambio actual, y los vehículos ensamblados en el país deberán asumir esa realidad, pues muchas de sus partes son importadas, afectando el precio final del vehículo. (El País, 2015).

Analizaremos ahora, la relación costo y beneficio al momento de adquirir un vehículo o cambiarlo por uno nuevo. La decisión se toma por: el nivel de satisfacción y necesidad del cliente.

El vehículo es una adquisición importante para atender la necesidad de las personas en cuanto a la movilización, puesto que le permite desplazarse desde sus hogares

a sus lugares de trabajo o para desarrollar sus actividades diarias, bien sea en la ciudad o por fuera de ella, por eso se presenta un aumento en la compra y venta de vehículos usados , viéndose reflejado así mismo en el aumento de matrículas dentro de la ciudad frente a los años antes mencionados, (2013 - 2104),teniendo en cuenta la valoración del dólar.

Las empresas que se dedican a la venta de automóviles nuevos y usados crean estrategias comerciales, para que sus ventas no disminuyan, a pesar de la volatilidad del dólar, porque a medida que este suba, el valor del vehículo aumentara y por ende las personas pensarán antes de comprarlo, entonces, aparecen los métodos de financiación para contrarrestar el efecto económico negativo que esta moneda genera, en este caso se optara por comprar un auto usado, los costos se reducen, porque estos no tienen los mismos impuestos y aranceles que un carro nuevo

2.1.2 Análisis del sector. En cuanto a las barreras de entrada y salida de este mercado, según (Garcia, 2013,párr.03), la venta de vehículos en Colombia está calculada entre las 250.000 a 300.000 unidades. Aunque es normal que las ventas caigan después de una comercialización record, debido a factores regresivos en el país que empujaran a que el sector se deteriore aún más.

Si se comparan con la inflación en Cali, el aumento en las ventas de carros en la región también son halagadoras, pues crecieron cinco puntos por encima del alza de los precios en el año, los cuales subieron 3,79 %, según el Dane. (EL PAIS,p.01 2015).

No debemos olvidar que las barreras de un plan de negocio, se deben afrontar a la hora de ofrecer un producto o un servicio, las cuales están relacionadas con el medio ambiente externo en el que se mueva, como lo es la competencia, los precios, el mercado e incluso los grupos sociales que a los que está dirigido el mercado.

En el sector automotriz las barreras que surgen empiezan en el entorno económico porque las leyes económicas que dinamizan este sector son cambiantes, y son influenciadas por la ley de la oferta y la demanda volviendo más vulnerable el plan de negocio frente a la demanda, en el nicho del mercado en que este posicionado el producto. Algunas barreras que frenan las entradas y salidas de dichos negocios están determinadas por la confianza del consumidor, la reforma tributaria, expectativa económica frente al TLC, la movilidad, y las pérdidas del valor comercial y poder de negociación de los proveedores.

Para estos tipos de negocios que son basados en servicios de compra y venta de vehículos nuevos y usados, es complicado contrarrestar dicha situación, ya que el mundo es un entorno cambiante, donde cada situación y problema debe manejarse bajo una perspectiva distinta.

Dentro del plan de negocio de venta y compra de vehículos usados, es importante resaltar que al crear una empresa en el sector automotriz, lo más difícil es conseguir la confianza de los clientes, llámense proveedores o compradores, porque son ellos los que ofrecen los carros con condiciones económicas y es del dueño de la empresa quien tiene el poder de negociación al poseer el dinero para hacer la transacción. Es mucho más fácil negociar un carro usado que nuevo, porque se puede manejar una tarifa media frente al valor que se esté moviendo en el mercado y depende de la marca y el modelo, además del estado en que se encuentre, pero, esto puede ser un arma de doble filo más para el dueño del negocio que para el cliente.

Confianza del Consumidor

Según Fe desarrollo, el índice de confianza del consumidor colombiano se ubicó en 23,1% en el primer mes del año 2013, lo que significa una caída de 9.6 puntos porcentuales frente a enero de 2012. Esto no es más que un descenso en la intención de adquirir bienes durables. Si creemos que la venta de vehículos nuevos va a superar la barrera de las 300.000 unidades, pero así como decimos esto,

reconocemos que el problema en esa meta es la pérdida de confianza del consumidor en la economía del país. Aunque las tasas de interés están bajando y los precios de los vehículos no han subido de precio, la gente tiene miedo a endeudarse a tres años. (Visbal, 2013, párr.07).

En el sector automotriz la compra de un vehículo nuevo en muchos casos no es viable para muchas personas, ya que no pueden pagarlo de contado y requiere de financiación, ya sea por medio de un banco o por medio de Leasing y lo puedan pagar por cuotas, lo que aumenta su valor. Además, de que ellos también deben pagar servicios, arriendo, entre muchas otras obligaciones, y es por esto, que se reduce la confianza del consumidor a la hora de adquirir un vehículo nuevo.

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

2.2.1 Análisis de la demanda. *“La venta de vehículos nuevos en Colombia cayó un 13,2% entre 2014 y 2015, mientras que en el promedio mundial creció un 0,7%. ¿Cómo está el mercado automotor en Colombia con respecto al mundo? (Dinero, 2016,parr.01).*

En el mercado de la compra y venta de vehículos usados, existe una forma en que la economía se ve envuelta en la relación costo-beneficio tanto para el comprador como para el vendedor, trae consigo unas consecuencias para las empresas que se dedican a este tipo de negocio, la compra de vehículos nuevos ha venido bajando es menor debido a que el dólar sube cada día, a esto se le suma que el margen de utilidad se disminuye debido a que cada día es necesario aumentar más pesos para la compra de los dólares con que se pagaran los vehículos nuevos a los fabricantes y el mercado interno de los usados, se ve disminuido por el poder adquisitivos de las personas., lo que los lleva a utilizar transporte público como lo es, el mío, taxi, buses entre otros y no comprar un carro de segunda o nuevo por el costo y porque sus ingresos mensuales no crece mensualmente.

Según las estadísticas, Colombia decae un 13,2% entre el año 2014 y 2015, esto ha sido un gran golpe para la industria automotriz, ya que, Colombia es uno de los países sudamericanos en donde más automóviles hay vigentes, en uso y sobretodo matriculados, pero, ¿porque el porcentaje decae? se podría decir, que la forma en que la economía dinamiza los diferentes sectores de la producción del país repercute en las decisiones estratégicas de dichas empresas. Para ser más específicos, en el caso del sector automotriz, la compra y venta de carros nuevos o usados decrece a medida que la economía se mueve en el entorno, es por esto que los consumidores se fijan en los precios de los automóviles, y analizan cuales son las verdaderas necesidades que deben suplir, para comprar un auto ya sea usado o nuevo.

Las personas toman la decisión de adquirir vehículo nuevo o usado dependiendo de la situación económica en que se encuentren, porque no pueden descuidar sus obligaciones o necesidades primarias por atender la compra de un bien material, que aunque les presta un servicio en algunos casos se toman como un bien de lujo.

Proyección de venta de carros usados.

Otro ejemplo de la disminución en la adquisición de vehículos nuevos o usados, son las exageradas alzas generadas en el precio de los mismos. Para ilustrar veamos como el Renault Clio modelo 2014 que tenía un avalúo en el 2015 de \$24,9 millones, saltó a \$51,7 millones, es decir, aumentó 108 %. Ahora se hizo la corrección a \$25,8 millones, para un incremento de solo 3,6 % frente al año pasado (El País,2016,párr.07)

La relación precio-producto es una de las fuentes de compra que utilizan la mayor parte de los compradores en este sector de la economía. El aumento de los precios en cualquiera de las modalidades (nuevos o usados), hace que las ventas se disminuyan porque los oferentes desean mantener el margen de utilidad, sin tener en cuenta que los vehículos en Colombia se venden por modelo y no por el estado en que se encuentren ya que son menos consumidores que tienden a comprar

automóvil a un precio no razonable, sin tener en cuenta que la situación económica siempre tendrá que moverse de una forma equivalente a los gastos de una persona. Se piensa en las necesidades personales y después en la común, esto refiere, a que la venta de los carros usados debe ser por necesidad del propio consumidor y es donde el vendedor debe conocer los puntos básicos de servicio para enganchar al mismo con la finalidad de hacer el negocio.

Con ayuda de los préstamos financieros, la venta de los vehículos crece a pesar del incremento de los precios en los carros, es mucho más fácil para el consumidor pagar por cuotas mensuales moderadas un usado que uno nuevo, que sacar de sus ahorros el valor total del automotor.

2.2.2 Análisis de la oferta. “En el primer trimestre de 2014, se vendieron 66.988 unidades de vehículos automotores de los cuales, 34.471 correspondió a automóviles particulares (51,5%); 14.538 unidades a camionetas (21,7%); 9.820 unidades a camperos (14,7%); 5.123 unidades a vehículos de transporte público (7,6%); y 3.036 unidades a vehículos de carga (4,5%).” (DANE, 2014. P.01). La compra de vehículos en el valle del cauca está incrementándose sorprendentemente, ya sea de vehículos nuevos o vehículos usados pero pocas empresas optan por brindar un acompañamiento con la venta de los vehículos, por lo que garantizar un sistema de servicio integrado como lo es un asesor especial para la realización de toda la documentación del vehículo que se le acaba de ofrecer o ayudando a reducir el tiempo que el cliente puede gastar en realizar los pagos oportunos, nos genera un valor agregado a los servicios que se están ofreciendo, se le garantiza al cliente estabilidad del servicio.

La empresa contara con los vehículos de los posibles clientes que deseen oferta por medio de nuestra empresa, los cuales serán los proveedores directos, pero también se contara con las empresas, con las que se tendrá convenio, las cuales son:

- Aval autos: Revisión técnico mecánica y peritaje.
- Tecno rin: Rines nuevos y usados, Pintura, reparación, mantenimiento y polichado.
- Andrés Rico Automotores: Polarizado, porcelanizado, lavado inferior y exterior del automóvil.

Participación en el mercado

“Es importante aclarar que cuando hablamos de la categoría “vehículos” esta la componen carros, camiones, vehículos comerciales y motos. Según datos de la plataforma de clasificados, la ciudad con más avisos publicados en Colombia es Bogotá ya que cuenta con el 35% del total de anuncios. Las ciudades que le siguen a la capital del país son Cali y Medellín con 21.7% y 18.7% respectivamente. Entre las tres principales ciudades del país, conforman el 76% de toda la oferta la aplicación que lidera el mercado en Colombia. En cuarto y quinto lugar, alejadas de las tres primeras, se encuentran Bucaramanga y Barranquilla con 8.6% y 6.3%.” (Portafolio, 2017. P.03)

Con respecto a los porcentajes anteriores se puede deducir que Bogotá monopoliza el mercado vehicular con 35%, proporcionando la compra y venta masiva de medios de transporte como lo son carros, camiones, vehículos comerciales y motos, es decir que la comercialización en este sector, aporta la mayor fluidez de salida en cualquiera de estos vehículos. Por otro lado Cali se introduce en el mercado automotriz con el 22%, y Medellín con 19%, se concluye que Cali y Medellín no monopolizan el mercado automotriz en Colombia por la diferencia de población que existe entre estas tres ciudades. La población en Bogotá es excesiva con 8,081 de millones de habitantes, Cali con 2,244 millones de habitantes y Medellín con 2.464 millones de habitantes, el hecho de que la diferencia sea notoria no significa que toda esa población tenga un medio de transporte, pero si realiza las posibilidades de mayores compradores. Estas tres ciudades conforman el 76% del mercado automotriz, liderando el mercado en Colombia.

“En el reporte de Andemos de mayo de 2017, el top 5 de ciudades con mayor participación de la industria automotriz se evidencia que las ciudades que lideran ese ranking son Bogotá (32%), Cali (9.2%), Medellín (6.6%), Envigado (4.9%) y Barranquilla (3.5%).” (Portafolio, 2017 p.04). De acuerdo al reporte de andemos existen 5 ciudades que tienen la mayor participación en el mercado automotriz como lo son: Bogotá, Cali, envigado, barranquilla. Estas ciudades se destacaron por adecuar precios, visionar sus mercados y destacar sus atributos.

Precio

La empresa fijara un precio por encima del precio habitual, ya que se pretende poder negociar con el cliente, quien generalmente pide descuentos, y llegar así a un precio estipulado en donde se beneficien las dos partes, teniendo precios justos, que estén acorde al vehículo o que se oferte. En donde la empresa tendrá un nivel de intermediación del 3% de ganancia por venta.

Sistemas de comercialización

- Para el proceso de comercialización se establecen las siguientes estrategias, de la cuales se le proporcionara al comprador del vehículo la más conveniente.
- Lo ideal es fijar un precio un poco por encima del estimado para poder negociar con el cliente y que ambas partes queden satisfechas.
- Se le entregaran todos los papeles del vehículo, se conservaran las copias, como lo son carta de recibido donde describa que la venta se hizo en condiciones normales.
- Lo más seguro y práctico es exigirle la realización de una transferencia bancaria a su cuenta personal. De esta forma el dinero no pasa de 'mano en mano' y no se expone ninguna de las partes a un asalto
- Para determinar el valor que tiene su carro debe tener en cuenta el año, el modelo y el kilometraje. Además la carrocería, la pintura, la tapicería y demás deben estar en perfectas condiciones.

- Debe tener los impuestos, el seguro obligatorio y demás papeles totalmente al día.

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO.

Entre los elementos de este sistema de servucción se encuentran el cliente (consumidor, implicado en la fabricación del servicio), el soporte físico (soporte material), el personal en contacto (persona en contacto directo con el cliente), el servicio (este resultado constituye el beneficio que debe satisfacer la necesidad del cliente), el sistema de organización interna (no visible para el cliente, funciones clásicas de la empresa) y por último, los demás clientes (intercambio de comunicación entre clientes). (Briceño & García, 2008,p.24)

Cada uno de estos elemtos cumple un rol importante dentro de la empresa, ya que le permite llegar de la mejor manera al cliente, logrando su fidelizacion, ya que existe una buena gestion de calidad en el servicio que se le esta prestando, en este caso es la venta o compra de vehiculos, con su respectiva tramitologia, en donde se le reducira el tiempo que el cliente gasta en este tipo de tramites, ya que no tendra que desplazarse muchas veces a realizarlas, porque la empresa las efectura cumpliendo los tiempos y presupuesto previamente estipulado, entre el cliente y la empresa.

La empresa operara de manera fisica, teniendo una oficina en donde los clientes haran parte del proceso de compra o venta del vehiculo, por medio de la integración con el personal, los clientes podran llegar y conocer el vehiculo de su interes, teniendo contacto directo y de manera personal con la empresa, en donde se los orientara de una manera respetuosa y oportuna, haciendolo parte de la familia empresarial, atendiendo a cada uno de manera personalizada, que conlleve a que esta persona se vuelva un cliente habitual de la empresa.

Otra forma que operara la empresa es mediante una plataforma virtual, en donde se integraran los servicios que presta la empresa, no solo los vehículos a ofertar,

también estarán presentes los servicios de: mantenimiento, venta de seguros, peritaje, polarizado, cambio de llantas, rines, latonería y pintura, lavado y polichado, en donde periódicamente se estarán subiendo ofertas o descuentos, que los clientes podrán seleccionar por medio de la página web, y si se registran en ella la información les llegara en tiempo real, y de este modo tener un contacto inmediato y en todo momento con la empresa, teniendo en cuenta la información suministrada por medio de la página, la empresa hará un manejo fiable, respetuoso, discreto y reservado de los datos que generen los clientes.

Los clientes podrán encontrar en la página web, variedad de vehículos usados, en donde se guiara al cliente de manera personalizada, y se le realizará un test si lo desea, para ver que vehículo se ajusta a su perfil y necesidades, en donde la plataforma será interactiva, atractiva, que impacte visualmente, en donde los cibernautas se sentirán a gusto de navegar en ella, con links de fácil acceso para todo público. Siendo así una empresa intermediaria entre el cliente y el ofertante, en donde las personas que deseen vender su vehículo contactaran a la empresa y esta creara el vínculo con los posibles clientes, y los guiara en el proceso de traspaso, realizando la tramitología necesaria para reducir el tiempo que los clientes invierten en esto.

Fortalezas frente a competidores:

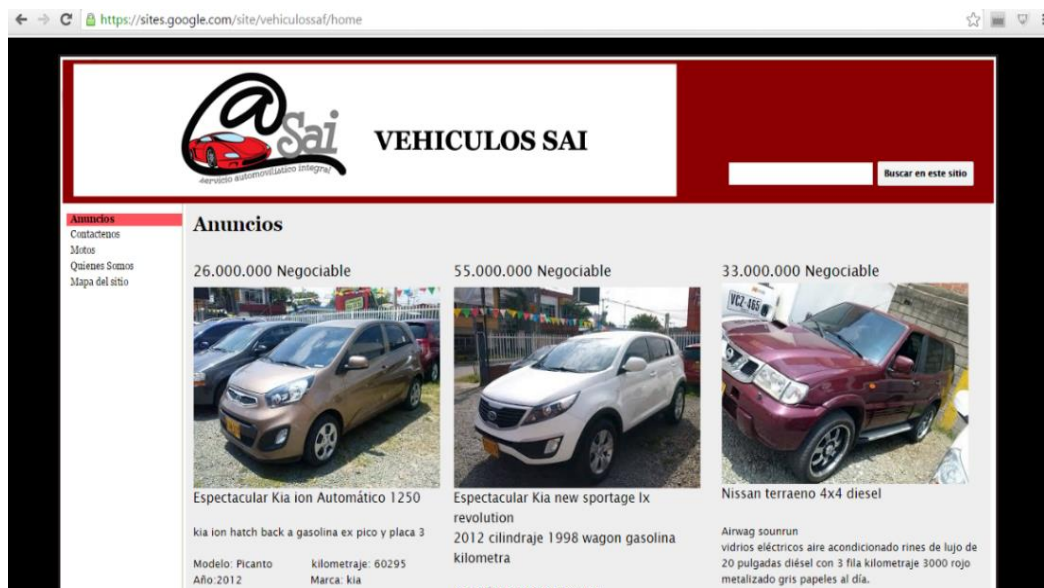
La empresa contara con todas las herramientas tecnológicas y físicas para realizar un servicio eficaz y oportuno, en donde se estará en contacto directo con los clientes, involucrándolos en cada uno de los procesos del servicio que tomaron, con un tiempo de entrega oportuno que no exceda los tiempos establecidos con el cliente, siendo agiles en la tramitología que conlleva la compra de un vehículo usado, como traspaso, matricula, pago de impuestos si se requiere, los cuales los realizara el personal de la empresa, ya que se contara con un medio de transporte como carro y moto, para realizar las respectivas diligencias que conllevan los

servicios de la empresa, y de este modo el cliente pueda utilizar este tiempo que generan estos trámites en otras actividades de su interés, ya que no deberá desplazarse periódicamente a efectuar los tramites, además la empresa contara con la página web, redes sociales como, Facebook, Instagram, WhatsApp, con una actualización permanente, contara con herramientas para filtrar por marcas, precio y año, en donde se publicara continuamente los automóviles que estén disponibles, los más buscados y los más vendidos, en donde los clientes podrán contactarse con la empresa de una manera fácil y rápida, para encontrar el vehículo que se está buscando.

Debilidades frente a competidores: Una de las mayores debilidades de la empresa, es el poco reconocimiento con el que se contaría, ya que al ser una empresa nueva se debe empezar a ganar confianza y credibilidad por parte de los clientes.

Página web: La plataforma contara con vínculos de fácil acceso y estarán disponibles mediante fotografías con la respectiva información del vehículo a ofertar, adicionalmente contara con la información de la empresa, y link que lleven al usuario por un recorrido de todos los servicios que ofrece la empresa.

Figura 1. Página Web



Fuente: Autores

2.3.1 Clientes. La empresa está enfocada hacia un nicho de mercado muy amplio, puesto que los posibles clientes para el emprendimiento presentado, son todas las personas que deseen adquirir vehículos usados a buen precio, de una forma fácil y ágil, siendo asesorados en los requerimientos y ayudándolos a encontrar su carro ideal, o el servicio de su interés, ofreciéndoles total confianza ya sea en la empresa física, o mediante la plataforma web.

Tabla 1. Clientes Potenciales

ACTIVIDAD	EDADES	ESTRATO SOCIO-ECONÓMICO	UBICACIÓN	INGRESOS
Empleado	23 – 50 años	2,3,4	Santiago de Cali (Comuna 10)	\$800.000- \$2'500.000
Independiente	25 – 62 años			\$689.454 - \$1'500.000

Fuente: Autores

Como se puede observar en el cuadro, los clientes potenciales son empleados, personas independientes y dentro de estas personas jubilados, los cuales deben contar con capacidad adquisitiva para comprar vehículos, es decir deben contar con los recursos para pagar los servicios que ofrece la empresa.

La estratificación socioeconómica de los clientes potenciales, a pesar de que no es prioridad para la empresa, ya que todas las personas que requieran asesoría para la compra, venta de un vehículo, o alguno servicios que se ofrece, la recibirán sin tener en cuenta su estrato, porque la empresa contara con distintas posibilidades en cuanto a precios para distintos tipos de poder adquisitivo que presenten los clientes, sin embargo los estratos 2,3,4 de la comuna 10, que sería el objetivo de la empresa, ya que generalmente presentan un rango de ingresos mayor que otros estratos y cuentan con la capacidad de pago de los servicios que ofrece la empresa. Actualmente el adquirir un vehículo dejó de ser un lujo exclusivo de pocos, y la empresa busca contribuir en la consecución de uno de los mayores sueños de la población del país que es tener carro propio.

- Tamaño de la muestra

Se realizara una segmentación por edades y estratificación, que constituyen la población a la cual va dirigida la empresa, y de este modo determinar el tamaño de muestra, que establezca el número de encuestas necesarias.

Para determinar el total de la población que pertenece a los estratos 2,3,4 en la ciudad de Santiago de Cali, se utilizó la fuente de información de Proyecciones de población de Cali por barrio, comuna y corregimiento 2006-2036/DAP. Los datos fueron proporcionados por la oficina del DANE, situado en la Universidad Javeriana de Cali, con lo cual se pudo establecer la siguiente muestra.

Teniendo en cuenta que los datos se generan con Proyecciones quinquenales, se puede determinar que para el año 2016, para el estrato 3 es de 662.279 y la

población para el estrato 4 es de, 112.947 personas, entre hombres y mujeres, con lo cual la suma de estos valores sería 775.226

$$\frac{\text{Total población estratos 3,4 y 5}}{\text{Total Población Cali}} = \frac{775.226}{2,394,925} \times 100 = 32\%$$

$$\frac{\text{Total población con edades entre 25 y 55 años.}}{\text{Total población estratos}} = \frac{724.578}{32} \times 100 = 231.864$$

Del porcentaje recolectado del Departamento Administrativo de Planeación de las Proyecciones de población de Cali, el porcentaje que comprende los estratos 2,3,4 y de la ciudad de Santiago de Cali, es el 32% del total de la población, y las edades entre los 25 y 55 años, presenta un total de 328.356 personas.

A continuación se determinara la muestra para determinar el total de encuestas a realizar:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Dado que la población es muy grande (mayor de 100.000 personas) se utilizara con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

N= Población total (451.489 personas) con edades entre los 25 y 55 años, en los estratos 3, 4 y 5 de Cali.

Z= Desviación estándar- intervalo de confianza del 95%=1.96

e= Margen de error 5

P= hipótesis de la proporción de la población con características distintivas de la población con características distintivas de opción de compra 50 %

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{((231.864) * 1.96^2 * (0.50 * 0.50))}{((231.864 - 1) * (0.05^2)) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$n = 222.682 / 580.617$$

n= 38 encuestas

Con lo anterior se pudo establecer que el tamaño mínimo de muestra a encuestar son 38 personas.

1. ¿Tiene pronosticado adquirir un vehículo?

a) Usado b) Nuevo

2. ¿Cuál de estos vehículos usados estaría dispuesto a comprar?

a) Moto b) Carro c) Camioneta d) Buseta e) Camión

3. ¿Cada cuánto cambia usted su vehículo?

a) Cada dos años b) cada 4 años c) más de 5 años

4. ¿Al cambiar sus vehículos prefiere?

a) Nuevo b) Usados

5. ¿Tiene confianza en sitios web para adquirir algún bien?

Sí__ No__

6. ¿Ha utilizado usted sitios online para adquirir bienes y servicios?

a) Si b) No c) A veces

7. ¿Ofertaría un producto en una página web?

Sí__ No__

9. ¿Conoce alguna página web que ofrezca servicios de mantenimiento, venta de vehículos y artículos para estos?

Sí__ No__

10. ¿Le parece una buena opción una página web como medio para comprar vehículos?

a) Si b) No c) Tal vez

11. ¿Se ha desmotivado usted por el papeleo que se presenta por los trámites correspondientes?

a) Si b) No

12. ¿Qué medio de pago utiliza con más frecuencia?

Efectivo__ Tarjeta de crédito__ Cheque__ Por transacción__

14. ¿Realiza muy de seguido revisiones a su vehículo?

Sí__ No__

- Selección única

15. Qué tipo de servicio usted frecuenta más?

- a) Tramitología
- b) Soat
- c) Polarizado
- d) Peritaje
- e) Llantas y rines

- f) Pintura
- g) Reparación
- h) Brillado o Polichado
- i) Mantenimiento
- j) Lavado

16. Con que frecuencia utiliza nuestros servicios?

- a) A diario
- b) Semanalmente
- c) Quincenalmente
- d) Mensualmente

2.3.1.1.1 Fuente: Autores

La localización geográfica de los clientes será:

Los clientes potenciales estarán ubicados en la ciudad de Santiago de Cali, de la comuna 10, la capital del departamento del Valle del Cauca, ubicada al suroccidente de Colombia, y la cual es la tercera ciudad más importante del país.

Cali es una Ciudad que cuenta con una población en crecimiento como se evidenciara en la siguiente tabla.

Tabla 2. Protección Poblacional de Cali

2014	2015	<u>2016</u>	2017	2018	2019	2020
2.308.086	2.333.213	<u>2.358.253</u>	2.383.392	2.408.653	2.434.110	2.459.698

Fuente: Proyecciones de población municipales por área 2005-2020 /DANE

En esta tabla se puede evidenciar que para el año 2016 Cali cuenta con 2.358.253 habitantes, los cuales están en continuo crecimiento, siendo así una de las ciudades más pobladas de Colombia, y la cual está ubicada en un punto estratégico para el fácil acceso de las personas de distintas regiones del país.

2.3.2 Competencia. Actualmente, existen varias empresas en Cali que ofrecen servicios similares a los de la empresa en la ciudad de Cali, pero pocas integra los servicios de compra y venta de autos usados junto a la tramitología que requiere el traspaso a una nueva persona realizada por la empresa, adicional se ofrecerán servicios como mantenimiento, venta de seguros, peritaje, polarizado, cambio de llantas y rines, latonería y pintura, lavado y polichado, que son beneficios conjuntos que pueden adquirir por medio de la empresa, para obtener beneficios como descuentos y un seguimiento continuo a cada automóvil.

Entre los competidores más fuertes de compra y venta de automóviles se encuentran marcas como: Chevrolet, Renault, Hyundai, Mazda y Kia, quienes además de vender carros nuevos, han incursionado en la compra y venta de autos usados, ya que actualmente cuenta con un mercado amplio de usuarios.

Marcas como Chevrolet han identificado que el comportamiento de sus ventas tanto en usados como en nuevos es similar. El año pasado, por ejemplo, su participación en el mercado fue la misma en ambos casos: 27%. Según el RUNT, se realizaron 187.443 traspasos de autos de la marca del corbatín. El segundo lugar de este listado lo ocupó Renault, con 89.760 unidades; luego siguió Mazda, con 58.119; Hyundai, que registró 39.137, y por último Toyota, con 29.604 vehículos. (El espectador, 2013, párr.3)

Sin embargo estas empresas su principal objetivo de venta son los carros nuevos 0Km, poniéndole todo su interés en estos, aunque también ofrezcan la alternativa de compra y venta de autos usados, sin embargo existe otro canal de distribución de mayor preferencia que son concesionarios pequeños, los cuales otorgan un mejor precio que las empresas mencionados anteriormente, por tal motivo la

competencia directa serán las microempresas o concesionarios pequeños que su enfoque principal o primario son los autos de segunda, y manejan precios relativamente más bajos que los grandes competidores, entre ellos se encuentran:

Tabla 3. Competencia

COMPETENCIA DIRECTA		
NOMBRE	IDENTIFICACIÓN	SERVICIOS
AUTOMARCALI	Dirección: Av pasoancho N° 70-74 Cali, Colombia Contacto: Tel: (57) (2) 3152250 Página web: www.automarcali.com	Este es un concesionario de la marca Chevrolet se dedica a la venta de autos usados, y ofrece los servicios de taller y repuestos y accesorios para la marca Chevrolet, venta de seguros, y mecánica.
DEMOTORES.com	Página web: www.demotores.com	Esta empresa es una plataforma para publicar avisos de venta de vehículos usados, motos, camiones y náutica, funcionando como una sitio de clasificados virtuales.
CARROYA.COM	Dirección: Av Calle 26 No. 68B - 70. Bogotá, Colombia Contacto: Teléfono (+571) 426-6556 contactenos@carroya.com Página web: www.carroya.com	Esta es una empresa dedicada a la compra y venta de vehículos de segunda, en todo el país, de igual forma convenios con distintas empresas para, combos de mantenimiento de algunas marcas específicas, cambio de aceite, avalúo y peritaje, venta y cambio de rines de lujo, entre otros.
AUTOPACIFICO	Dirección: Sede Norte Avenida 3N # 34 esquina. Teléfono: 4853020 Página web: www.autopacifico.com.co	Este concesionario cuenta Con el respaldo de GM Colmotores-Chevrolet, y ofrece servicios de venta de vehículos nuevos y usados también mecánica rápida,

		especializada, colisión, Diesel, pintuexpress, lubriexpress, repuestos y accesorios.
ANDRÉS RICO AUTOMOTORES SAS	Dirección: Calle 9 # 46-15 Contacto: Teléfono (+571) 392 3944 Página web: www.sites.amarillasinternet.com/	Esta empresa se dedica a la compra y venta de vehículos usados, en la ciudad de Cali.

Fuente: Autores

En la tabla se evidencian empresas que prestan el servicio de venta de vehículos de segunda y diferentes accesorios, por tal motivo la empresa, pretende prestar un servicio integro en el tema de vehículos con factores diferenciadores, que le den un plus a la marca y fidelice a los clientes, no se enfocara solamente en la compra y venta de vehículos como algunos de los competidores observados, se pretende incursionar en el mercado con un portafolio más amplio, en donde los clientes encuentren desde un vehículo y todo lo referente a él en un en un solo lugar, con la guía de asesores que los acompañaran en todo momento, ya sea virtual o personalmente si lo requieren, para encontrar el carro ideal de cada comprador, de igual manera se ofrece el servicio de tramitología por parte de la empresa, con lo cual el cliente no se ahorra el tiempo gastado en estos procesos, agilizando tiempos y costos.

Por tal motivo la debilidad de la competencia está centrada en que la mayoría vende el vehículo y el comprador debe realizar la tramitología necesaria para ver si el vehículo que compra está en buen estado, y realizar el traspaso de este, en donde se ve una oportunidad de emprendimiento ya que la empresa prestara este servicio conjunto con todo lo necesario cuando se requiera comprar y vender un automóvil usado.

A continuación se realizara una Matriz comparativa de la empresa con su competencia, con un rango de 1 a 5, en donde cada uno equivale a: 1 ineficiente, 2 regular, 3 bueno, 4 sobresaliente y 5 excelente.

Tabla 4. Matriz comparativa entre empresa y competencia

CRITERIOS	COMPETENCIA				
	Automarcali	Autopacifico	Demotores.com	Carroya.com	Andrés rico automotores SAS
Localización.	5	5	3	4	5
Promociones.	5	4	4	5	2
Estrategias de Precios.	4	4	3	5	3
Estrategias de mercado.	5	5	5	4	2
Comunicación efectiva	4	5	4	4	4
Disponibilidad y variedad de autos.	4	4	5	5	3
Servicio al cliente.	4	5	4	3	4

Fuente: Autores

En el cuadro se puede evidenciar que el competidor mar fuerte es Auto pacifico, con 32 puntos, ya que es un concesionario muy completo, que cuenta con ubicación en puntos estratégicos de la ciudad, y estrategias de mercado que le permiten reconocimiento y posicionamiento en la región, sin embargo casi todas sus políticas de servicio y ventas son enfocadas en la marca Chevrolet, dándole mayor prioridad ante las demás, y en la venta de usados manejan marcas como Chevrolet, Ford y Renault.

Por el contrario el competidor más débil es Andrés rico automotores, ya que no cuenta con políticas de mercado para darse a conocer y posicionarse en el mercado,

y a pesar de que cuenta con un parqueadero propio en el cual se exhiben los autos, no tiene promociones que incentiven la compra de estos.

Por tal motivo la empresa, pretende implementar políticas de servicios que cumplan con estándares de calidad y servicio, con entregas a tiempo, continuas promociones, un servicio al cliente de calidad y excelencia que le permitan competir tanto con los medianos y pequeños concesionarios, y estar a la altura de sus fortalezas y mejorar las debilidades de los menos fuertes para no cometer los mismos errores, logrando posicionamiento y preferencia por los clientes.

A continuación se analiza un cuadro realizado desde la perspectiva del cliente con relación a la satisfacción del mismo dentro de un concesionario, prestación del servicio en el sector automotriz.

Este cuadro representa la satisfacción del cliente numéricamente, en donde, el 1 representa un muy mal servicio, el 2 representa mal servicio, el 3 representa un servicio regular, el 4 representa un buen servicio y el 5 representa un muy buen servicio.

Tabla 5. Criterios de satisfacción de los concesionarios

FACTORES	CONCESIONARIOS	NOMBRE DE LA COMPETENCIA				
		Toro autos	Auto manía	carro ya	Andrés Rico	De Motores
PRECIOS	4	5	5	3	4	3
COSTOS	4	5	5	4	4	4
CALIDAD	5	3	5	4	3	3
CANAL DE DISTRIBUCIÓN	3	3	3	5	4	3
INFRAESTRUCTURA	4	3	4	3	4	4
SERVICIOS	4	2	5	3	3	4
CAPACIDAD INSTALADA	4	3	3	3	2	3
CRÉDITO	5	4	2	3	3	3

Fuente: Autores

El uso de las plataformas web dentro del sector automotriz para realizar este tipo de servicios es de gran ayuda, ya que sostiene la credibilidad del cliente a la hora de adquirir servicios como los que se mencionan anteriormente y esto es de gran apoyo para el plan de negocio ya que surte los diferentes tipos de servicios para que el cliente tenga la oportunidad de escoger lo que realmente suple la necesidad que el mismo tiene.

De un análisis general sobre la relación precio + servicio que los concesionarios de carros nuevos y concesionarios de carros de segunda ofrecen, se observa que en ambas partes hay aspectos positivos y negativos dentro del servicio que estos dan a los consumidores, tanto así que representan un balance general dentro del cuadro de satisfacción del cliente a la hora de generar confianza del mismo ofreciendo cada promoción y descuento que la empresa opta.

2.4 Estrategia de precios. La empresa mediante tablas de precios ya establecidos, fijara precios competitivos en el mercado ya que se pretende poder negociar con el cliente, quien generalmente pide descuentos, y llegar así a un precio estipulado en donde se beneficien las dos partes, teniendo precios justos, que estén acorde al vehículo o que se oferte. En donde la empresa tendrá un nivel de intermediación del 3% de ganancia por venta.

Se establecerá un rango con los precios de los vehículos a ofertar, en donde el cliente podrá escoger los que están disponibles acordes a su presupuesto (en millones), en la siguiente tabla se especificara los rangos que se manejaran y su respectiva ganancia del 3% sobre la venta.

Tabla 6. Rangos de precios establecidos

Valor de precios en rangos de 5 y 10 millones	Valor de ganancia con el 3% sobre la venta.
10 a 15 millones.	\$300.000 – \$450.000
15 a 20 millones.	\$450.000 – \$600.000
20 a 25 millones.	\$600.000 – \$750.000

25 a 30 millones.	\$750.000 – \$900.000
30 a 35 millones.	\$900.000 – \$1'.050.000
35 a 40 millones.	\$1'.050.000 – \$1'.200.000
40 a 50 millones.	\$1'.200.000 – \$1'.500.000
50 a 60 millones.	\$1'.500.000 – \$1'.800.000
60 a 70 millones.	\$1'.800.000 – \$2'.100.000
Más de 70 millones.	Más de \$2'.100.000

Fuente: Autores

El cliente escogerá el rango de su preferencia y automáticamente la página le mostrara los carros disponibles con sus respectivas fotografías e información, o si por el contrario el cliente se comunica directamente a la empresa se le brindara la asesoría de los carros disponibles, y mostrara cuales se ajustan a su presupuesto.

En cuanto los servicios para vehículos, el cliente podrá escoger cual desea, como: que la empresa realice tramitología correspondiente que exige el traspaso del auto a una nueva persona, mantenimiento, venta de seguros, peritaje, polarizado, cambio de llantas y rines, latonería y pintura, lavado y polichado, en donde por medio de la página web se estarán publicando continuamente ofertas o descuentos para los diferentes servicios, de la siguiente manera.

Si desea un servicio de avalúo peritaje que tiene un valor de \$ 134,000 se le aplicara un descuento del 10% si la persona lo lleva a la empresa con la que se tiene el convenio, en donde el precio final por pagar seria \$120.000, de esta manera se pretende darle un beneficio al cliente por adquirir el servicio, de igual manera se llevara una base de datos con los clientes en donde podrán acumular puntos ya sea en la compra, venta, o mantenimiento, los cuales al llegar a un tope de estos podrán ser redimidos por un lavado y encerado para el automóvil.

En la siguiente tabla se especificaran los precios de venta de los servicios que se realiza por medio de la empresa.

Tabla 7. Precios de los servicios que ofrece la empresa

SERVICIO	Valor pedido por la empresa	Valor real	Ganancia
Tramitología	\$270.000	\$230.000 (Se paga por mitad, entre vendedor y comprador)	\$40.000
Soat	Depende del tipo o clase de Vehículo. (Se realizará el ejemplo con el automóvil más vendido en el mercado).	Vehículo familiar modelos 2007 -2016 \$ 315.650	10% sobre el precio \$ 31.565
Polarizado	\$110.000	\$80.000	\$30.000
Peritaje	\$96.000	\$150.000	\$54.000
Llantas y rines	Depende del tipo de carro. -Llantas: 100.000 c/u + Balanceo. -Rines: 48.000 c/u (Ejemplo con las más vendidas).	Llantas: 90.000 c/u Rines: 40.000 c/u	\$ 10.000 por llanta. \$ 8.000 por rin.
Pintura	\$120.000	\$80.000	\$40.000
Reparación	Depende de lo que necesite el carro.		\$ 55.000
Brillado o Polichado	\$80.000	\$50.000	\$30.000
Mantenimiento	\$150.000	\$100.000	\$50.000
Lavado	\$18.000	\$15.000	\$3.000

Fuente: Autores

Con base en la tabla anterior, se observa cual será la ganancia de la empresa en los servicios que se oferten, dependiendo de este se establece un porcentaje, adicionales a la comisión por venta del 3% del valor del automóvil que se venda.

Adicionalmente, los descuentos se realizarán en las entidades con las que tiene convenio la empresa, como Aval autos, Tecno rin, Andrés Rico Automotores, entre

otros, ya que esta les generara flujo de vehículos, es decir masificar sus clientes con los cuales podrán tener una mayor ganancia.

Los servicios que se prestaran en cada una de estas empresas es:

Aval autos: Revisión técnico mecánica y peritaje.

Tecno rin: Rines nuevos y usados, Pintura, reparación, mantenimiento y polichado.

Andrés Rico Automotores: Polarizado, porcelanizado, lavado inferior y exterior del automóvil.

Nota: La tramitología se paga de a mitad entre el vendedor del vehículo y el comprador.

En la siguiente tabla se evidenciara los precios que maneja la competencia de manera general en los distintos servicios, los cuales también son ofrecidos por la empresa.

Tabla 8. Valores de los servicios, manejados en el mercado de manera General

Servicio	Valor Establecido Por La Competencia
Tramitología	\$230.000
SOAT	Las tarifas del Tarifas del seguro SOAT son establecidas de acuerdo al tipo o clase de vehículo. (Entre más viejo pagará más).
Polarizado	✓ \$130.000-\$150.000
Peritaje	✓ \$186.000
Llantas y rines (Cambio de llantas recomendable cada 50 mil kilómetros)	✓ \$80.000-\$100.000 Unidad. (Calibrarlas \$50.000 - \$60.000 Balancearlas \$6.000- \$10.000 C/U.)
Pintura	✓ Pintura por partes, entre \$90.000 y \$120.000 (según tamaño y color de la pieza) ✓ Pintura automóvil, interior y exterior: entre \$1'400.000 y \$1'600.000 ✓ Pintura exterior: entre \$900.000 y \$1'200.000.
Reparación	Depende de lo que necesite el carro.

Brillado o Polichado	✓ \$100.000-\$120.000
Mantenimiento -Frenos y sustitución de algunas piezas. (Recomendable cada 20 mil kilómetros). -Revisión y cambio de aceite y otros fluidos. (Recomendable cada 6 mil kilómetros o seis meses).	<ul style="list-style-type: none"> • \$250.000-\$300.000 • \$80.000-\$100.000
Lavado	• \$20.000-\$25.000

Fuente: Autores

En la tabla anterior se observa los precios establecidos de los diferentes servicios en el mercado Automotriz, de esta forma se establece la diferencia de precios que maneja la empresa con la competencia, teniendo como fortaleza que se maneja precios competitivos y con un valor más bajo, gracias a los descuentos que esta empresa efectuara, brindándole así un beneficio a los clientes, para que prefieran a la empresa y no a otras.

2.5 ESTRATEGIA DE VENTA

En Colombia se hizo un análisis por la firma Raddar, tal investigación mostro que en la participación en tener un vehículo de acuerdo al estrato en Colombia son los siguientes: “El estrato uno tiene el 13,97% de la torta, el dos llega hasta el 24,83%, en el tres se cuenta el 39,82%, el 4 tiene el 14,13%, en el cinco es el 5,40% y en el seis la cifra es del 1,85%”. (Redacción negocios, 2014, parr.04).

Los clientes iniciales según lo obtenido en el estudio, se encuentra en el rango de los estratos 1, 2, 3, 4 de la comuna 10, debido a como se muestra estadísticamente son los que mayor optan por adquirir este tipo de propiedades (vehículos usados), por ende hay un movimiento más activo en este aspecto.

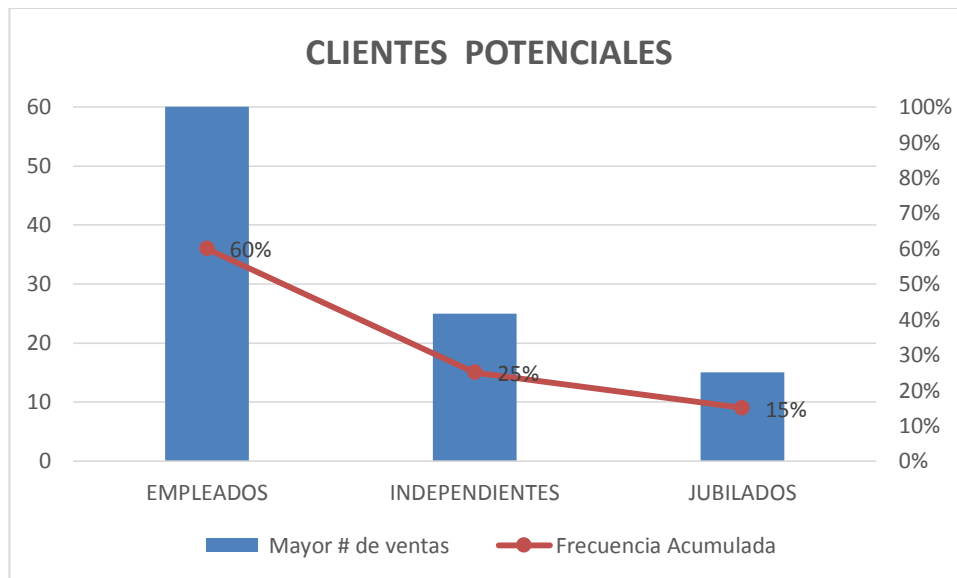
Los clientes que recibirán mayor esfuerzo en la venta serían las personas entre los estratos 2, 3, 4 en adelante, debido a que tienen más tendencia a cambiar, o comprar un vehículo usado. Por lo cual sería una buena opción darse a conocer,

en este nicho de mercado mediante este tipo de personas que son las que más están al tanto de lo que pasa en cuanto a promociones, publicidad, y comercializaciones de vehículos usados.

Servicio automovilístico integrado, se basa en una interacción oportuna tanto para el ofertante como el comprador, dar una información clara y certera sobre los vehículos que se ofertaran, como el estado físico, legal, y requerimientos que se requieren.

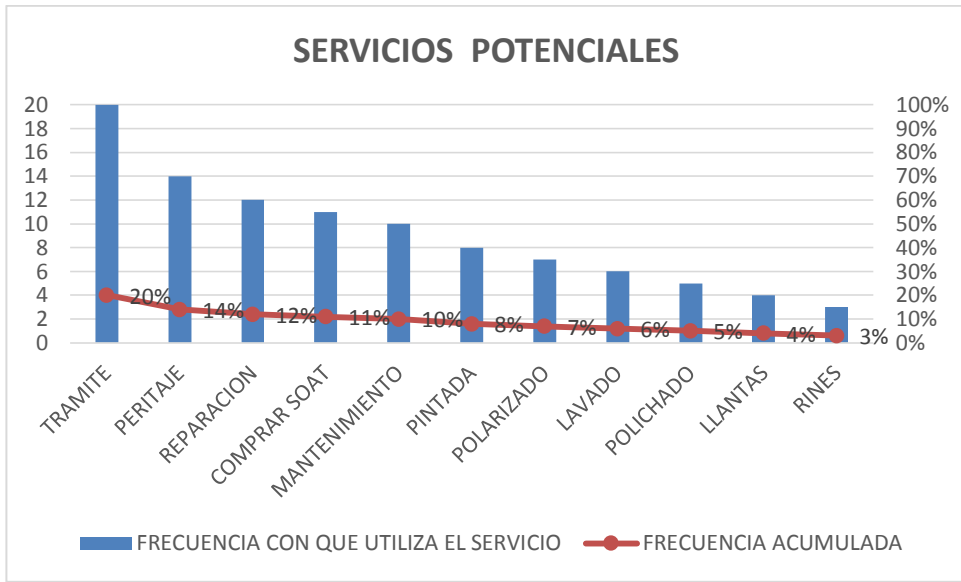
Por ello mediante los siguientes diagramas de Pareto se mostraran con claridad los clientes y servicios potenciales, conocer como estaría distribuidas las ventas, y a quien se le realizara un mayor esfuerzo de venta.

Figura 2. Diagrama de Pareto de Clientes potenciales



Fuente: Autores

Figura 3. Diagrama de Pareto de Servicios potenciales



Fuente: Autores

Como se ha mencionado anteriormente la empresa, funcionara en una oficina principal donde se manejen temas administrativos, se reciba al cliente y a proveedores. Las oficinas de nuestra empresa estarán ubicadas en el barrio Junín, comuna 9, estrato 3, en la calle 13B N° 23B-17, teniendo como barrios aledaños a Guayaquil, Alameda, Cristóbal Colon, entre otros. Esto con el fin de situarse estratégicamente en una zona céntrica de la ciudad, para fácil acceso y ubicación de los clientes. Además de ello por medio del portal web, se contactara a los clientes, ya que podrán ofertar su vehículo de manera rápida y práctica, al igual que atraer a posibles clientes interesados, por otro lado se harán promociones sobre los servicios adicionales que se ofertaran.

En cuanto a la estrategia de venta, para cerrar la venta se incluirá vendedores que estarán agilizando lo más rápido posible el tramite e ir informando al cliente acerca del proceso que se estará realizando, resolver las dudas e inconvenientes y crear las condiciones favorables para realizar la venta. Adicionalmente se harán ofertas atractivas sobre servicios adicionales para arreglar, mejorar el estado del vehículo con descuentos por ser la empresa la intermediaria.

Modelo de servicio: En la empresa, se hará un análisis para evaluar los requerimientos del cliente, brindarle toda la información necesaria en cuanto a la empresa y a carro en el cual se encuentra interesado, para que así se sienta más seguro, tanto del establecimiento donde va ser el negocio como del vehículo que va comprar, según a los acuerdos que se establezcan con el cliente, se empezara a trabajar en ello en los tiempos establecidos en cuanto a todo lo relacionado con el trámite correspondiente, el papeleo, el traspaso, el pago de los impuestos etc, para que con ello el cliente perciba que es una empresa seria y comprometida con su labor, en cuando a los medios que se utilizaran está el personal que serán personas que sean amables, que tengan una buena expresión verbal, que sea paciente y sea un mediador para facilitar la venta, y aclarar las dudas que tenga el cliente, se notificara por medios virtuales, se le estará informando constantemente sobre cómo va el trámite, para que la persona interesada en comprar no se desanime, no busque otras opciones, y sepa que se le estará agilizando lo más rápido posible. Ya en el proceso de cierre de venta, se le ofertaran otros servicios adicionales con descuento para mayor comodidad, y economía, en lugares reconocidos y con garantía de ello. Por ello se manejara un Servicio Post-venta que se realizara posteriormente para que haya un control, y verificación y saber la satisfacción del cliente con las ofertas adquiridas, para así brindarle soluciones a posibles inconvenientes

2.6 ESTRATEGIA PROMOCIONAL

En cuanto a la forma en como nos haremos conocer, cabe especificar que aunque el portafolio de servicios está enfocado en un nicho de mercado bastante amplio, lo segmentaremos con la posibilidad de poder identificar mejor el tipo de persona a quienes nos vamos a dirigir. Quienes serían (empleados, independientes, hombres y mujeres jubilados). Los cuales se clasificarían en clientes potenciales con mayor posibilidad de adquirir un vehículo usado.

En la clase baja estratos 1,2 se puede hacer una estrategia promocional un poco más informal, mediante volantes en los cuales se den a conocer la página, como

puede ofertar en ella, y los descuentos, al igual se haría mediante periódicos, emisora, y en las secciones del como el ADN, Qhubo, publicidad mediante Instagram, Facebook, el país, tu carro.com. Estas publicaciones tendrán un presupuesto aproximadamente de 300.000 mensuales, debido a que en algunas de estas páginas como el país por la publicación de 20 vehículos, al mes se paga 150.000 pesos, algo similar con que en tu carro.com.

Para la clase media y alta entre estratos 3, 4, 5,6 se pensara en hacer una estrategia promocional por internet mediante banners en páginas más concurridas, en revistas y periódicos al igual que en la radio. De acuerdo a una investigación de mercados realizada por BrandStrat en las ocho principales ciudades del país, se revelo lo siguiente “las fuentes de información relevantes, están las cuñas de radio con 60%, seguido de los avisos en revistas con 57%, y avisos en prensa con 56% de los encuestados “que considera que son los que generan la mayor credibilidad pues contribuyen de manera importante a un posterior proceso de compra”. (Arango, 2014,parr.5).

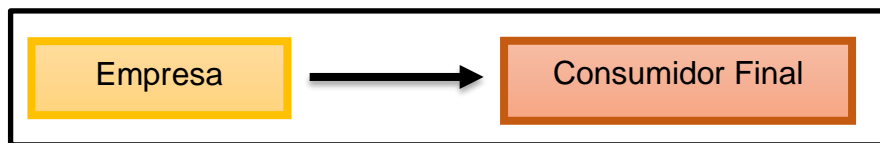
Posteriormente, se crearía la página web, en donde se promocionen los servicios ya establecidos, para que posibles clientes, conozcan nuestros servicios, mediante nuestra publicidad, que se generará a través de volantes, avisos publicitarios, difundidos a través de la radio, y medios impresos como, periódicos, e internet de libre acceso. En los establecimientos donde se tiene un convenio.

2.7 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

De tal: La empresa como intermediaria para la venta de vehículos usados, mantenimiento y venta de repuestos para los mismos, está enfocada hacía un canal de distribución al detal, ya que el servicio va dirigido a clientes que están interesados en adquirir un vehículo usado, para uso personal. Así mismo los clientes pueden ofrecer sus propios vehículos a través de la página web o adquirir un servicio adicional.

La empresa tendrá un tipo de canal directo que se usa generalmente en el sector de servicios, ya que se trata de bienes intangibles y de producción simultánea a su consumo.

Figura 4. Canal de distribución



Fuente: Autores

Debido a que la empresa trabajara como intermediara en la comercialización en la compra y venta de vehículos vía web, y generara vínculos sobre mantenimiento, reparación, polarizados, reparación de soldadura, pintura, cambio de rines, llantas, lavado de automotores, polichado (restaura la pintura del vehículo, eliminando los rayones leves).

La estrategia de distribución será la siguiente como ofertante de servicios:

- Recepción de ofertantes (Abastecimiento):
En este proceso se inicia la cadena de abastecimiento principal de nuestra empresa, puesto que, es aquí donde nuestra página hace recepción y se abastece de las ofertas realizadas por terceros para su posterior publicación. De acuerdo a ello se concreta una cita, con la persona interesada, y el dueño del vehículo, para que lo pueda apreciar y corrobore lo visto en línea con las fotos. Por otro lado si el dueño del vehículo, nos informa que no tiene tiempo, se procederá a diligenciar una orden de entrada (revisión), en la cual queda copia de constancia sobre las condiciones en las que entrega el vehículo, a la empresa, la cual contara con un parqueadero en donde estará disponible para cuando los posibles ofertantes deseen observarlo, físicamente.
- Verificación y control de calidad en ofertas de terceros:

Se verifica que los servicios y los productos ofertados, cumplan con las condiciones óptimas para su venta.

- **Publicación de ofertas (Producción de oferta de servicios):**
Se ofrece el portafolio de servicios y productos al cliente final, a través de nuestro medio web, el vendedor en el día puede atender aproximadamente 8 personas, dándole información, vía online, por medio telefónico, o mostrando los vehículos.
- **Recepción de servicios demandados (Servicio al cliente):**
En el desarrollo de este proceso, se recibe las solicitudes de servicios o productos, requeridos por los clientes, y, se establece un contacto directo con ellos.
- **Proceso de ventas (Tramitología respectiva):**
Durante dicho proceso, se muestra al cliente, el producto, en el caso de los vehículos y artículos demandados. Posteriormente, se realiza la tramitología correspondiente en un mínimo de tiempo establecido, para la comodidad del comprador. En el caso de los servicios, se desarrolla un plan de acción distinto, puesto se enviara al cliente, al lugar donde le será prestado el servicio los servicios adicionales.
- **Entrega del vehículo y asignación del servicio:**
En este penúltimo proceso logístico, se realiza la entrega respectiva entrega al cliente, del producto, y se le presta el servicio demandado.
- **Servicio Post-venta:**
Se realiza un posterior control, y verificación de la satisfacción del cliente con las ofertas adquiridas, y, se brindan soluciones a posibles inconvenientes.

2.8 POLÍTICAS DE SERVICIO

Términos de garantía: Realizar la tramitología correspondiente y entrega del vehículo en los tiempos estipulados. Aproximadamente

En cuanto a los convenios que se tendrán los términos de garantía serán los siguientes:

- 3 meses en llantas y rines
- 1 mes en polarizados
- En cuanto al lavado y polichado, tiene garantía inmediata.

Mecanismo de atención a los clientes: Se deben realizar consultas y verificar con el cliente el estado en que se encuentre el vehículo, para que así haya un mejor conocimiento de lo que la persona vaya a adquirir, que debe pagar, que debe reparar, o cambiar por ello la empresa debe acudir a lo siguiente:

- Acuerdo entre el dueño vehículo y la compraventa por el precio estipulado del vehículo.
- Orden de entrada (revisión), copia de constancia sobre cómo está el vehículo hasta cuanto lo va dejar de ahí se saca el 3% de comisión sobre la venta.
- Revisión de la placa del carro origen. Se paga por mitad para el traspaso.
- Acuerdo con el tránsito para pagar las multas viejas y el carro quede a nombre de la persona que lo va a comprar.
- Ir a la Sijin para mirar si tiene pendientes judiciales, que no esté regrabado, y sacar las improntas de motor, chasis y serie.
- Verificar que la tarjeta de propiedad y el Soat estén al día.
- Para vehículos de más de seis años se necesita validación tanto de llantas, emisión de gases, luces, balanceo, test de suspensión y frenos.
- Se revisa la Rut para mirar si está registrado en el tránsito.
- Revisar el Símit que no hayan multas. Si no hay que pagarlas para hacer el proceso.
- Por la gobernación se revisa con la placa si está a paz y salvo con los impuestos.
- Se realiza el peritaje (Auto Max, Aval autos,). En este se mira si está bien mecánicamente y también judicial.
- Se saca el certificado de tradición con la placa del vehículo cuantos dueños tuvo, choques, etc.

- Posteriormente ya de tener pago las multas, ver el estado del carro tanto mecánicamente como la parte legal. Posteriormente se llena el formulario consignando las improntas de manera visible.
- Se contacta el tramitador lleva esos papeles al tránsito para inscribirlo (tarjeta de propiedad).

Posteriormente se harán los trámites correspondientes con la mayor responsabilidad y en el tiempo acordado con el cliente. Al concretar la venta se seguirá haciendo un seguimiento para verificar que todo esté en orden y se dé un óptimo desarrollo del posicionamiento de la empresa.

Tipo de servicio a los clientes: La práctica y el desarrollo de las actividades en la empresa, como el diseño e implementación del portal web, como también comercialización e interacción con los usuarios. Se ofrecerá la tramitación, y presupuesto de todos los servicios ofrecidos. Si el comprador del vehículo requiere hacerle modificaciones, al vehículo se le podrá ofrecer de manera rápida y oportuna con lo que desea, ya que nuestra empresa establecerá contactos con compañías reconocidas que sean responsables, y puedan ofrecer un servicio oportuno obteniendo por ello un descuento especial por ser nosotros los intermediarios, en cuanto al mantenimiento, reparación, polarizados, reparación de soldadura, pintura, cambio de rines, llantas, lavado de automotores.

2.9 TÁCTICAS DE VENTA

La empresa creara un vínculo con el ofertante como con el comprador, por ello la fuerza de ventas será de parte propia. Al igual se ofertaran los vehículos mediante otros medios de publicidad como Olx, el país, tu carro.com, entre otros. Se seguirá un seguimiento tanto para el proceso como el cierre de la venta mediante los medios de comunicación como correo electrónico, llamadas, WhatsApp, entre otros.

En cuanto al proceso interno, el punto de encuentro será la oficina, en donde se citara a los posibles ofertantes que se encuentren interesados. Al igual que en el

proceso de tramitología, si es requerido que se encuentren presentes el comprador como el vendedor, concretar las ventas, e incentivar al cliente a adquirir los servicios adicionales.

La empresa operará a través de una página web, y en una oficina central en la ciudad de Cali, en donde se ofrecerá el servicio en la venta de vehículos usados y funcionará como intermediario entre el cliente y el ofertante, de igual manera la los medios virtuales, estarán actualizados constantemente, atendiendo en tiempo real las inquietudes de los usuarios, creando contenido virtual atractivo, a través de la página web y redes sociales de la empresa, para persuadir a los usuarios y que posteriormente se conviertan en clientes.

Para los vendedores que se contactaran se hará un vínculo entre ellos y los posibles clientes, obteniendo un porcentaje mínimo establecido por cada servicio prestado o cada vehículo vendido. Además la empresa obtendrá convenios de mantenimiento, polarizados, reparación de soldadura, pintura, cambio de rines, llantas, lavado de automotores, estos serán de confianza para la tranquilidad de nuestros clientes y para facilitar la adquisición de diversos artículos y asistencias, en caso de ser requeridas por el cliente. Los servicios lo haremos como dicho anteriormente por medio de convenios en el ámbito de la venta de los vehículos nuestros convenios serán con el tránsito, parte del seguro del SOAT, Rut, multas. También el tramitador en cuanto a las vueltas correspondientes para la tarjeta de propiedad, en la parte del peritaje se contara convenios Auto Max, Aval autos, Tecno rin, quienes a través de la empresa se realizaran descuentos para los clientes.

A continuación, se realizara la tabla de ingresos de la empresa en el mes, referente a los servicios que se presentan.

3 ESTUDIO TECNICO

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El servicio que se va a ofrecer se basa en la forma de cómo se llega a la confianza del consumidor final. La empresa será prestadora de servicios, automovilísticos de las que se apropiara de todo lo correspondiente al trámite que requiera para la adquisición del mismo, gran parte del funcionamiento de la empresa se realizara por medio virtual ya que se contara con una página web en donde se atraen posibles clientes tanto que deseen ofertar su vehículo por medio de la empresa como también los que quieran adquirirlos. Por otro lado, también encontraran los diferentes servicios que se ofrecerán por medio de las empresas con las que se tiene convenio en cuando a (pintura, polichado, llantas, rines, reparación, mantenimiento), los cuales tendrán descuentos en relación al precio estándar que maneja el mercado.

Para garantizar la eficiencia del servicio se requerirá de instalaciones adecuadas para la realización de trámites y peritajes en donde el cliente puede ver realizando la creación del formulario en donde se revisa la información necesaria para el cumplimiento de dicho objetivo. Aportándole al cliente la mayor comodidad en cuanto a agilidad de procesos, y disminuyendo el tiempo y desplazamiento ya que se le brindara la facilidad de recibir toda la documentación, información, e informes de la situación actual de su servicio o vehículo, garantizando la plena seguridad de la información que se le requiera.

3.1.1 PRODUCTO

1.1.1.1.1 Figura 5. Logotipo de la empresa




3.1.1.1.1 Fuente: Autores

1. Logotipo: El logo está representado por un automóvil con una gama de colores primarios, como el rojo, el cual es un color vivo y muy llamativo, que genera gran impacto visual, esto acompañado con el nombre de la empresa en una tipografía cursiva, de fácil entendimiento, que genera dinamismo con lo cual quiere decir que la marca está en constante movimiento y a la par de las tendencias tecnológicas actuales, esta tipografía está en colores oscuros que denotan seriedad y elegancia. Esta será la marca de la empresa la con la cual los clientes se identificaran.
2. Eslogan: Servicio Automovilístico Integral. (Se escogió porque explican las siglas que identifica la marca de la empresa).

3.1.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto

A continuación, se presentaran las fichas técnicas de los equipos requeridos para la ingeniería del proyecto, los cuales fueron escogidos por si calidad y precio.

Tabla 9 Ficha técnica computador

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Computador c560 lenovo
	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	El sistema todo en uno C560 de 23". Con Lenovo Assistant, ayuda a gestionar, teniendo una mayor de la capacidad de almacenamiento, la memoria no requiere herramientas.
Procesador	4ta generacion intel core i7 4 nucleos
Sistema operativo	windows 8.1
Graphicos	Tarjeta grafica nvidia geforce 705 2gb
Memoria	ddr3 8gb a 1600mhz
Unidad de disco duro	disco duro de 2tb
Conectores	2 usb 3.0 conectividad
Sonido	altavoces estereo
Comunicación integrada	wi-fi 802.11 b/g
Unidad optica	Unidad lectora grabadora dvd
Peso	de 6,7kg a 8,2kg
Dimensiones	22,6"x2.2"x17,8"
Uso de energia	720wz
MATERIALES	
El c560 lenovo cuenta con materiales diseñados para el sobrecalentamiento por uso continuo del este, materiales , como el aluminio y la pasta especializada para aguantar niveles de calor altos , ademas de contar con una pantalla full hd y vidrio templado para mayor resistencia a las caidas y que tenga mayor durabilidad	
GARANTIA	1 año
CANTIDAD	3

Fuente de imagen: (Lenovo corporation, 2016, fig. 1).Tabla: Elaboracion propia

Tabla 10 Ficha técnica impresora

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Impresora multifuncional a color hp
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	<p>Esta multifunción impresora permite imprimir con colores vivos y mejorar la productividad al imprimir, copiar y escanear en una red compartida. Habilite la impresión sencilla desde teléfonos inteligentes, tablets y laptops en el trabajo, en el hogar y en cualquier lugar.</p>
Funciones	Impresión, copia, escaneado
Compatibilidad con varias tareas	Si
Velocidad de impresión a color	Normal: hasta 17ppm
Ciclo de trabajo	Hasta 20000 paginas
Volumen de paginas mensual	250 a 950
Tecnología de resolución	hr imageRET 2400
Lenguaje de impresión	PCLm/PCLms
Monitor	2 lineas, pantalla retroiluminada
Velocidad del procesador	600MHz
Sensor de panel automatico	No
Capacidad hp print	Si
Capacidad inalambrica	No
Calidad de impresión en color	600x600pp
Calidad de impresión en negro	600x600pp
MATERIALES	
<p>Pantalla tactil retroiluminada Botonos ergonomicos Sensores iluminados Pasta ergonomica Aluminio en los bordes inferiores laterales para darle un toque sofisticado al bien Apoyaderas de goma</p>	
GARANTIA	2 años
CANTIDAD	2

Fuente de imagen: (SoloStocks, 2000-2016, fig. 5) Tabla: Elaboracion propia

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Telefono panasonic
	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	Telefono fijo, volumen de timbre en 3 niveles (desconectado, bajo y alto)
Marcacion	El ultimo numero registrado
Volumen	Control electronico
Timbre	3 tipos de timbre con sus tonos
Sonido	Alta calidad
Tecnologia	Ultima generacion en su gama
Bateria	Bateria
MATERIALES	
Plastico reforzado para mayor durabilidad Botones de goma para mayor comodidad Cable retractil para mas funcionabilidad	
GARANTIA	1 año
CANTIDAD	2

Fuente de imagen:(Famsa.com, 2016, fig. 1).Tabla:Elaboracion propia

Tabla 12 Ficha técnica celular

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	samsung galaxy ace 4
	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO El Samsung Galaxy Ace 4 es la cuarta evolución de uno de los modelos de gama media más aceptados de la compañía surcoreana. No obstante, cabe matizar que habrá dos versiones del modelo diferenciadas principalmente en la conectividad inalámbrica, la frecuencia del procesador, la memoria RAM e incluso la capacidad de la batería.
CARACTERISTICAS	
dimensiones	121.4mm x62.9mm x 11mm
peso	130.3gr
formato	barra
tipo	LCD
tamaño	4 pulgadas
colores	24 bits
tactil	Capativa multitactil
usb	microUSB
Bluetooth	4.0 con A2DP
Wifi	802.11b
Auriculares	3.5mm
Conectividad	HDMI via HTML
Almacenamiento interno	4GB
Memoria ram	1GB RAM
MATERIALES	
Pantalla LCD Pasta ergonomica para mayor durabilidad Aluminio en los bordes para mayor elegancia aluminio en altavoces tapa plastificada	
GARANTIA	1 año
CANTIDAD	1


Fuente de imagen: (Samsung, 2016, fig. 1).Tabla: Elaboracion propia

Tabla 13 Ficha técnica regulador

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Regulador cooler 2000
	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	<p>Serie de estabilizadores electrónicos de voltaje, diseñados para variaciones significativas de voltaje, donde la regulación se necesita con mas precisión.</p> <p>Su excelente presentación, calidad y respaldo total en cuanto a garantía lo hacen una excelente opción.</p> <p>Apropiados para proteger equipos de oficina, electrodomésticos y equipos de Comunicaciones.</p>
va	2000 va
Watts	1400 w
v.entrada	95-135 VAC
v.salida	115 +/- 6%
Frecuencia	60hz
Supresor	80 j 150 vac
Conmutacion	8ms con reles
Tecnologia	Electronica convencional
Cable conexión	Cable de conexión 1.2 m con clavija
Tomas salida	4 reguladas con polo a tierra
Chasis	ABS con tapa metalica
Switch neon	Si
Monitor visual	Si
Proteccion	No
MATERIALES	
Aluminio Lata maciza Metal Cobre Niquel	
GARANTIA	3 años
CANTIDAD	3

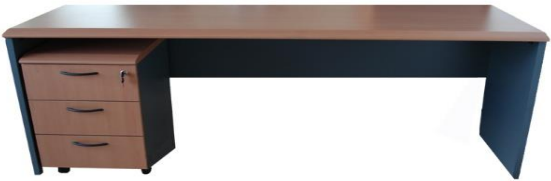
Fuente de imagen: (Web2feel, 2012, fig.1):Tabla:Elaboracion propia

Tabla 14 Ficha técnica archivador

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Archivador
	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	Frente curvo fabricado en acero Cold Rolled fosfatizado de 0,7 mm de espesor y recubierto con pintura electrostática, cuenta con cuatro cajones de archivo para carpetas tamaño carta y/o legal (Tamaño ajustable). Incluye base en acero con cuatro niveladores de altura ajustable. Cuenta con cerradura de cilindro removible y trampa de seguridad. Ancho: 39; Alto: 132; fondo: 57. Color gris nopal
Producto	Archivador+cajones A4 metalico
Marca	Imported furniture 8
Codigo de barras	770735.
Codigo contable	377654
Dimensiones	39x132x57
Cajones	4
MATERIALES	
Acero Pintura electrostatica Base de acero Cilindro de acero Color gris nopal	
GARANTIA	2 años
CANTIDAD	1


Fuente de imagen: (Tuchair, 2015, fig. 21).Tabla:Elaboracion propia

Tabla 15 Ficha técnica escritorio 1

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Escritorio con Cajonera Extendible
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	<p>Funcional y práctico escritorio para ser utilizado en la oficina. Elaborado en elegante madera de roble este mueble es perfecto para realizar tus labores con comodidad debido a la amplitud de sus espacios y contenedores para instalar tu computador y artículos de oficina.</p>
Observaciones	Producto para armar incluye fijacion
Tipo	Escritorios
Cantidad de puertas	1 puerta
Material	madera
Alto	73.1cm
Uso	Hogar y oficina
Ancho	53cm
Largo	131.5cm
Categoría	Office
Color	Café
MATERIALES	
<p>Madera roble Aluminio en las agarraderas Goma en las 4 patas para asentamiento en el piso</p>	
GARANTIA	3 meses
CANTIDAD	2


Fuente de imagen:(Geronimo Russo y Cia. S.R.L., 2009, fig. 2).Tabla:Elaboracion propia

Tabla 16 Ficha técnica escritorio 2

PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Escritorio Estandar
	<p data-bbox="886 401 1453 432">DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</p> <p data-bbox="886 432 1453 856">Retorno para escritorio ejecutivo Forza o Klass con regatones para ajuste de altura. Cubierta de melamina resistente a rayones y quemaduras, con estructura metálica</p>
<p data-bbox="302 636 886 856">CARACTERISTICAS</p>	
Color	café, avano, ocre
Frente	0.575
Fondo	1.255
Alto	0.12mts
Volumen	0.08mt2
Peso	33.2kg
Alto	0.70 mts
MATERIALES	
<p data-bbox="302 1152 1453 1398">Madera refinada elaninan Aluminio Metal Goma para apoyaderas en el piso</p>	
GARANTIA	1 año
CANTIDAD	1

Fuente de imagen: (Argos industrial, 2014, fig. 141).Tabla:Elaboracion propia

Tabla 17 Ficha técnica silla giratoria

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Silla giratoria
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	Silla giratoria con respaldo y tapizado a base de espuma y caucho para mayor comodidad, con un diametro reducido de columna para mayor confort a la hora de recostarse en la silla.
Asiento y espaldar	Abullonados en caucho espuma
Mecanismo de contacto	Contacto permanente con adaptivo en silla
Columna	Gas tipo secretarial cono reducido
Base	0.60mts de diametro de nylon
Ruedas	Rodachines nylon en doble pista
Tapizado	Paño de alta HILAT o MICROSUEDE
MATERIALES	
Caucho Espuma Paño HILAT Nylon	
GARANTIA	5 meses
CANTIDAD	2


Fuente de imagen: (Sodimac, 2015, fig. 1).Tabla: Elaboracion propia

Tabla 18 Ficha técnica del sofá

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Sofa tres plazas
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	Sofá de diseño tapizado en telas de fibras naturales como algodón, mezclas de algodón, cuero, lino, seda y lana. Brinda comodidad, y elegancia.
	Madera
	Caoba
	Medida
Peso	2,10 a 2,30 mts
	21.5 a 22kp

Fuente de imagen: (Muebleria, 2016, fig. 1)

Tabla 19. Ficha técnica de la silla fija

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Silla Fija
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	Silla en polipropileno resistente a los rayos UV. Estructura en aluminio anodizado redondo de 28 mm. Orificio en el asiento que facilita el flujo de agua. Asiento y espaldar en una sola pieza inyectado. Asiento y espaldar con borde redondeados sin filo.
Altura	840mm
Ancho	430mm
Profundidad	490mm
Color	tangelo
Acabados	Polipropileno resistente a los rayos uv
Bases y soportes	Base en aluminio
MATERIALES	
Polipropileno Aluminio ionizado Bordes sin filos Cuacho Espuma	
GARANTIA	1 año
CANTIDAD	3


Fuente de imagen: (Abba , 2016, fig. 3).Tabla:Elaboracion propia

Tabla 20 Ficha técnica del generador

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Generador EG6500-CXS
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	<p>Generador de energia para el uso diario y constante cuando la energia del sector disminuya o cuando surga apagones inesperados</p>
Tipo de motor	GX390-OHV 4 tiempos-refrigerado por aire
Cilindrada	389cm3
Potencia neta	11,7hp
Encendido	Transistorizado
Arranque	Electrico
Frecuencia	50hz
Voltaje	220v
Potencia maxima	5.5kva
Potencia nominal	5.0kva
Uso continuo	9,5 hrs
Nivel de ruido	99dB
Ancho	550mm
Largo	844mm
Alto	571mm
MATERIALES	
<p>Caja metalica Toma corriente Pasta termodinamica Aislante de calor</p>	
GARANTIA	3 años
CANTIDAD	1

Fuente de imagen: (Domcel maquinarias, 2016, fig. 2). Tabla: Elaboracion propia

Tabla 21 Ficha técnica de la cafetera

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Cafetera electrica universal
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	<p>Novedosa y funcional cafetera que cuenta con una jarra grande que prepara hasta 12 tazas de cafe, gracias a su potencia de 800 vatios, preparara rapidamente el cafe y lo mantiene caliente gracias a su funcion automatica. la cafetera posee un filtro plastico inferior el cual es reutilizable para que ahorres dinero y tiempo.</p>
Capacidad	10 a 12 tazas
Potencia	800 vatios
Frecuencia de operación	60Hz
Voltaje de alimentación	110-120 vac
Filtro	Maya plastica reutilizable
Sistema	Autoapagado , caliente automatico
Jarra	Vidrio termo resistente
Valvula	Anti-goteo
Tapa superior	Cuerpo y tanque fabricados en polipropileno
Peso	150g
Dimensiones	220x170x290
Color	Negro
Tipo	Goteo
MATERIALES	
<p>Vidrio templado Plastico Polipropileno Manga de goma para evadir el calentamiento Aluminio Vidrio termoresistente</p>	
GARANTIA	2 años
CANTIDAD	1


Fuente de imagen: (Mercado libre, 2016, fig. 4).Tabla:Elaboracion propia

Tabla 22 Ficha técnica del recipiente para la basura

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Papelera Cilindrica
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	<p>Cenicero-papelera redonda (Ø210 mm) boca escudo de chapa pintada Fabricada en chapa electrocincada de 0,8 mm de espesor Lacada con pintura poliester de color a elegir Resistencia a la oxidación. Modelo apropiado para oficinas y despachos.</p>
Codigo	H4404
Denominacion	Papelera cilindrica
Serie	Papeleras oficinas
Acabado	Pintura electrostatica poliester 0,65m
Peso neto	3,4kg
Capacidad	15L
Volumen	23L
Medidas	220x220x670
Volumen	0.0324
Peso bruto	3,72kg
Medidas	210x660mmH
MATERIALES	
<p>Papelera: Chapa electrocincada €=0,8 mm Colillero: Chapa de acero €=0,6 mm Complementos: plástico PP color negro</p>	
GARANTIA	1 año
CANTIDAD	3


Fuente de imagen: (OfiStore, 2016, fig. 7).Tabla:Elaboracion propia

Tabla 23 Ficha técnica escoba

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Escoba
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	Escoba especial para barrer en cualquier superficie, o en cualquier lugar de la oficina o casa, con cerdas finas que ayudara a quitar el polvo de una manera mas comoda.
Generalidad	utensilio de limpieza
Presentacion	unidad
Informacion adicional	no cumplimiento con las especificaciones
Cantidad	1
Empaque y rotulado	materiales adecuados y especiales
MATERIALES	
Utensilio de limpieza consiste en un mango alargado sujeta mediante un sistema de enroscado a una base de polietileno, sobre la cual se fijan cerdas lisas, flexibles, suaves y plumilladas en nylon. Este producto es de uso domestico e industrial para barrer y limpiar superficies.	
GARANTIA	1 año
CANTIDAD	1

Fuente de imagen: (Multicomercio, 2016, fig. 107).Tabla:Elaboracion propia

Tabla 24 Ficha técnica cepillo para lavar el baño.

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Cepillo de Baño
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	Cepillo con cerdas duras para uso continuo higienico , facil manejo con su palo de pasta con goma para mayor agarre.
Tipo	Cepillo de baño
Material	Polipropileno
Uso	limpia la taza del inodoro
Color	Blanco
MATERIALES	
Polipropileno Fibra para cerdas Plastico	
GARANTIA	1 año
CANTIDAD	1


Fuente de imagen: (Muchomaterial, 2016, fig. 37).Tabla:Elaboracion propia

Tabla 25 Ficha técnica balde

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Balde Redondo
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
<p>CARACTERISTICAS</p>	<p>Balde redondo para uso higienico continuo para escurrir el agua sucia del trapiador y asi mismo tener agua para limpiar superficies sucias</p>
Capacidad normal	6 litros
Volumen	6000m3
Modelo	Balde con manija
Diametro mayor	231.2mm
Diametro inferior	204mm
Altura	285.9mm
Espesor general	0.90mm
Peso balde	220grs
Tolerancia al peso	3%
Composicion	Propileno/etileno
MATERIALES	
<p>Propileno Etileno Dioxido de titanio Plastico Pasta</p>	
GARANTIA	2 años
CANTIDAD	1


Fuente de imagen: (Plapasa, 2014, fig. 11).Tabla:Elaboracion propi

Tabla 26 Ficha técnica trapeador

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	trapeador
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	Trapeador intercambiable fabricado con pabilo de fibras mezcladas (algodón 90 %, poliéster 10 %) que brindan excelente absorción y durabilidad. El modelo 400 cuenta con 300 g de pabilo y el modelo 500 con 400 g. Su diseño permite grandes ahorros al reemplazar por separado trapeador o bastón.
Peso	0.328kg
Medidas	24x34x50 cm
Resistencia a la abrasion	si
Absorcion al agua	si
Rigidez	si
Recuperacion elastica	si
Ablandamiento	si
MATERIALES	
Tela especial absorbente Palo de madera Tapa agarradera plastica	
GARANTIA	1 año
CANTIDAD	1

Fuente de imagen: (Homedepot, 2015, fig. 12).Tabla:Elaboracion propia

Tabla 27 Ficha técnica blanqueador

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Blanqueador
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	Solución acuosa, clara, ligeramente amarilla, olor característico penetrante e irritante. Fuertemente oxidante; dependiendo del pH de la solución se presenta disociado en forma de cloro activo, ácido hipocloroso HOCl y/o ión hipoclorito OCl ⁻ . De estas formas de "cloro libre activo" depende su reactividad en las reacciones de oxidación, cloración y acción bioquímica tales como el control bacteriológico y microbiológico.
Tratamiento de aguas	Desinfeccion, esterilizacion, accion glaciada
Papelera	Blanqueador con celulosa
Quimica	Productos quimicos
Beneficios	Desinfectante
Composicion	Hidroxido de sodio
Especificaciones microbiologicas	No aplica
Metales pesados	No aplica
Datos nutricionales	No aplica
Pais origen	Colombia
Certifiacion kosher	No aplica
GMO	No aplica
Alergenos	No aplica
MATERIALES	
Hidróxido férrico Fe (OH) ₃ y dióxido de manganeso MnO ₂ , de nitratos, sulfatos y cianatos (por reacción con los cianuros y sulfuros correspondientes), de cloraminas orgánicas e inorgánicas y clorofenoles.	
GARANTIA	2 años
CANTIDAD	1


Fuente de imagen : (Patoja Landia, 2016, fig. 7).Tabla: Elaboracion propia

Tabla 28 Ficha técnica alarma

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Sistema de alarma sirena general electric
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO Sirena de panel central resistente, fácil de configurar y de usar. Ideal para la ampliación de 9 puntos más del panel a la alarma principal.
CARACTERISTICAS	
Medida	25x15cm
Uso	Sistema choice alert
Tipo	Inalambrico
Color	Blanco
Alcance	45metros
Beneficios	Facil de instalat y usar
Tipo	Alarma con sensores
Voltaje	9v
Recomendaciones	No mojar
Incluye	Chazos tornillos y adaptador
Observaciones	Delicado
MATERIALES	
Plastico para mayor reduccion de costos botones de pasta iluminados	
GARANTIA	2 años
CANTIDAD	2


Fuente de imagen: (Homecenter, 2016, fig. 137).Tabla:

3.1.2.1.1 Tabla 29 Ficha técnica ventilador

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Ventilador de Pared
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	<p>Su exclusiva y patentada tecnología Turbo Silence proporciona hasta 2 veces más flujo de aire y es hasta 4 veces más silencioso. Sus piezas plásticas además de mayor durabilidad evitan la oxidación y facilitan la limpieza. Las mallas seguras no permiten el contacto con la hélice y la base ofrece mayor estabilidad.</p>
Modelo	5861019764
Alto	50cm
Numero de aspas	6
Uso	domestico
Ancho	49 cm
Color	blanco
Numero de velocidades	3
Movimiento oscilantes	si
Caracteristicas	practivo ventilador de pared
Rango por pulgadas	de 18 pulgadas
Largo	27cm
Incluye	manual de instrucción
MATERIALES	
Plastica Antioxidante Malla de metal Pasta	
GARANTIA	2 años
CANTIDAD	2


Fuente: (Starmax, 2016, fig. 5)

3.1.2.1.2 Tabla 30 Ficha técnica recipiente

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Tarro Con Tapa Ajustable
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	Tarro con tapa ajustable que sirve para el almacenamiento de cualquier ingrediente en polvo seco para la conservacion del mismo por varios meses.
Recipiente	Plastico Polipropileno
Tipo	Transparente para cierre de despensa
Capacidad	7 litros minimo
Cierre	Hermetico tapa
MATERIALES	
Polipropileno Tapa hermetica Plastico	
GARANTIA	5 años
CANTIDAD	2

Fuente de imagen: (Ebay, 2016, fig. 47)

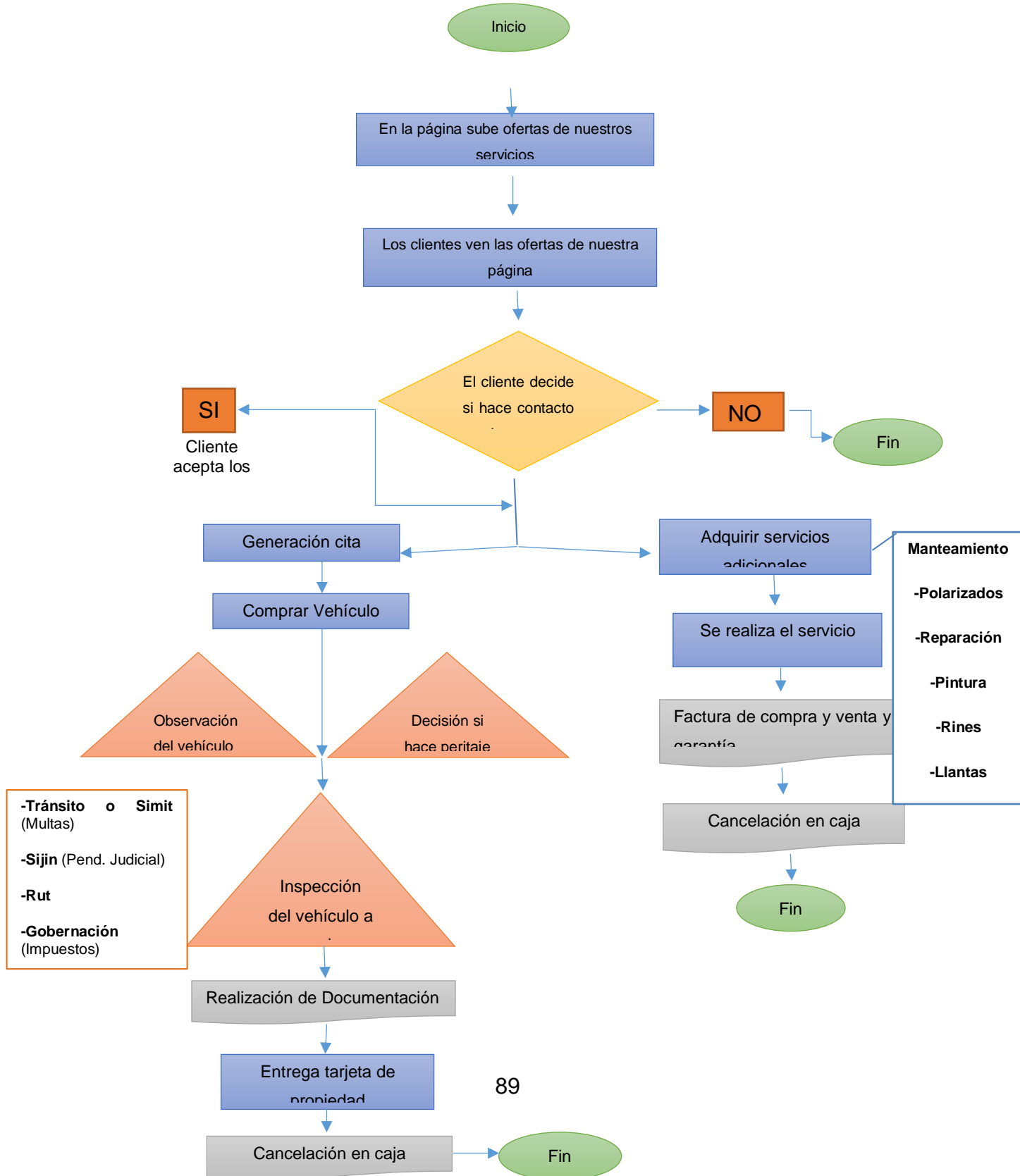
3.1.2.1.3 Tabla 31 Ficha técnica bombillo

FICHA TECNICA	
PRODUCTO	NOMBRE DEL PRODUCTO
	Bombillo ahorrador tubular 15w
	DESCRIPCION DEL PRODUCTO
CARACTERISTICAS	<p>Bombillo ahorrador de alta calidad, alta duración y ahorro de energía, fácil de instalar.</p> <p>Los bombillos ahorradores generan la misma cantidad de luz que los tradicionales, pero requieren de aproximadamente 80% menos energía para producirla</p>
Estilo	Tubular
Uso	cocina, baño, estudio, oficinas y exterior
Vida util	8.000 horas
Lumens	750
Potencia	15watts
Color	Blanco
Tipo	luz fria
Tipo base	3U
Voltaje	110-120v
Tipo de bombillo	Ahorrador
MATERIALES	
<p>Vidrio.</p> <p>Pasta especial para conectar a plafones sin realizar corto electrico</p>	
GARANTIA	5 años
CANTIDAD	3

Fuente: (Imgrum, 2016, fig. 23)

3.1.3 Diagrama y planes de desarrollo.

Figura 6 Flujograma



Requisitos:

- Se revisa la Rut. En la página web: www.dian.gov.co
 - Se revisa el Simit. (Multas resientes), En la página web: Proceso de la Venta de Vehículos
- 1)** Acuerdo entre el dueño vehículo y la compraventa por el precio estipulado del vehículo.
 - 2)** Orden de entrada (revisión), copia de constancia sobre cómo está el vehículo hasta cuanto lo va dejar de ahí se saca el 1% de comisión.
 - 3)** Revisión de la placa del carro origen. Se paga por mitad para el traspaso.
 - 4)** Acuerdo con el tránsito para pagar las multas viejas y el carro quede a nombre de la persona que lo va a comprar.
 - 5)** Ir a la Sijin para mirar si tiene pendientes judiciales, que no esté regrabado, y sacar las improntas de motor, chasis y serie.
 - 6)** Verificar que la tarjeta de propiedad y el Soat estén al día.
 - 7)** Para vehículos de más de seis años se necesita validación tanto de llantas, emisión de gases, luces, balanceo, test de suspensión y frenos.
 - 8)** Se revisa la Rut para mirar si está registrado en el tránsito.
 - 9)** Revisar el Símit que no hayan multas. Si no hay que pagarlas para hacer el proceso.
 - 10)** Por la gobernación se revisa con la placa si está a paz y salvo con los impuestos.
 - 11)** Se realiza el peritaje (Auto Max, Sura, Colserauto, etc.). En este se mira si está bien mecánicamente y también judicial.
 - 12)** Se saca el certificado de tradición con la placa del vehículo cuantos dueños tuvo, choques, etc.

13) Posteriormente ya de tener pago las multas, ver el estado del carro tanto mecánicamente como la parte legal. Posteriormente se llena el formulario consignando las improntas de manera visible.

14) Se contacta el tramitador lleva esos papeles al tránsito para inscribirlo (tarjeta de propiedad).

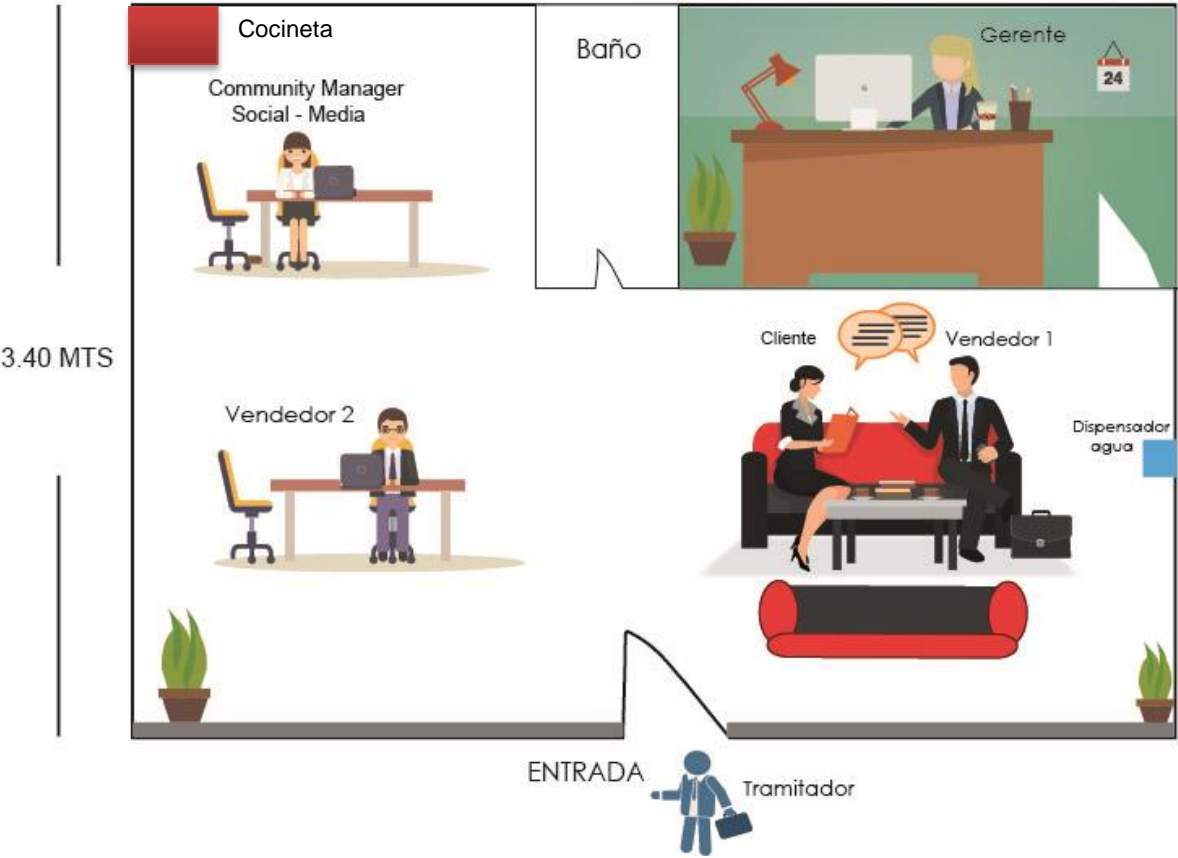
Venta de los convenios sobre los Servicios Adicionales:

Si el comprador del vehículo requiere hacerle modificaciones, al vehículo se le podrá ofrecer de manera rápida y oportuna con lo que desea, ya que nuestra empresa establecerá contactos con compañías reconocidas que sean responsables, y puedan ofrecer un servicio oportuno obteniendo por ello un descuento especial por ser la empresa la intermediaria.

- www.consulta.simit.org.co
- En la gobernación, (historial de pagos, de impuestos o liquidaciones de las multas). En la página web: www.serviciosdetransito.com
- Contacta para hacer le peritaje.
- Se va a la Sijin para verificar si hay algún pendiente judicial.
- Ir al tránsito para inscribir los papeles.

A continuación, se evidenciara el plano de la oficina de la empresa.

Figura 7. Plano de la espacial



Fuente: Autores

3.1.4 **Tecnología.** Haciendo un estimado en cuanto a los requerimientos de los equipos, se escogió marcas estándares y de buena capacidad para el tipo de empresa que vamos a posicionar al mercado y los servicios que vamos a ofertar, por lo tanto necesita un aproximado entre 7 a 8 millones de pesos, para la puesta en marcha de la empresa.

La empresa debe ser un sitio donde el servicio de energía sea constante. Por otro lado la empresa contara con una planta eléctrica para prever emergencias y seguir realizando sus labores normales en caso de una baja en el servicio público.

A continuación se presentara las fichas técnicas de los equipos tecnológicos que la empresa utilizara para su funcionamiento.

3.1.5 Selección del equipo

Tabla 32. Requerimientos de equipo

REQUERIMIENTOS DE EQUIPO:
Equipos de Cómputo oficinas administrativas:
PC Todo en Uno. Especificaciones: <ul style="list-style-type: none">• Series: E73z All in One10BD00FFLS• Marca: Lenovo• Procesador: Intel Pentium G3240 (3M Cache, 3.1 GHz)• Sistema operativo: Windows 7 Professional 64 bits• Pantalla de 20 pulgadas All in One HD+ 1600 x 900• Gráficos: Intel HD Graphics• Memoria: 4 GB DDR3 1600 MHz• Disco Duro: 500 GB 7200rpm• Unidad óptica: DVD Grabable• Conectividad: Intel Dual Band Wireless- AC 7260• Bluetooth: 4.0• Periféricos: Teclado y mouse
Equipo de Cómputo del vendedor
PC Todo en Uno. Especificaciones: <ul style="list-style-type: none">• Serie: S20(FAY1EAR)• Marca: Lenovo• Procesador: Intel Celeron J1800 (1M Cache, 2.41 GHz)• Sistema Operativo: Windows 7 Professional 64bits• Pantalla: 19.5 pulgadas HD+ Led Backlight (1600 x 900)• Gráficos: Intel HD Graphics• Memoria: 4 GB DDR3 1600 MHz• Disco duro: 500GB 7200 RPM• Unidad Óptica: DVD Recordable• Conectividad: Lenovo BGN Wireless• Bluetooth 4.0• Periféricos: Mouse y Teclado

Tabla 33. Continuación, Requerimientos de equipo

Equipo de cómputo Community Manager
<p>Servidor. Especificaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Series: Think Server TS140 Tower (70^a4006CLM) ▪ Procesador: Intel Xeon E3-1246 v3 (8M Cache, 3.50 GHz) ▪ Memoria: 8 GB PC3L-12800 DDR3 1600 MHz ▪ Disco Duro: 2TB 7200 rpm ▪ Unidad Óptica Grabable.
Impresora
<p>Impresora multifuncional HP Officejet 5740 con conexión web. Especificaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistemas operativos compatibles: Windows 10, Windows 8.1, Windows 8, Windows 7, Windows Vista, Mac OS X Lion, OS X Mountain Lion, OS X Mavericks ▪ Funciones: Imprimir, copiar, escanear, fax, web, foto ▪ Compatibilidad con multitarea: Si ▪ Sensor de papel automático: Si ▪ Impresión sin bordes: Si (hasta 216 x 297 mm), ranura para tarjetas de memoria. ▪ Impresión doble cara: Automático ▪ Ciclo de trabajo (mensual, A4): 300 a 400 ▪ Alimentador de sobres: No ▪ Compatibilidad con tarjetas de memoria: Secure Digital, USB Host ▪ Bandejas de papel, máximo: 2 (bandejas principal y de foto) ▪ Bandejas de papel, estándar: 2(bandejas principal y de foto) ▪ Colores de impresión: Si ▪ Controladores de impresora incluidos: HP PCL 3 GUI
GENERADOR UPS
<p>UPS APC, especificaciones:</p> <p>UPS Regulada, 865 Watts, 1500 VA, entrada 120 VA Puerto USB</p>
Teléfonos
<p>Teléfono Panasonic IP GrandStream Gxp 1620</p> <p>Teléfono celular Samsung Galaxy Ace 4 Lite G313 Duos Dual.</p>

Fuente de imagen : Autores

La empresa debe ser un sitio donde el servicio de energía sea constante. Por otro lado la empresa contara con una planta eléctrica para prever emergencias y seguir realizando sus labores normales en caso de una baja en el servicio público.

3.1.6 Cálculo de cantidades de materia prima e insumos

Tabla 34. Requerimientos administrativos

Requerimientos Administrativos			
Muebles y enseres	Valor Unitario	Unidades	Precio total
Regular Voltimax	\$ 64.000	3	\$ 192.000
Archivador	\$ 276.000	1	\$ 276.000
Escritorio con cajonera	\$ 219.000	2	\$ 438.000
Escritorio Sencillo	\$180.000	1	\$180.000
Silla Giratoria	\$ 120.000	2	\$ 240.000
Sofás	\$ 250.000	2	\$500.000
Silla Fija	\$ 70.000	3	\$ 210.000
Ventilador Pared	\$119.900	2	\$239.800
Cafetera	\$80.000	1	\$80.000
Papelera Cilíndrica	\$35.000	2	\$ 70.000
Alarmas	\$40.000	2	\$ 80.000
Implementos de Aseo	\$60.000	8	\$70.000
Bombillos Ahorradores	\$8.800	3	\$ 26.400
Tarros (café, azúcar)	\$3.000	2	\$6.000
Valor Total:			\$ 2.608.200

Fuente de imagen: Autores

Tabla 35. Presupuesto Promocional

PRESUPUESTO PROMOCIONL		
ITEM	CANTIDAD	TOTAL
Publicar en paginas		300.000
Volantes		70.000
Tarjetas de publicidad		90.000
Canet corporativo		19.500
Sello corporativo		200.000
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA		679.500

Fuente: Autores

Tabla 36. Demanda

DEMANDA POR PRODUCTO	
PRODUCTO XXXX	% PARTICIPACION
vehiculo	2,00%
tramite	50,00%
peritaje	20,00%
reparacion	0%
soat	15,00%
mantenimiento	10,00%
pintada	0,00%
polarizado	0,00%
lavado	0,00%
polichado	0,00%
llantas	0,00%
rines	3,00%
TOTAL	100,00%
PESOS	
vehiculo	83.471.040
peritaje	834.710.400
reparacion	0
soat	626.032.800
mantenimiento	417.355.200
pintada	0
polarizado	0
lavado	0
polichado	0
llantas	0
rines	125.206.560
UNIDADES (produccion del primer mes)	
Vehiculo	2
tramite	42
peritaje	17
reparacion	-
soat	13
mantenimiento	8
pintada	-
polarizado	-
lavado	-
polichado	-
llantas	-
rines	3
TOTAL UNIDADES	84

Fuente de imagen: Autores

Nota: En el vehículo se hizo un aproximado del que más se vende en el mercado de automóviles, en la cual sería para los autos familiares, de igual manera el Soat es un aproximado con la tabla de los vehículos más vendidos, cabe recordar que la demanda se realizó por medio de la encuesta aplicada a la comuna 10 de Santiago de Cali, principalmente a los estratos 3 y 4.

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

Macro localización.

Continente: Suramérica.

País: Colombia.

Departamento: Valle del Cauca.

Ciudad: Santiago de Cali.

La ciudad de Santiago de Cali es la tercera ciudad más importante de Colombia, la cual esta estratégicamente bien ubicada, con fácil acceso de distintas regiones del país, teniendo cercanía a uno de los principales puertos marítimos del país, el puerto de Buenaventura, que facilita la entrada y salida de mercancía de distintas partes del mundo, contribuyendo a dinamizar la economía regional, y posicionando así a la ciudad como una con mayor crecimiento económico, cuenta con un clima tropical de 23 °C, el cual es atractivo para visitar por distintos turistas de climas fríos, que buscan contagiarse no solo del atractivo clima si no del calor de su gente, y sus festividades, Como la Feria de Cali, el festival de música Patroneo Álvarez, festival de salsa y verano entre otros.

La ciudad presenta la siguiente ubicación geográfica.

- Latitud: al norte: Cerro de Tatama 5° 00' 30".
- Al Sur La Balsa: 3° 05' 35"
- Longitud: Al Este. Páramo de Barragán. 75° 41' 32"
- al oeste Bocas del Naya 77° 00' 33"
- Altitud: Farallones de Cali: 4.080 m Sobre el nivel del Mar. (Colombia, s.f.párr.3)

Límites municipales de Santiago de Cali.

- Al norte: municipios de La Cumbre y Yumbo
- Al oriente: municipios de Palmira, Candelaria y Puerto Tejada.
- Al sur: municipio de Jamundí.
- Al occidente: municipios de Buenaventura y Dagua. (Colombia, s.f.párr.4)

En el siguiente mapa se evidencia la ubicación de Cali, con respecto a los municipios vecinos.

Figura 8. Mapa Ubicación de la Ciudad de Cali



Fuente: Google Maps.

Se puede evidenciar que Cali está rodeado de municipios muy cercanos, lo cual fomenta a Cali como una ciudad con inclusión social, y una urbe para la llegada de distintas personas de la región, de igual manera gracias a las zonas francas situadas a las afueras de la ciudad, como lo son Zona Franca Palmaseca y Zona Franca del

Pacífico, generan empleo a los habitantes de la ciudad, y contribuyen en el crecimiento de empresas y por ende de la región.

En materia de movilidad, la ciudad está situada a 15 minutos del Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón, el cual diariamente opera con vuelos nacionales e internacionales, de igual manera Cali cuenta con servicios de transporte público como Taxis y el MIO, el cual es un sistema de transporte con distintas rutas que cubren toda la ciudad.

Micro localización

Comuna. 9

Barrio: Junín.

Sector: La Luna

Ubicación: Calle 13B N° 23B- 17

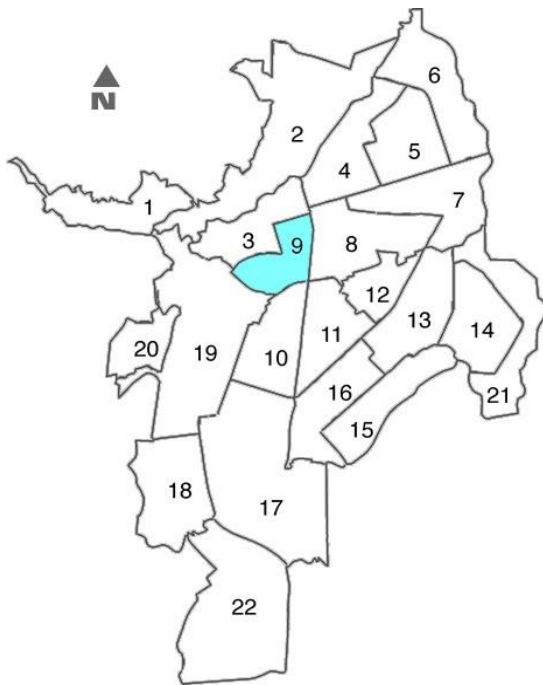
El proyecto se situara en una zona céntrica de la ciudad, ya que genera un fácil acceso a habitantes de distintos barrios de la ciudad, adicionalmente en el Barrio Junín, se encuentra ubicado un sector conocido como la Luna, por el Hotel principal del sector, que sirve de guía para una fácil ubicación de la empresa, y además este barrio cuenta con una gran variedad de comercio, por la existencia de almacenes de ropa, calzado, accesorios, restaurantes, panaderías, bares y discotecas, de igual manera presenta una gran afluencia de público por la existencia de bancos como, Bancolombia, Banco de Bogotá, Banca mía y Banco Caja Social, también en el barrio está ubicada la estación de policía de Junín, con lo cual genera seguridad en el sector, y confiabilidad para el acceso a este, de igual manera el sector presenta servicios de calidad, es decir se obtendrá siempre Luz y Agua, ya que no se presentan cortes en este aspecto.

Adicionalmente este sector lo atraviesa unas de las principales vías de la ciudad, la Autopista Sur, y la Carrera 15, las cuales se cruzan en un lugar de gran

reconocimiento de la ciudad que sirve como referente, “La luna”, en donde se ubicara la empresa para que los clientes tengan fácil acceso, y de igual manera la empresa quede ubicada en cercanía a los puntos de interés, teniendo vías rápidas que le permitan llegar fácilmente a el tránsito, y los diferentes lugares donde se efectúan los servicios que ofrece la empresa.

La comuna 9 se encuentra en el centro de la ciudad. Delimitada por el norte con la comuna 3, por el sur con la comuna 10, por el oriente con la comuna 8, y por el occidente con la comuna 19. La comuna 9 cubre el 2,4% del área total del municipio de Santiago Cali con 501,16 hectáreas, que en términos comparativos, corresponde aproximadamente al área promedio por comuna de la capital. (Plan de Desarrollo, 2008-2011,p.03)

Figura 9. Ubicación comuna 9



Fuente: Departamento Administrativo de Planeación Municipal.

Por otra parte, la comuna 9 cuenta los siguientes barrios: Alameda, Bretaña, Junín, Guayaquil, Aranjuez, Manuel maría Buenaventura, Santa Mónica Belalcazar, Belalcazar, sucre y barrio Obrero, que al igual que el barrio Junín, son muy comerciales con gran afluencia de transeúntes, vehículos y motocicletas.

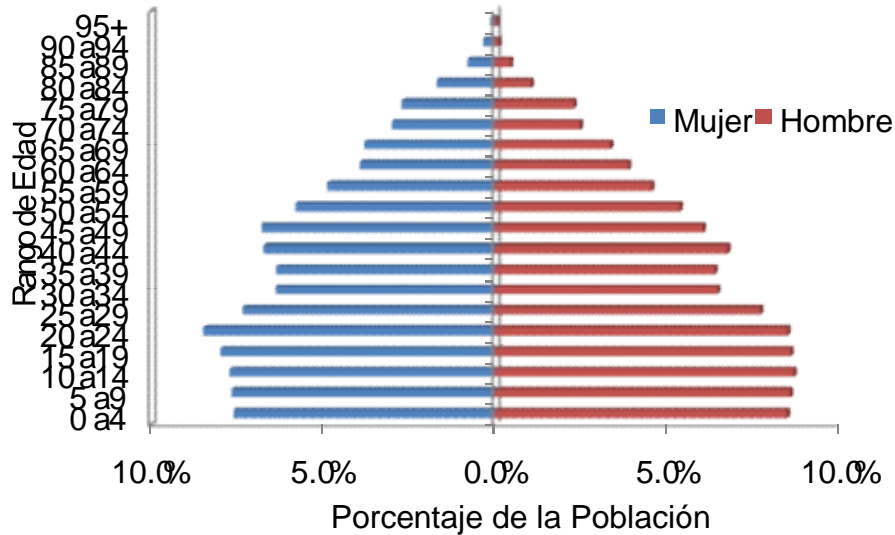
Esta comuna cuenta con 11.736 predios construidos, y representa el 2,5% del total de la ciudad. Está conformada por 11.834 viviendas, lo cual corresponde al 2,4% del total de viviendas de la capital vallecaucana. Así, el número de viviendas por hectárea es 40,8, cifra similar a la densidad de viviendas para el total de la ciudad que es de 41,6 viviendas por hectárea. (Plan de Desarrollo, 2008-2011,p.04)

De igual forma la comuna 9 cuenta con un gran número de habitantes que reside en ella, y están determinados de la siguiente forma:

La comuna 9 se encuentra en el centro de la ciudad. Delimitada por el norte con la comuna 3, por el sur con la comuna 10, por el oriente con la comuna 8, y por el occidente con la comuna 19. (Ver Mapa 3-1). La comuna 9 cubre el 2,4% del área total del municipio de Santiago Cali con 501,16 hectáreas, que en términos comparativos, corresponde aproximadamente al área promedio por comuna de la capital.

En el siguiente grafico se especificara la población en edades de mujeres y hombres que habitan en la comuna 9.

Figura 10. Pirámide poblacional de la Comuna 9



Fuente de imagen : DANE, Censo de Población de 2005.

Mediante este grafico se puede observar que el sector cuenta con un gran número de habitantes, que hacen parte del público objetivo de la empresa, hombres y mujeres entre los 23 y 70 años de edad, siendo así un lugar estratégico para incursionar con la empresa.

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO.

El proyecto se centra en la compra y venta de vehículos usados, pero también ofrece servicios de tramitología como traspaso, venta de seguros, y se tendrá convenio con empresas como: CDAutomas, Aval autos, Tecno rin, en donde se ofrecerán servicios de polarizado, peritaje, cambio de llantas nuevas y usadas, cambio de rines, pintura y polichado, lavado de autos, reparación y mantenimiento.

Tabla 37. Costo Inversión Inicial

INVERSION INICIAL			
ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
archivador	1	276.000	276.000
escritorio con cajonero	2	219.000	438.000
escritorio sencillo	1	180.000	180.000
silla giratoria	2	120.000	240.000
sofas	2	250.000	500.000
ventilador	2	119.900	239.800
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			1.873.800
EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
computadores	3	1.133.333	3.399.999
servidor	1	2.000.000	2.000.000
impresora	2	600.000	1.200.000
generador	1	700.000	700.000
telefono celular	1	500.000	500.000
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO			7.799.999
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS			9.673.799
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCION			
camara de comercio	1	472.000	472.000
uso de suelos	1	9.000	9.000
sayco y acinpro	1	500.000	500.000
bomberos	1	50.000	50.000
avisos y tableros	1	21.900	21.900
TOTAL DE GASTOS DE CONSTITUCION			1.052.900
ACTIVOS DEPRECIABLES			
regulador	3	64.000	192.000
sillas fijas	3	70.000	210.000
cafetera	1	80.000	80.000
papelera	2	35.000	70.000
alarma	2	40.000	80.000
telefono	2	70.000	140.000
TOTAL ACTIVOS DEPRECIABLES			772.000
ADECUACIONES			
adecuaciones electricas	1	500.000	500.000
pintura	1	500.000	500.000
TOTAL DE ADECUACIONES			1.000.000
ACTIVOS INTANGIBLES			
Windows 10 Bussiness	3	500.000	1.500.000
office	3	600.000	1.800.000
antivirus	1	200.000	200.000
hosting (pago anual)	1	516.650	516.650
TOTAL DE ACTIVOS INTANGIBLES			4.016.650
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			679.500
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS			6.749.050
CAPITAL DE TRABAJO			
Gastos de administracion	1	2.489.571	2.489.571
gasto venta	1	679.500	679.500
nomina	1	4.999.838	4.999.838
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO			8.168.909
TOTAL INVERSION			24.591.758
% A FINANCIAR			30,00%
INVERSIÓN A FINANCIAR			7.377.527
MESES A DIFERIR			12
VALOR DIFERIDO POR MES			562.421

Fuente de imagen: Autores

Con la anterior proyección financiera por mes se llega a la conclusión de que el tamaño del proyecto tiene el valor de \$ 24.591.758 pesos.

4. ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

Este proyecto consiste en la creación de un sistema integrado para la compra y venta de vehículos usados, que brindara servicios tales como lo es el traspaso, matriculas, pago de impuestos si se requiere, los cuales los realizara el personal de la empresa ya que se asignara el acompañamiento estructural y estratégico de un asesor especial para realizar los respetivos procedimientos.

4.1.1. Misión. Brindar soluciones y servicios automovilísticos, para la compra y venta de vehículos usados siendo intermediaria entre vendedor y comprador, ofreciendo a nuestros clientes, asesoría en la tramitología correspondiente. Además de garantizar un mayor control de la administración del tiempo y planeación para obtener servicios que puedan satisfacer las necesidades de los usuarios cuando obtienen su vehículo.

4.1.2. Visión. Ser en el 2021 una empresa reconocida en la solución de trámites automovilísticos en la ciudad de Santiago de Cali, cumpliendo las expectativas de los clientes, con la calidad en los servicios prestados, logrando así convertirse en el punto de referencia principal para la búsqueda de soluciones automovilísticas.

4.1.3 Valores corporativos. Los valores que se incursionaran son las siguientes:

- **Honestidad:** Capacidad para decir la verdad, acerca del estado actual del vehículo, su precio y los descuentos que se van a generar para generar confianza y credibilidad tanto en los clientes como en los proveedores.
- **Humildad:** Capacidad de aceptar los errores corregirlos y ser cada vez mejor.
- **Pasión:** Amor por lo que se hace es fuerza creativa para trabajar cada día.

- Puntualidad: Disciplina de cumplir a tiempo nuestros compromisos en la tramitología, y en la entrega del vehículo.
- Responsabilidad: Hacer las cosas de la mejor manera, de tal forma que no se vea afectado ni el comprador como el vendedor. Asumir las consecuencias de las acciones, decisiones que se tomen.
- Equidad: Brindar bienestar a las personas de acuerdo a sus necesidades y capacidades.
- Compromiso: Atender los requerimientos internos y externos de manera oportuna y eficaz.

4.1.4 Filosofía de trabajo. Nuestra filosofía de trabajo consiste en facilitar el tiempo de trámite, para optimizar dar valor ofertar líneas adicionales de negocio, a la medida de las necesidades de nuestros clientes.

La organización diseña propuestas técnicas integrales y ejecutables bajo un monitoreo constante y participativo, lo que permite un trabajo eficaz que garantiza la calidad del proceso para entregar el vehículo con los papeles al día, y en el tiempo acordado con el cliente. Generando así un importante valor agregado en el servicio.

4.1.5 Competencias organizacionales. En la empresa se necesitara contar con un personal capacitado y que contenga las siguientes características:

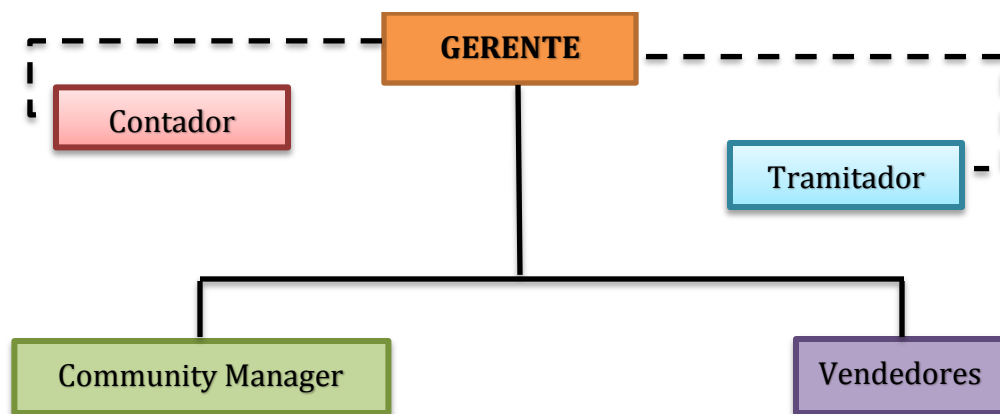
- Comunicación: Que exista una buena comunicación, principalmente de los clientes con los usuarios, que ofrezcan una clara información, ayudando a aclarar todas las dudas, ofreciendo asesoría sobre toda la parte de la tramitología, que estén en contacto continuo con el cliente. Además de ello que existe una participación activa con los altos mandos de la empresa.
- Innovadora: Se necesitan personas con nuevos enfoques en cuanto al área de servicios en el mercado, que ayuden a fomentar estrategias que permita que la

empresa crezcan cuanto a ventas pero también en la parte organizacional y de gestión.

- Proactiva: Se necesita un personal que tome la iniciativa, que sea perseverante, que coopere con el grupo de trabajo y de aportes para mejorar en las áreas funcionales de la empresa, con capacidad de afrontar y adaptarse al cambio.
- Empatía: Se necesita un personal que tenga capacidad de ser sociable, de establecer buenas relaciones interpersonales, de persuadir al cliente, y concretar la venta, o atraer posibles ofertantes.
- Trabajo en equipo: Se necesita un personal que sea capaz de trabajar en equipo, que cooperen, y trabajen en unión para alcanzar las metas organizacionales, todo esto influirá como una motivación laboral sin ser un incentivo.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 11 Organigrama de la empresa



Fuente de imagen: Autores

4.3 Descripción de Puestos de Trabajo:

Tabla 38 Análisis del cargo para el gerente

CARGO	GERENTE
AREA	Administrativa
CARGO	Gerente Administrativo y Comercial
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Ninguno
SALARIO	1.000.000 Contrato a término Fijo
OBJETIVO DEL CARGO	Desarrollar las actividades de índole administrativo de la empresa, Desarrollo de estrategia de mercadeo y supervisión en área de producción.
FUNCIONES GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> • Organización y dirección de tareas. • Administración de la empresa. • Mercadeo y poder de negociación. • Gestión comercial. • Seguimiento a puntos de venta. Aprobación y desarrollo de nuevos productos.
FUNCIONES ESPECIFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal de la empresa. • Control de todos los procesos gerenciales. • Alinear el proyecto con la estrategia empresarial / institucional. • Administrar costos y presupuestos. • Hacer seguimiento y control oportuno al plan operativo establecido. • Realizar labores comerciales, visita y seguimiento a clientes, creación de bases de datos, marketing electrónico y publicidad, etc. • Evaluar la evolución y funcionamiento de la empresa. • Estructurar estrategias que permitan posicionar a la empresa y ser una organización competitiva. • Diagnosticar, prevenir y formular estrategias

	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar el entorno competitivo y la evolución del sector económico al que pertenece la empresa. • Al ser una pequeña empresa, el mismo gerente se encargará de evaluar y seleccionar al personal que quiere sea parte de su equipo de trabajo. • El gerente se encargará de decidir qué productos saldrán al mercado, evaluando la factibilidad de las creaciones del área de Diseño. • Gestión de negocios inclusivos para obtener materiales pos consumo. • Gestión de negocios inclusivos para obtener materiales pre consumo. • Gestión de proveedores para aprovisionamiento de material • Se encargará en cierta medida de las relaciones con los clientes. • Controlar el desarrollo de la empresa. Utilizar herramientas de calidad para el mejoramiento continuo.
NIVEL DE ESCOLARIDAD	Técnico profesional en administración o carreras afines, en adelante.
EXPERIENCIA	6 meses a un año
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo. • Liderazgo. • Autocontrol. • Proactivo. • Sentido de pertenencia. • Capacidad para Planear y Organizar • Orientación al servicio al cliente. • Manejo de personal. Organización y responsabilidad.
	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación Empresarial

HABILIDADES Y DESTREZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Excelente comunicación. • Manejo de Sistemas. • Responsabilidad.
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales e insumos. • Dinero en punto de venta. • Información confidencial. • Toma de decisiones. • Selección de personal.
CARACTERISTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenado. • Honesto. • Puntualidad. • Amable. • Activo.

Frente de imagen: Autores

Tabla 39 Análisis del cargo para el contador

CARGO	CONTADOR
AREA	Financiera
CARGO	Contador
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Gerente
SALARIO	737.717 Contrato por prestación de servicios
OBJETIVO DEL CARGO	Apoyar todas las actividades contables de la empresa.
FUNCIONES GENERALES	Elaborar los estados financieros de la empresa (ganancias y pérdidas, balance general y flujo de caja).
FUNCIONES ESPECIFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar el movimiento contable de la empresa. • Proveer información confiable y oportuna para la toma de decisiones. • Realizar balances financieros. • Desarrollar los libros de Contabilidad.

	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación y presentación de estados financiero. • Certificación de planillas para pago de impuestos. • Informar al gerente las cuentas trimestrales de egresos e ingresos.
NIVEL DE ESCOLARIDAD	Profesional en Contaduría Pública
EXPERIENCIA	Media. Entre 3-4 años en cargos similares.
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo. • Liderazgo. • Proactivo. • Organización.
HABILIDADES Y DESTREZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Rapidez. • Excelente Comunicación. • Trabajo bajo presión. • Responsabilidad.
RESPONSABILIDADES	Mantener al día la empresa con los aspectos legales y contables.
CARACTERISTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ordenado ✓ Honesto ✓ Puntual

Fuente de imagen: Autores.

Tabla 40 Análisis del cargo para el vendedor

CARGO	VENDEDOR
AREA	Comercial
CARGO	Vendedor
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Gerente
SALARIO	\$ 737.717 SMLV+ Auxilio transporte
OBJETIVO DEL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> ○ Establecer excelentes relaciones comerciales con clientes que deseen adquirir un vehículo. • Informar novedades de mercado.

FUNCIONES GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> • Atención adecuada de los clientes
FUNCIONES ESPECIFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a clientes • Realizar peritaje. • Creación de base de datos. • Asesoramiento de clientes. • Reporte prácticas de la competencia.
NIVEL DE ESCOLARIDAD	Técnico o tecnólogo en ventas o carreras administrativas
EXPERIENCIA	6 meses en ventas
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Proactivo • Capacidad para Planear y Organizar • Atención al cliente
HABILIDADES Y DESTREZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación Empresarial • Trabajo bajo presión • Manejo de Sistemas • Responsabilidad • Manejo de tecnología de comunicación.
RESPONSABILIDADES	Captar y retener clientes.
CARACTERISTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenado • Honesto • Puntualidad • Proactivo • Comunicativo

Fuente de imagen: Autores.

Tabla 41 Análisis del cargo para el Community manager

CARGO	COMMUNITY MANAGER
AREA	Administrativa
CARGO	Community manager-Publicista
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Gerente
SALARIO	\$737.717 (Contrato termino fijo).

OBJETIVO DEL CARGO	Gestionar la presencia de la empresa de manera virtual, y física por medio de publicidad y mercadeo, compartir información de los vehículos y todos los servicios de la empresa, manteniendo contacto en tiempo real con el público.
FUNCIONES GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar la página web y redes sociales de la empresa. • Generar contenido claro y atractivo, que impacte y atraiga nuevos usuarios y clientes. • Interactuar, compartir y recibir documentación necesaria en los procesos de compra de los vehículos. • Plantear estrategias de mercado y de venta, que permitan llegar a nuevos clientes y conservar los que se tienen.
FUNCIONES ESPECIFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de la publicidad o Marketing de la empresa. • Generar la difusión clara y asertiva de los vehículos que ingresan a la empresa. • Generar contenido audiovisual, que permita interactuar con los usuarios, y hacer crecer la comunidad en red, para lograr reconocimiento y recordación. • Conocer y evaluar la competencia para identificar y evaluar posibles oportunidades y amenazas que se puedan presentar. • Conocer el público objetivo de la empresa, para que el contenido que se genera sea exitoso, en las personas a las que va dirigido. • Filtrar los vehículos en distintas plataformas, para diversificar a los clientes.
NIVEL DE ESCOLARIDAD	Técnico profesional en áreas como diseño gráfico, publicidad o comunicación social.
EXPERIENCIA	6 meses como mínimo
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo. • Proactivo. • Organizado. • Orientación al servicio al cliente.

	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación efectiva • Orientación al logro • Empatía relacional • Recursivo. <p>Con iniciativa.</p>
HABILIDADES Y DESTREZAS	<p>1 Rapidez.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Excelente Comunicación. • Trabajo bajo presión. • Responsabilidad. • Manejo de Sistemas y medios publicitarios. • Conocimiento en programas de diseño
RESPONSABILIDADES	Mantener actualizada a la empresa en diferentes medios de comunicación, filtrar documentación, vehículos, servicios de la empresa de manera virtual.
CARACTERISTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenado • Honesto • Puntual • Proactivo • Responsable • Comunicativo

Fuente de imagen: Autores.

Tabla 42 Análisis del cargo para el tramitador

CARGO	TRAMITADOR
AREA	Comercial
CARGO	Tramitador
CARGO DEL JEFE INMEDIATO	Gerente
SALARIO	\$40.000 contrato por prestación de servicios
OBJETIVO DEL CARGO	Recibir y realizar los trámites correspondientes de cada venta, pagos, traspasos, Conocer y recopilar la documentación necesaria.
	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el proceso de tramitología de la empresa.

FUNCIONES GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> • Entregar los trámites en los tiempos acordados. • Realizar explicación al cliente de las formas de tramitar de una manera segura. • Conocer y pedir documentación necesaria para cada trámite. • Desplazarse a las entidades a realizar los trámites.
FUNCIONES ESPECIFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar pagos de servicios, consignaciones, retiros, trámite de documentos. • Visitar al tránsito para la obtención de citas, averiguar el estado actual del vehículo y pedir la información necesaria que se requiera. • Visitar la Sijin para mirar si el dueño de un auto tiene pendientes judiciales, que no esté regrabado y sacar improntas de motor, chasis y serie.
NIVEL DE ESCOLARIDAD	Bachiller
EXPERIENCIA	2 años en labores similares.
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo. • Autocontrol. • Orientación al servicio al cliente. • Integridad. • Comunicación efectiva. • Trabajo en equipo • Orientación al logro • Empatía relacional
HABILIDADES Y DESTREZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación Empresarial • Excelente comunicación. • Buen negociador • Excelente comunicación • Buena atención al cliente

	<ul style="list-style-type: none"> • Ágil.
RESPONSABILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Tramites • Información confidencial • Asesorías comerciales sobre los tramites
CARACTERISTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Ordenado. • Honesto. • Puntual. • Amable. • Activo. • Responsable. • Empático

Fuente de imagen: Autores.

Nota: Estas tablas fueron basadas en el trabajo presentado al Fondo emprendedor, de la autora Paola Liseth Gonzales Padilla.

A continuación, se realizarán los respectivos manuales de funciones para cada cargo.

Tabla 42. Manual de funciones del gerente

 <p style="text-align: center;">MANUAL DE FUNCIONES</p>	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	GERENTE
Dependencia:	Administrativa, Producción y Mercadeo
Número de cargos :	1
Cargo de Jefe inmediato:	Ninguno
Solicita reportes y reporta a:	Vendedores, Community Manager, Tramitador.
OBJETIVO PRINCIPAL	

Desarrollar las actividades de índole administrativo de la empresa, Desarrollo de estrategia de mercadeo y supervisión en área de producción.	
FUNCIONES GENERALES	
1	Organización y dirección de tareas.
2	Administración de la empresa.
3	Mercadeo y poder de negociación.
4	Gestión comercial.
5	Seguimiento a puntos de venta.
6	Aprobación y desarrollo de nuevos Servicios.
7	Supervisar a los empleados y áreas de trabajo.
FUNCIONES ESPECIFICAS	
2.	Representante legal de la empresa.
3.	Control de todos los procesos gerenciales.
4.	Alinear el proyecto con la estrategia empresarial / institucional.
5.	Administrar costos y presupuestos.
6.	Hacer seguimiento y control oportuno al plan operativo establecido.
7.	Realizar labores comerciales, visita y seguimiento a clientes, creación de bases de datos, marketing electrónico y publicidad, etc.
8.	Evaluar la evolución y funcionamiento de la empresa.
9.	Estructurar estrategias que permitan posicionar a la empresa y ser una organización competitiva.
10.	Diagnosticar, prevenir y formular estrategias
11.	Analizar el entorno competitivo y la evolución del sector económico al que pertenece la empresa.
12.	Al ser una pequeña empresa, el mismo gerente se encargará de evaluar y seleccionar al personal que quiere sea parte de su equipo de trabajo.
13.	El gerente se encargará de decidir qué productos saldrán al mercado, evaluando la factibilidad de las creaciones del área de Diseño.
14.	Gestión de negocios inclusivos para obtener materiales pos consumo.
15.	Gestión de negocios inclusivos para obtener materiales pre consumo.
16.	Gestión de proveedores para aprovisionamiento de material
17.	Se encargará en cierta medida de las relaciones con los clientes.
18.	Controlar el desarrollo de la empresa.
19.	Utilizar herramientas de calidad para el mejoramiento continuo

Fuente de imagen: Autores.

Tabla 43 Manual de funciones del tramitador

		MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	TRAMITADOR	
Dependencia:	Comercial	
Número de cargos :	1	
Cargo de Jefe inmediato:	Gerente	
Solicita reportes y reporta a:	Vendedor	
OBJETIVO PRINCIPAL		
Recibir y realizar los trámites correspondientes, pagos, traspasos, documentación necesaria.		
FUNCIONES GENERALES		
8	Realizar la entrega de la documentación y tramitología en los tiempos establecidos.	
FUNCIONES ESPECIFICAS		
<p>-Realizar pagos de servicios, consignaciones, retiros, trámites de documentos.</p> <p>-Ir al tránsito a sacar citas, averiguar el estado del vehículo, pedir y reportar la información.</p> <p>- Ir a la Sijin y determinar si el vehículo tiene pendientes judiciales, que no esté regrabado, y sacar las improntas de motor, chasis y serie.</p> <p>- Realizar la tramitología correspondiente de los vehículos.</p>		

Tabla 44 Manual de funciones del Community manager- publicista



MANUAL DE FUNCIONES

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del cargo:	COMMUNITY MANAGER – PUBLICISTA
Dependencia:	Mercadeo
Número de cargos :	1
Cargo de Jefe inmediato:	Gerente
Solicita reportes y reporta a:	Vendedor

OBJETIVO PRINCIPAL

Gestionar la presencia de la empresa de manera virtual, compartir información de la empresa y sus servicios, manteniendo un contacto con el público en tiempo real, manejo del Marketing de la empresa, generando una buena imagen visual de manera física y virtual, Enviar y recibir información de todos los trámites a realizar.

FUNCIONES GENERALES

Conocer todos los campos y servicios de la empresa, Gestionar la página web y redes sociales de la empresa, con la generación de contenido claro y atractivo, que impacte y atraiga nuevos usuarios y clientes, interactuar, compartir y recibir información, documentación, de los procesos de compra y venta de vehículos, responder en tiempo real las inquietudes de los usuarios.


FUNCIONES ESPECIFICAS

- Manejo de la publicidad o Marketing de la empresa.
- Tener actualizado el portafolio corporativo de servicios y las herramientas publicitarias.
- Gestionar la página web y redes sociales de la empresa, con la generación de contenido claro y atractivo, que impacte y atraiga nuevos usuarios y clientes

- Interactuar, compartir y recibir información, documentación, de los procesos de compra y venta de vehículos
- Responder en tiempo real las inquietudes de los usuarios
- Gestionar y monitorear la página web y redes sociales de la empresa, que permitan atraer nuevos clientes y mejorar las debilidades que reporten los usuarios
- Generar contenido audiovisual, que permita interactuar con los usuarios, y hacer crecer la comunidad en red, para lograr el reconocimiento y recordación del público, permitiendo llegar a nuevos clientes y conservar los que ya se tienen.
- Enviar y pedir documentación necesaria a los clientes, para la realización de los trámites.

Fuente de imagen: Autores.


Tabla 45 Manual de funciones del contador

		MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
Nombre del cargo:	CONTADOR.	
Dependencia:	Financiera	
Número de cargos :	1	
Cargo de Jefe inmediato:	Gerente	
Solicita reportes y reporta a:	Gerente	
OBJETIVO PRINCIPAL		
Apoyar todas las actividades contables de la empresa.		
FUNCIONES GENERALES		

Elaborar los estados financieros de la empresa (Ganancias y pérdidas, balance general y flujo de caja).	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
9	Analizar el movimiento contable de la empresa.
10	Proveer información confiable y oportuna para la toma de decisiones.
11	Realizar balances financieros en tiempos acordados.
12	Desarrollar los libros de Contabilidad.
13	Preparación y presentación de estados financiero.
14	Certificación de planillas para pago de impuestos.
15	Informar al gerente las cuentas trimestrales de egresos e ingresos.
16	Realizar un informe de las finanzas, completo y detallado al Gerente.

Fuente de imagen: Autores.

Tabla 46 Manual de funciones del vendedor

 MANUAL DE FUNCIONES	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo:	VENDEDOR
Dependencia:	Comercial
Número de cargos :	1
Cargo de Jefe inmediato:	Gerente
Solicita reportes y reporta a:	Tramitador
OBJETIVO PRINCIPAL	
Establecer excelentes relaciones comerciales con clientes, atendiendo y asesorando a los clientes en la toma de decisiones, persuadiéndolos y convenciéndolos en la compra de vehículos y adquisición de los servicios que ofrece la empresa. Mantener y buscar nuevos clientes, e informar novedades del mercado.	

FUNCIONES GENERALES
Atención adecuada de los clientes
FUNCIONES ESPECIFICAS
20. Visita a clientes 21. Realizar peritaje. 22. Creación de base de datos. 23. Asesoramiento de clientes. - Proveer información confiable y oportuna para la toma de decisiones. 24. Evaluar y corroborar la información que entregan los proveedores sea verídica.

Fuente de imagen: Autores.

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO

Al ser una empresa nueva, se pretende contratar un personal idóneo que cubra los puestos de trabajo, implementados por la empresa, con lo cual se realizara el siguiente proceso de reclutamiento.

- 1) Se hace un análisis del perfil idóneo que requiere cada cargo.
- 2) Se realizara la respectiva difusión de las vacantes a cubrir, por parte de los dueños de la empresa.
- 3) Se inicial la recepción de hojas de vida o currículos de los candidatos.
- 4) Se recopila y agrega los currículos recibidos.
- 5) Se finaliza el periodo de recepción de las solicitudes.
- 6) Se inicia el proceso de escogencia de los candidatos que cumplen con el perfil estipulado, descartando a los candidatos que no cumplen con los requerimientos estipulados.
- 7) Se hace el periodo de selección con una duración de 10 días.
- 8) Se efectúa el respectivo llamado a los candidatos que cumplen con las características y perfil necesarios.
- 9) Se realizan las respectivas pruebas de selección, entrevista grupal, entrevista individual.
- 10) Se procede a la verificación de los datos entregados por los candidatos.

- 11) Se elaboran las pruebas médicas.
- 12) Se selecciona al candidato más idóneo a cubrir el cargo, y posteriormente se lo incorpora a la organización.
- 13) Se le realiza la acogida, inducción y orientación al candidato (1 día).
- 14) Empieza el periodo de prueba del candidato.
- 15) Al finalizar el periodo de prueba la empresa, se elabora el respectivo contrato de trabajo, para incorporar al empleado definitivamente con la empresa.
- 16) Se hace un seguimiento y acompañamiento continuo a los empleados, para que cumplan con los requerimientos de su puesto de trabajo, guiarlos y motivarlos en momentos oportunos, contribuyendo a generar un buen clima laboral.

4.4 PROCESO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL

4.4.5 Solicitud del empleo. Existen tres tipos de solicitud de empleo para el reclutamiento del personal, por medio de medios informáticos, la primera se basa en el diligenciamiento de un formulario en donde se hacen preguntas sobre la información personal del postulante a el cargo solicitado, esto a su vez, da la prioridad de resaltar quien es la persona que está interesada en dicho cargo y cuáles son sus aptitudes y actitudes.

El segundo tipo de solicitud de empleo para el reclutamiento del personal se basa en la creación de una carta dirigida a la empresa donde el postulante quiere desempeñar un cargo determinado, este tipo se basa en la apreciación que el candidato tiene hacia la empresa, además de expresar la información necesaria del porque quiere estar dentro de esa empresa y cuáles son los afines o que afinidad tiene para la misma.

El tercer tipo de solicitud es el currículum vitae se basa en la información breve y concisa de la persona en donde se expone de forma idónea y eficiente el conocimiento que este tiene para poder expresarlo en este currículum, además de información social, educativa, formativa y laboral.

El tipo de solicitud de empleo más cercana que se llega a utilizar en este tipo de empresas en donde se ubica en el sector de servicios es el diligenciamiento del formulario ya que aquí se puede conocer sobre la persona completamente , se sabrá su información personal, su ubicación , su número telefónico, en que parte trabajo, en qué cargo se ha desempeñado , cuáles son sus aficiones, sus hobbies , sus intereses particulares, y sus intereses empresariales, lo que quiere lograr a ser , lo que quiere obtener entre muchas otras cosas.

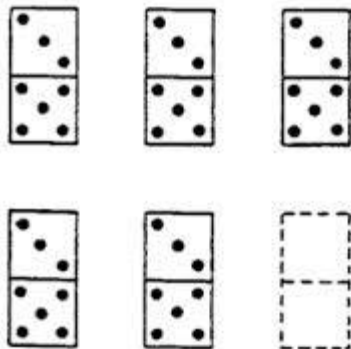
Se utiliza este tipo de solicitud de empleo porque es la más completa para realizar el reclutamiento del personal necesario y que la empresa pueda tener datos importantes de cada persona y tener un buen proceso de selección.

No se necesita crear una nueva solicitud de empleo, ya que la mencionada anteriormente cumple con los requisitos necesarios para el conocimiento que el postulante tiene frente a la empresa, por este motivo, no es necesario la inversión del tiempo en la creación de un nuevo documento de postulación.

4.4.6 Entrevista. Cada uno de los aspirantes tendrán unas fechas de citación para una entrevista laboral donde el gerente, quien es el encargado de llevar a cabo las entrevistas de selección, intercambiara información en donde el objetivo principal es, obtener información de primera plana acerca del aspirante verificando datos personales, sus competencias académicas y profesionales, aficiones, hobbies, motivaciones, aspiraciones empresariales, objetivos que puede lograr o cumplir dentro de la empresa, el conocimiento básico de la información principal de la empresa como la misión y la visión, sus objetivos, y el porqué de la elección de dicha empresa.

4.4.3 Exámenes. En los cuales se implementaran los siguientes:

Figura 11. Exámenes psicotécnicos



Examen de razonamiento : Por ser un examen donde mide las capacidades de resolver los problemas de una forma rápida y eficiente, se utiliza este examen, con el fin de conocer como el postulante se puede desenvolver de un problema común del diario vivir dentro de la empresa, ya sea con compañeros de trabajo, o con un consumidor.

Fuente de imagen: navarra.es, 2015

Examen de información: Es muy importante conocer que tan buena es la persona para pronunciar y hablar en público, ya que las empresas de servicios automovilísticos tienden a ofrecer servicios formales y directos con los consumidores, y aquí, es necesario tener una buena postura y saber entablar una conversación acerca del tema y que pueda mantener una conversación dirigida a el comienzo o culminación de un negocio dentro de dicha empresa.

Los exámenes psicométricos se aplicaran a dichas personas postuladas que hayan sido escogidas dentro del proceso de selección, además, de que hayan pasado la entrevista de una manera positiva, ya que estas pruebas se realizan, para corroborar, la capacidad mental que tiene el postulado frente a situaciones del diario vivir de la empresa, además, de conocer las actitudes y aptitudes frente a el cargo de trabajo que se le puede otorgar con el cumplimiento de los pasos para la selección.

2. Exámenes Físicos:

Los exámenes médicos son realizados por personas especializadas en cada una de las áreas las partes físicas del cuerpo humano, también , médicos generales, enfermeras especializadas, o médicos en un área específica pueden tener el derecho de realizar los exámenes que la empresa solicite.

Algunos de los exámenes que pueden ser solicitados antes de la contratación laboral son:

- 1 Examen de los signos vitales
- 2 EKG y exámenes de laboratorio
- 3 PPD (prueba de la piel)
- 4 Prueba de droga
- 5 Audiometría
- 6 Radiografía de columna cervical.

4.5 . PROCESO DE CONTRATACIÓN

Los empleados tendrán un contrato individual de trabajo a término fijo, que se efectuara siempre por escrito, y el cual no podrá ser superior a 3 años, sin embargo este puede ser renovado, por otra parte si se quiere dar por terminado el contrato de trabajo por una de las partes, este debe ser notificado con antelación no inferior a 30 días y deberá ser de manera escrita, si no se efectúa esta notificación ya sea por el empleado o empleador, el contrato automáticamente se entenderá como

renovado, y el trabajador podrá seguir vinculado a la empresa por un periodo igual al que se pactó inicialmente al firmar el contrato, este contrato será firmado por las dos partes, es decir el trabajador y el empleador.

En todos los contratos de trabajo que se efectúen por parte de la empresa se especificaran los siguientes campos:

- Nombre del empleador o Representante legal.
- Nombre del empleado.
- Numero de Documento de Identidad de las partes.
- Teléfonos y Lugar de Residencia.
- Cargo y funciones a Desempeñar.
- Lugar donde realizara su labor.
 - Salario a devengar.
- Término inicial del Contrato.
- Fecha de Vencimiento del contrato.
- Intensidad horaria laboral.
- Los elementos que tendrá en su poder o le serán entregados para el mejor desempeño de su labor. (Material de trabajo).
- Periodo de prueba. (No será superior a la quinta parte del término inicial ni excederá los dos meses).
- Justas causas para despedir. (El incumplimiento a las obligaciones y prohibiciones que se expresan en los artículos 57 y siguientes del Código sustantivo del Trabajo y las normas de la empresa)
- Trabajo extra. (Horas extras, dominicales y festivos será remunerado conforme al código laboral, es decir el trabajo extra nocturno se remunera con un recargo del 75% sobre el valor del trabajo ordinal, los dominicales y festivos se remunera con un recargo del 75% sobre el valor del trabajo ordinal).

- Afiliación y pago a seguridad social. (Pago en salud, pensión y riesgos profesionales, autorizando el trabajador el descuento en su salario, los valores que le corresponda aportar, en la proporción establecida por la ley).
- Modificaciones. (cualquier modificación que se realice será notificada por escrito y anexada a cada respectivo contrato).
- Firma de las partes, con la fecha exacta de la celebración del contrato.

Nota: Las dos partes deben ser mayores de edad.

Por lo que se le solicitara los siguientes requisitos para la afiliación de prestaciones sociales y contratación:

- Registro civil de los hijos
- Partida de matrimonio
- Cedula
- Cartas de Recomendaciones
- Diplomas

De igual manera, los trabajadores devengaran un salario dependiendo del valor de su cargo, sin desmeritar a ningún puesto de trabajo, ya que todos hacen parte importante en el crecimiento y buen funcionamiento de la empresa, sin embargo, los vendedores que hacen parte de la empresa ganaran un 3% de comisión por cada venta que realicen.

Por otra parte, los empleados como Contador y Tramitador, serán contratados por prestación de servicios, ya que por su actividad no se requiere estar presente todo el tiempo en la empresa, es decir no cumplirán un horario fijo, ni estarán subordinados permanentemente, su remuneración o pago será dependiendo de las labores que realicen dentro de la empresa, en donde el tramitador ganara \$40.000 (Cuarenta mil pesos) por tramite, y el contador \$737.717 (salario mínimo al mes).

Tabla 47: Nomina de empleados

CARGOS	NOMINA EN PESOS												AÑO 1
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
GERENTE	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
VENDEDOR 1	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	9.233.266
VENDEDOR 2	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	9.233.266
COMMUNITY MANAGER	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	769.439	9.233.266
TOTAL	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	39.699.798
DATOS AL ESTADO DE RESULTADOS													0
PERSONAL CON DERECHO AUX	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
SALARIOS	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	39.699.798
AUXILO TRANSPORTE	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	4.162.321
CESANTIAS	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	3.655.162
INTERESES CESANTIAS	36.552	36.552	36.552	36.552	36.552	36.552	36.552	36.552	36.552	36.552	36.552	36.552	438.621
PRIMAS	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	304.597	3.655.162
VACACIONES	152.297	152.297	152.297	152.297	152.297	152.297	152.297	152.297	152.297	152.297	152.297	152.297	1.827.559
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	4.763.976
ARL	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	207.471
CAJA COMPENSACION FAMILIAR	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	1.587.992
ICBF		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	59.998.062
DATOS AL FLUJO DE CAJA													
SALARIOS	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	3.308.316	39.699.798
AUX TRANS	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	346.860	4.162.321
CESANTIAS													0
INTE CESANTIAS													0
PRIMAS						1.827.581							1.827.581
VACACIONES													1.827.559
SALUD	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	396.998	4.763.976
ARL	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	17.289	207.471
CAJA COMPENSACION FAMILIAR	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	132.333	1.587.992
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	6.029.377	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	7.856.936

Fuente de imagen: Autores

4.5.5 . Inducción del personal. Este proceso va dirigido principalmente al personal nuevo, que llegue a formar parte de la empresa, para que la persona conozca todo sobre esta y tenga claridad de cuál será su función dentro de ella, integrándose y relacione de la mejor manera en su puesto de trabajo y con sus compañeros.

La inducción se realizara con los siguientes pasos o etapas:

- Se da a conocer la información necesaria e importante para el conocimiento de la empresa, como: la Historia, Misión, Visión, Objetivos y cultura Organizacional, reglamentos, Políticas internas y los Servicios que ofrece la empresa.
- Inducción al puesto de trabajo. Se le dará toda la información sobre el puesto al que ingreso, Actividades a realizar, turnos, horarios y presentación con los demás empleados. Se le informa al empleado como realizar el trabajo, se aclaran dudas que se presenten sobre la empresa o tareas a realizar, y finalmente se realizara un seguimiento al empleado para ver si está haciendo bien su labor o corregirle oportunamente las fallas si es necesario.

PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL.

4.5.6 Capacitación. El proceso de capacitación y entrenamiento es necesario para que los trabajadores puedan desempeñar de la mejor manera su labor, brindándole un beneficio al empleado tanto en su vida laboral como personal, llevando al empleado a desarrollar de manera exitosa y productiva las tareas dentro de la empresa.

De este modo, el material de apoyo, incluirá, entrega de información verbal y física, como folletos, manual de funciones, perfil del cargo, videos, diapositivas, charlas con el gerente o personal que conoce el puesto de trabajo o los temas de interés, se realizara una trasmisión de información clara, sobre la empresa, su puesto de trabajo, los servicios que se prestan y con qué entidades se tiene convenios el mercado al que va dirigida la empresa, como debe tratar a los clientes y compañeros

de trabajo, de este modo fomentar y crear un clima laboral optimo, en donde todos los empleados se sientan parte indispensable e importante para la empresa, construyendo así una gran familia laboral y esto ayude a minimizar la rotación de personal e incrementar la productividad empresarial, logrando conjuntamente las metas trazadas.

El entrenamiento del personal se efectuara en el lugar de trabajo, es decir en la oficina de empresa , y el responsable de esta, es el gerente, quien asesorara a los empleados, y tendrá conocimiento de cada cargo y que labor debe cumplir el trabajador, realizara un entrenamiento en las funciones y tareas a desempeñar, llevara un control y seguimiento para evaluar si se cumple acorde a los objetivos o no, efectuando las observaciones necesarias para evitar posibles errores en puesto de trabajo y esta capacitación tendrá una duración una semana.

ASPECTOS LEGALES EN EL PROYECTO DE GRADO

4.6 MARCO LEGAL

Es importante generar en los usuarios proveedores y entidades de financiación confianza, es por ello que se debe tener todas y cada una de las regulaciones y cumplir con las obligaciones que como empresa se adopten. Por ello la empresa se registrará por la legislación colombiana vigente y dará cumplimiento a todas las normas jurídicas, tributarias, laborales, comerciales, basándose en el principio de la libre empresa contemplado en la constitución política colombiana, y basada en la Ley de 1429 del 2010, la cual requiere lo siguiente:

- Verificar el nombre de la empresa que no se parezca a ninguna otra.
- Redactar los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios; y entre ellos y la sociedad.
- Tramitar en la Cámara de Comercio, el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal del suplente.
- Inscripción en el Registro. La Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; por lo que es importante cancelar el impuesto de registro, que tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.
- Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se abra una cuenta bancaria. Ya que sin esa certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no podrá registrar el RUT como definitivo.
- Posteriormente con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.
- Se debe llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.
- Se debe solicitar en la DIAN una resolución de facturación. Ya que sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.

- La empresa debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.
- La empresa deberá registrarse en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleado.

4.7 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Para la constitución de la oficina para atender a nuestros clientes.

- Registro de industria y comercio
- Certificado de uso de suelo
- Registro de avisos y tableros
- Derechos de autor SAYCO Y ACINPRO
- Certificado de bomberos

Para la constitución de la empresa como medio virtual

- Leyes como la 1480 de 2011 del estatuto del consumidor.
- Protección de datos con sus derivadas reglamentaciones (Ley 1584 de 2012).

4.8.1 Impuestos que se debe pagar. Para ello se solicitara lo siguiente:

- La solicitud de PRE-RUT, es un trámite enteramente gratuito.
- Teniendo en cuenta que usted 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.

En Colombia, las empresas tienen las siguientes cargas fiscales:

- **El Impuesto de Renta:** Es un impuesto nacional, de carácter anual, el cual grava las utilidades que haya generado la empresa desde el primero (1) de enero hasta el treinta y uno (31) de Diciembre de cada año. El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es igualmente un impuesto de carácter nacional que grava la venta de bienes muebles, la prestación de servicios, las importaciones y la circulación, venta u operación de juegos de suerte y azar.

- **El Impuesto de Industria, Avisos y Tableros (ICA).** Es un impuesto de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial y de servicios.
- **La Retención en la Fuente** No es propiamente un impuesto, pero dada su importancia para el cálculo económico de una futura empresa lo incluimos, puesto que es realmente un pago anticipado al impuesto de renta.
- **El Impuesto al Patrimonio:** Es un impuesto que grava la riqueza de las empresas, entendiendo riqueza como el patrimonio líquido que la compañía tenga el primero (1) de enero de cada año.

4.8 REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE LA RAZON SOCIAL

La empresa se clasificara como los servicios de asesoramiento, información o consulta en la clase sobre la que versa el objeto actividad. En cuanto a los requerimientos están los siguientes:

- Formulario diligenciado de la solicitud de registro de marca. El formulario contiene los espacios para incluir la información necesaria para otorgar fecha de radicación y otros que si bien no son completados no son necesarios para tal fin.
- En caso de ser una marca figurativa, mixta o tridimensional, un arte de 8 cm x 8 cm.
- Recibo de pago.
- En caso de actuar por intermedio de apoderado, el poder en el que se haga referencia a una o más solicitudes debidamente identificadas, o a todas las solicitudes y/o registros existentes o futuros del poderdante, sin necesidad de presentación personal, autenticación o legalización.
- En caso de ser microempresario y desee obtener el descuento por tal calidad, el formulario correspondiente debidamente diligenciado.
- Una copia de los estatutos de la asociación u organización que solicita el registro.

- La lista de sus integrantes.
- La indicación de las condiciones y forma de utilización de la marca sobre los productos o servicio.

5 VIABILIDAD ECONÓMICA DEL PROYECTO

Se realizó el componente financiero de la empresa, para determinar la viabilidad económica de este proyecto.

A continuación, se realizara los diversos balances con financian sin financiación de la empresa, con el fin de determinar el capital a invertir para poner en marcha la empresa, y cuan viable es la empresa como tal en los 5 años en la cual se proyectó de acuerdo a las ventas, ingresos, egresos de los mismos.

1.1.1.1.4 Tabla 51: Balance inicial sin financiación

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACION EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
caja bancos	8.168.909
CxC	0
inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	8.168.909
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
muebles t enseres	1.873.800
equipos de computo	7.799.999
(-)depreciacion acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	9.673.799
ACTIVOS DIFERIDOS	
diferidos	6.749.050
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	6.749.050
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	16.422.849
TOTAL DE ACTIVOS	24.591.758
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
cxp	0
cesantias x p	0
intereses a las cesantias x p	0
iva x p	0
impuesto de renta x p	0
ica x p	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
obligaciones financieras	0
leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0
TOTAL PASIVOS	0
PATRIMONIO	
capital social	24.591.758
utilidad acumulada	
reserva legal acumulada	
TOTAL PATRIMONIO	24.591.758
PASIVO MAS PATRIMONIO	24.591.758

1.1.1.1.3 Fuente: Autores

1.1.1.1.7 Tabla 52: Balance inicial con financiación

BALANCE INICIAL CON FINANCIACION EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
caja bancos	8.168.909
CxC	0
inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	8.168.909
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
muebles t enseres	1.873.800
equipos de computo	7.799.999
(-)depreciacion acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	9.673.799
ACTIVOS DIFERIDOS	
diferidos	6.749.050
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	6.749.050
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	16.422.849
TOTAL DE ACTIVOS	24.591.758
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
cxp	0
cesantias x p	0
intereses a las cesantias x p	0
iva x p	0
impuesto de renta x p	0
cree x p (impuesto equidad)	0
ica x p	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
obligaciones financieras	7.377.527
leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	7.377.527
TOTAL PASIVOS	7.377.527
PATRIMONIO	
capital social	17.214.231
utilidad acumulada	
reserva legal acumulada	
TOTAL PATRIMONIO	17.214.231
PASIVO MAS PATRIMONIO	24.591.758

En la siguiente tabla se puede notar que se requiere una inversión de \$24.591.758 mil pesos

1.1.1.1.6 Fuente: Autores

Tabla 53 Leasing financiero

LEASING FINANCIERO EN PESOS						
		No. CUOTA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
VALOR ACTIVO	6.599.999					
% OPCION DE COMPRA	10,00%	0				6.599.999
VALOR OPCION DE COMPRA	660.000	1	147.018	78.672	68.347	6.531.652
DTF (%)	6.75%	2	147.018	77.857	69.161	6.462.491
SPREAD	10.00%	3	147.018	77.033	69.986	6.392.505
TASA EFECTIVA ANUAL (%)	15,28%	4	147.018	76.198	70.820	6.321.685
TASA NOMINAL MES VENCIDO (%)	14,30%	5	147.018	75.354	71.664	6.250.021
TASA MENSUAL	1,19%	6	147.018	74.500	72.518	6.177.503
MESES DEL AÑO	12	7	147.018	73.636	73.383	6.104.120
No. CUOTAS	60	8	147.018	72.761	74.257	6.029.863
VALOR PRESENTE OPCION COMPRA	324.171	9	147.018	71.876	75.143	5.954.720
VALOR PARA CALCULO CUOTA	6.275.828	10	147.018	70.980	76.038	5.878.682
		11	147.018	70.074	76.945	5.801.737
		12	147.018	69.156	77.862	5.723.875
		13	147.018	68.228	78.790	5.645.085
		14	147.018	67.289	79.729	5.565.356
		15	147.018	66.339	80.680	5.484.676
		16	147.018	65.377	81.641	5.403.035
		17	147.018	64.404	82.614	5.320.421
		18	147.018	63.419	83.599	5.236.821
		19	147.018	62.423	84.596	5.152.226
		20	147.018	61.414	85.604	5.066.622
		21	147.018	60.394	86.624	4.979.997
		22	147.018	59.361	87.657	4.892.340
		23	147.018	58.317	88.702	4.803.638
		24	147.018	57.259	89.759	4.713.879
		25	147.018	56.189	90.829	4.623.050
		26	147.018	55.107	91.912	4.531.138
		27	147.018	54.011	93.007	4.438.131
		28	147.018	52.902	94.116	4.344.015
		29	147.018	51.781	95.238	4.248.777
		30	147.018	50.645	96.373	4.152.404
		31	147.018	49.497	97.522	4.054.882
		32	147.018	48.334	98.684	3.956.198
		33	147.018	47.158	99.861	3.856.337
		34	147.018	45.967	101.051	3.755.286
		35	147.018	44.763	102.256	3.653.031
		36	147.018	43.544	103.474	3.549.556
		37	147.018	42.311	104.708	3.444.848
		38	147.018	41.062	105.956	3.338.892
		39	147.018	39.799	107.219	3.231.674
		40	147.018	38.521	108.497	3.123.177
		41	147.018	37.228	109.790	3.013.386
		42	147.018	35.919	111.099	2.902.287
		43	147.018	34.595	112.423	2.789.864
		44	147.018	33.255	113.763	2.676.101
		45	147.018	31.899	115.119	2.560.982
		46	147.018	30.527	116.492	2.444.490
		47	147.018	29.138	117.880	2.326.610
		48	147.018	27.733	119.285	2.207.325
		49	147.018	26.311	120.707	2.086.617
		50	147.018	24.872	122.146	1.964.471
		51	147.018	23.416	123.602	1.840.869
		52	147.018	21.943	125.075	1.715.794
		53	147.018	20.452	126.566	1.589.228
		54	147.018	18.944	128.075	1.461.153
		55	147.018	17.417	129.601	1.331.552
		56	147.018	15.872	131.146	1.200.405
		57	147.018	14.309	132.710	1.067.696
		58	147.018	12.727	134.291	933.404
		59	147.018	11.126	135.892	797.512
		60	147.018	9.506	137.512	660.000
				2.881.104	5.939.999	

	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	
INTERES	888.097	754.225	599.898	421.989	216.896	2.881.104
AMORTIZACION	876.124	1.009.996	1.164.323	1.342.232	1.547.325	5.939.999
	1.764.221	1.764.221	1.764.221	1.764.221	1.764.221	

Fuente: Autores

En la siguiente tabla, se hace un leasing por los computadores, servidor e impresora, por lo que se le solicitara al banco Bancolombia su solicitud diferido a 5 años.

Tabla 54: Amortización en pesos

AMORTIZACION EN PESOS						
	7.377.527	No. CUOTA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
VALOR PRESTAMO	7.377.527	0				7.377.527
TASA EFECTIVA ANUAL (%)	22,42%	1	197.106	125.419	71.687	7.305.841
TASA NOMINAL MES VENCIDO (%)	20,40%	2	197.106	124.201	72.905	7.232.936
TASA MENSUAL	1,70%	3	197.106	122.961	74.145	7.158.791
MESES DEL AÑO	12	4	197.106	121.701	75.405	7.083.386
No. CUOTAS	60	5	197.106	120.419	76.687	7.006.699
		6	197.106	119.115	77.991	6.928.708
		7	197.106	117.789	79.317	6.849.392
		8	197.106	116.441	80.665	6.768.727
		9	197.106	115.070	82.036	6.686.690
		10	197.106	113.675	83.431	6.603.260
		11	197.106	112.257	84.849	6.518.410
		12	197.106	110.814	86.292	6.432.119
		13	197.106	109.347	87.759	6.344.360
		14	197.106	107.855	89.251	6.255.109
		15	197.106	106.338	90.768	6.164.341
		16	197.106	104.795	92.311	6.072.030
		17	197.106	103.226	93.880	5.978.150
		18	197.106	101.630	95.476	5.882.674
		19	197.106	100.007	97.099	5.785.575
		20	197.106	98.356	98.750	5.686.825
		21	197.106	96.677	100.429	5.586.396
		22	197.106	94.970	102.136	5.484.260
		23	197.106	93.233	103.872	5.380.387
		24	197.106	91.468	105.638	5.274.749
		25	197.106	89.672	107.434	5.167.315
		26	197.106	87.845	109.261	5.058.054
		27	197.106	85.988	111.118	4.946.936
		28	197.106	84.099	113.007	4.833.929
		29	197.106	82.178	114.928	4.719.001
		30	197.106	80.224	116.882	4.602.119
		31	197.106	78.237	118.869	4.483.250
		32	197.106	76.216	120.890	4.362.360
		33	197.106	74.161	122.945	4.239.415
		34	197.106	72.071	125.035	4.114.380
		35	197.106	69.945	127.161	3.987.220
		36	197.106	67.783	129.322	3.857.897
		37	197.106	65.585	131.521	3.726.376
		38	197.106	63.349	133.757	3.592.619
		39	197.106	61.075	136.031	3.456.589
		40	197.106	58.763	138.343	3.318.246
		41	197.106	56.411	140.695	3.177.550
		42	197.106	54.019	143.087	3.034.464
		43	197.106	51.586	145.519	2.888.944
		44	197.106	49.113	147.993	2.740.951
		45	197.106	46.597	150.509	2.590.442
		46	197.106	44.038	153.068	2.437.374
		47	197.106	41.436	155.670	2.281.704
		48	197.106	38.789	158.316	2.123.387
		49	197.106	36.098	161.008	1.962.379
		50	197.106	33.361	163.745	1.798.634
		51	197.106	30.577	166.529	1.632.105
		52	197.106	27.746	169.360	1.462.746
		53	197.106	24.867	172.239	1.290.507
		54	197.106	21.939	175.167	1.115.340
		55	197.106	18.961	178.145	937.195
		56	197.106	15.932	181.173	756.021
		57	197.106	12.853	184.253	571.768
		58	197.106	9.720	187.386	384.382
		59	197.106	6.535	190.571	193.811
		60	197.106	3.295	193.811	0
				4.448.825	7.377.527	

	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	
INTERES	1.419.862	1.207.901	948.419	630.760	241.883	4.448.825
AMORTIZACION	945.409	1.157.370	1.416.852	1.734.510	2.123.387	7.377.527
	2.365.270	2.365.270	2.365.270	2.365.270	2.365.270	

Fuente: Autores

En la siguiente tabla se pretende realizar un préstamo del 30% sobre el total de la inversión requerida lo cual no da un valor de \$ 7.377.527 mil pesos. El crédito será de libre inversión y se solicitara al banco Bancolombia diferido a 5 años

Tabla 55: Estado de resultado sin financiación

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	651.115.080	689.544.272	730.241.577	773.340.861	818.983.890
COSTOS	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	544.534.452	576.673.193	610.708.781	646.753.170	684.924.919
UTILIDAD BRUTA	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	106.580.628	112.871.079	119.532.796	126.587.691	134.058.970
EGRESOS																	
NOMINA	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	4.999.838	59.998.062	62.157.992	64.395.680	66.713.924	69.115.626
GASTOS DE ADMINISTRACION	2.489.571	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	29.382.657	29.367.124	30.424.340	31.519.617	32.654.323
GASTOS DE VENTAS	679.500	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	7.939.500	8.205.120	8.500.504	8.806.522	9.123.557
GASTOS DE DEPRECIACION	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	1.747.380	1.747.380	1.747.380	1.747.380	1.747.380
GASTOS DIFERIDOS	562.421	562.421	562.421	562.421	562.421	562.421	562.421	562.421	562.421	562.421	562.421	562.421	6.749.050	0	0	0	0
ICA	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	4.297.360	4.550.992	4.819.594	5.104.050	5.405.294
TOTAL EGRESOS	9.235.058	9.170.814	9.170.814	9.170.814	9.170.814	9.170.814	9.170.814	9.170.814	9.170.814	9.170.814	9.170.814	9.170.814	110.114.008	106.028.608	109.887.499	113.891.493	118.046.179
UTILIDAD OPERACIONAL	(353.339)	(289.095)	(289.095)	(289.095)	(289.095)	(289.095)	(289.095)	(289.095)	(289.095)	(289.095)	(289.095)	(289.095)	(3.533.380)	6.842.471	9.645.297	12.696.198	16.012.791
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
GASTOS FINANCIEROS LEASING													0				
GASTOS FINANCIEROS PRESTAMOS	125.419	124.201	122.961	121.701	120.419	119.115	117.789	116.441	115.070	113.675	112.257	110.814	1.419.862	1.207.901	948.419	630.760	241.883
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	125.419	124.201	122.961	121.701	120.419	119.115	117.789	116.441	115.070	113.675	112.257	110.814	1.419.862	1.207.901	948.419	630.760	241.883
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	(478.759)	(413.295)	(412.056)	(410.795)	(409.513)	(408.210)	(406.884)	(405.535)	(404.164)	(402.770)	(401.351)	(399.909)	(4.953.241)	5.634.570	8.696.879	12.065.438	15.770.908
IMPUESTO DE RENTA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.915.754	2.956.939	4.102.249	5.362.109
UTILIDAD NETA	(478.759)	(413.295)	(412.056)	(410.795)	(409.513)	(408.210)	(406.884)	(405.535)	(404.164)	(402.770)	(401.351)	(399.909)	(4.953.241)	3.718.816	5.739.940	7.963.189	10.408.799
RESERVA LEGAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	371.882	573.994	796.319	1.040.880
UTILIDAD EJERCICIO	(478.759)	(413.295)	(412.056)	(410.795)	(409.513)	(408.210)	(406.884)	(405.535)	(404.164)	(402.770)	(401.351)	(399.909)	(4.953.241)	3.346.935	5.165.946	7.166.870	9.367.919
UTILIDAD ACUMULADA													(4.953.241)	(1.606.307)	3.559.639	10.726.509	20.094.429
RESERVA LEGAL ACUMULADA													0	371.882	945.876	1.742.195	2.783.074

Fuente: Autores

Tabla 56: Gastos

GASTOS																	
GASTOS DE ADMINISTRACION	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía y acueducto	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	208.600	2.503.200	2.593.315	2.686.675	2.783.395	2.883.597
Arrendamiento del local	1.043.000	1.043.000	1.043.000	1.043.000	1.043.000	1.043.000	1.043.000	1.043.000	1.043.000	1.043.000	1.043.000	1.043.000	12.516.000	12.966.576	13.433.373	13.916.974	14.417.985
Internet	33.376	33.376	33.376	33.376	33.376	33.376	33.376	33.376	33.376	33.376	33.376	33.376	400.512	414.930	429.868	445.343	461.376
Plan de minutos	44.745																
Telefonia ilimitada	15.728	15.728	15.728	15.728	15.728	15.728	15.728	15.728	15.728	15.728	15.728	15.728	188.741	195.536	202.575	209.868	217.423
Honorarios del contador	737.717	737.717	737.717	737.717	737.717	737.717	737.717	737.717	737.717	737.717	737.717	737.717	8.852.604	9.171.298	9.501.464	9.843.517	10.197.884
TOTAL	2.083.166	2.038.421	2.038.421	2.038.421	2.038.421	2.038.421	2.038.421	2.038.421	2.038.421	2.038.421	2.038.421	2.038.421	24.461.057	25.341.655	26.253.955	27.199.097	28.178.265
INSUMOS DE PAPELERIA																	
cartuchos de impresora	23.989	23.989	23.989	23.989	23.989	23.989	23.989	23.989	23.989	23.989	23.989	23.989	287.868	298.231	308.968	320.090	331.614
esferos	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	5.040	60.480	62.657	64.913	67.250	69.671
redma carta	79.886	79.886	79.886	79.886	79.886	79.886	79.886	79.886	79.886	79.886	79.886	79.886	958.633	993.144	1.028.897	1.065.937	1.104.311
resaltadores	31.290	31.290	31.290	31.290	31.290	31.290	31.290	31.290	31.290	31.290	31.290	31.290	375.480	388.997	403.001	417.509	432.540
cosedora	16.688	16.688	16.688	16.688	16.688	16.688	16.688	16.688	16.688	16.688	16.688	16.688	200.256	207.465	214.934	222.672	230.688
ganchos cosedora	1.252	1.252	1.252	1.252	1.252	1.252	1.252	1.252	1.252	1.252	1.252	1.252	15.019	15.560	16.120	16.700	17.302
TOTAL INSUMOS DE PAPELERIA	158.145	158.145	158.145	158.145	158.145	158.145	158.145	158.145	158.145	158.145	158.145	158.145	1.897.736	1.966.055	2.036.833	2.110.158	2.186.124
TOTAL INSUMOS DE PAPELERIA	316.289	316.289	316.289	316.289	316.289	316.289	316.289	316.289	316.289	316.289	316.289	316.289	3.795.472	3.932.109	4.073.665	4.220.317	4.372.248
ASEO																	
tarro de café y azucar	6.258	6.258	6.258	6.258	6.258	6.258	6.258	6.258	6.258	6.258	6.258	6.258	6.258	6.483	6.717	6.958	7.209
limpido blanqueador x Lt	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.403	5.597	5.799	6.007
escoba	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.403	5.597	5.799	6.007
trapeador	8.344	8.344	8.344	8.344	8.344	8.344	8.344	8.344	8.344	8.344	8.344	8.344	8.344	8.644	8.956	9.278	9.612
detergente fab	25.032	25.032	25.032	25.032	25.032	25.032	25.032	25.032	25.032	25.032	25.032	25.032	25.032	25.933	26.867	27.834	28.836
balde	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.215	5.403	5.597	5.799	6.007
cepillo de baño	4.172	4.172	4.172	4.172	4.172	4.172	4.172	4.172	4.172	4.172	4.172	4.172	4.172	4.322	4.478	4.639	4.806
recojedor	3.129	3.129	3.129	3.129	3.129	3.129	3.129	3.129	3.129	3.129	3.129	3.129	3.129	3.242	3.358	3.479	3.604
bombillos	27.535	27.535	27.535	27.535	27.535	27.535	27.535	27.535	27.535	27.535	27.535	27.535	27.535	28.526	29.553	30.617	31.720
TOTAL INSUMOS DE ASEO	90.115	90.115	90.115	90.115	90.115	90.115	90.115	90.115	90.115	90.115	90.115	90.115	90.115	93.359	96.720	100.202	103.809
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	2.489.571	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	28.346.645	29.367.124	30.424.340	31.519.617	32.654.323
GASTOS DE VENTAS																	
Publicar en paginas	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	3.600.000	3.729.600	3.863.866	4.002.965	4.147.071
Volantes	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000	840.000	870.240	901.569	934.025	967.650
Tarjetas de publicidad	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	1.080.000	1.118.880	1.159.160	1.200.889	1.244.121
Canet corporativo	19.500												19.500				
Sello corporativo	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000	2.486.400	2.575.910	2.668.643	2.764.714
TOTAL DE GASTOS VENTAS	679.500	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	7.939.500	8.205.120	8.500.504	8.806.522	9.123.557
GASTOS DEPRECIACION	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	1.747.380	1.747.380	1.747.380	1.747.380	1.747.380
GASTOS DIFERIDOS	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	3.249.050				
GASTOS AL ESTADO DE RESULTADOS	3.585.440	3.521.195	3.521.195	3.521.195	3.521.195	3.521.195	3.521.195	3.521.195	3.521.195	3.521.195	3.521.195	3.521.195	41.282.574	39.319.624	40.672.224	42.073.519	43.525.260
GASTOS AL FLUJO DE CAJA	3.169.071	3.104.826	3.104.826	3.104.826	3.104.826	3.104.826	3.104.826	3.104.826	3.104.826	3.104.826	3.104.826	3.104.826	36.286.145	37.572.244	38.924.845	40.326.139	41.777.880

Fuente: Autores

Tabla 57: IVA y Recaudos

IVA EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IVA COBRADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA PAGADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA CAUSADO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA AL FLUJO DE CAJA					0				0			0	0	0	0	0	0
IVA AÑO SIGUIENTE													0	0	0	0	0
IVA TOTAL AL FLUJO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MESES AL AÑO	12																
MESES PAGADOS IVA	8																
MESES X PAGAR IVA	4																

RECAUDOS EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	651.115.080	689.544.272	730.241.577	773.340.861	818.983.890
CREDITO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	651.115.080	689.544.272	730.241.577	773.340.861	818.983.890
MESES DEL AÑO	12																
MESES RECAUDADOS	11																

PAGOS EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONTADO	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	544.534.452	576.673.193	610.708.781	646.753.170	684.924.919
CREDITO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	544.534.452	576.673.193	610.708.781	646.753.170	684.924.919
MESES DEL AÑO	12																
MESES RECAUDADOS	11																

Fuente: Autores

En la anterior tabla se puede evidenciar que la empresa no pagara IVA, ya que la empresa es prestadora de servicios e intermediaria entre cliente y ofertante, por tal motivo la empresa solo ganara comisión por las ventas que realice.

Tabla 58: Márgenes Brutos

TABLA13 MARGENES BRUTOS			
ITEM	COSTO	MARGEN	PRECIO VENTA
Vehiculo (promedio)	16.800.000	19,05%	20.000.000
Tramite	260.000	115,38%	300.000
Peritaje	96.000	156,25%	150.000
Reparacion			0
Soat	284.085	111,11%	315.650
Mantenimiento	100.000	150,00%	150.000
Pintada	80.000	150,00%	120.000
Polarizado	80.000	137,50%	110.000
Lavado	15.000	120,00%	18.000
Polichado	50.000	160,00%	80.000
Llantas	90.000	111,11%	100.000
Rines	40.000	120,00%	48.000

Fuente: Autores

En la siguiente tabla se pretende mostrar el costo de los diversos servicios que se ofertaran y el margen de ganancia que se obtendrá por cada uno de los mismos, cabe recordar que la empresa es una intermediaria entre los servicios que se ofertaran y los clientes que estén interesados en ellos

Tabla 59: Parámetros económicos

ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
IPC	4,30%	3,60%	3,60%	3,60%	3,60%
TRM(\$/US\$)	3.101,50	3.163,75	3.163,75	3.163,75	3.163,75
VARIACIÓN TRM(%)	3,36%	2,01%	0,00%	0,00%	0,00%
%PRECIOS	4,30%	3,60%	3,60%	3,60%	3,60%
%COSTOS	4,30%	3,60%	3,60%	3,60%	3,60%
% EN UNIDADES	2,22%	2,22%	2,22%	2,22%	2,22%
IVA%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
INC%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
IMPUESTO RENTA	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%
ICA(tarifa x 1000)	0,0066	0,0066	0,0066	0,0066	0,0066
RESERVA LEGAL	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%

Fuente: Autores

En la siguiente tabla, se mostrara la inflación durante los 5 años, para la realización del % en unidades la información fue extraída del banco de la republica referente a este año 2017, y los ítems restantes información requerida para la consecución del plan de negocio.

Tabla 60: Parámetros Laborales

TABLA PARAMETROS LABORALES

SMMLV	737.717
AUX TRANS	86.715
CESANTIAS	8,33%
INTE CESANTIAS	1,00%
PRIMAS	8,33%
VACACIONES	4,17%
SALUD	0,00%
PENSIONES	12,00%
ARL	0,5226%
CAJA COMPENSACION FAMILIAR	4,00%
ICBF	0,00%

Fuente: Autores

Se muestran datos actualizados del año 2017, para tener en cuenta en cuanto al pago de nómina de los empleados fijos dentro del plan de negocio.

Tabla 61: Ventas y costos

	VENTAS Y COSTOS EN PESOS																
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vehiculo	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	21	21	22	22
tramite	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	504	515	527	538	550
peritaje	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	202	206	211	215	220
reparacion	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
soat	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	151	155	158	162	165
mantenimiento	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	101	103	105	108	110
rines	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	31	32	32	33
TOTAL	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	84	1.008	1.030	1.053	1.077	1.101
PRECIOS DE VENTA																	
Vehiculo	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.720.000	21.465.920	22.238.693	23.039.286
tramite	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	310.800	321.989	333.580	345.589
peritaje	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	155.400	160.994	166.790	172.795
reparacion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
soat	315.650	315.650	315.650	315.650	315.650	315.650	315.650	315.650	315.650	315.650	315.650	315.650	315.650	327.013	338.786	350.982	363.618
mantenimiento	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	155.400	160.994	166.790	172.795
rines	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	124.320	128.796	133.432	138.236
TOTAL																	
COSTOS UNITARIOS																	
Vehiculo	16.800.000	16.800.000	16.800.000	16.800.000	16.800.000	16.800.000	16.800.000	16.800.000	16.800.000	16.800.000	16.800.000	16.800.000	16.800.000	17.404.800	18.031.373	18.680.502	19.353.000
tramite	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000	260.000	269.360	279.057	289.103	299.511
peritaje	96.000	96.000	96.000	96.000	96.000	96.000	96.000	96.000	96.000	96.000	96.000	96.000	96.000	99.456	103.036	106.746	110.589
reparacion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
soat	284.085	284.085	284.085	284.085	284.085	284.085	284.085	284.085	284.085	284.085	284.085	284.085	284.085	294.312	304.907	315.884	327.256
mantenimiento	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	103.600	107.330	111.193	115.196
rines	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	82.880	85.864	88.955	92.157
TOTAL																	
VENTAS TOTALES																	
Vehiculo	33.600.000	33.600.000	33.600.000	33.600.000	33.600.000	33.600.000	33.600.000	33.600.000	33.600.000	33.600.000	33.600.000	33.600.000	403.200.000	426.997.099	452.198.717	478.887.749	507.151.984
tramite	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	12.600.000	151.200.000	160.123.912	169.574.519	179.582.906	190.181.994
peritaje	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	2.520.000	30.240.000	32.024.782	33.914.904	35.916.581	38.036.399
reparacion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
soat	3.977.190	3.977.190	3.977.190	3.977.190	3.977.190	3.977.190	3.977.190	3.977.190	3.977.190	3.977.190	3.977.190	3.977.190	47.726.280	50.543.113	53.526.197	56.685.344	60.030.946
mantenimiento	1.260.000	1.260.000	1.260.000	1.260.000	1.260.000	1.260.000	1.260.000	1.260.000	1.260.000	1.260.000	1.260.000	1.260.000	15.120.000	16.012.391	16.957.452	17.958.291	19.018.199
rines	302.400	302.400	302.400	302.400	302.400	302.400	302.400	302.400	302.400	302.400	302.400	302.400	3.628.800	3.842.974	4.069.788	4.309.990	4.564.368
TOTAL	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	651.115.080	689.544.272	730.241.577	773.340.861	818.983.890
COSTOS TOTALES																	
Vehiculo	28.224.000	28.224.000	28.224.000	28.224.000	28.224.000	28.224.000	28.224.000	28.224.000	28.224.000	28.224.000	28.224.000	28.224.000	338.688.000	358.677.563	379.846.922	402.265.709	426.007.666
tramite	10.920.000	10.920.000	10.920.000	10.920.000	10.920.000	10.920.000	10.920.000	10.920.000	10.920.000	10.920.000	10.920.000	10.920.000	131.040.000	138.774.057	146.964.583	155.638.518	164.824.395
peritaje	1.612.800	1.612.800	1.612.800	1.612.800	1.612.800	1.612.800	1.612.800	1.612.800	1.612.800	1.612.800	1.612.800	1.612.800	19.353.600	20.495.861	21.705.538	22.986.612	24.343.295
reparacion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
soat	3.579.471	3.579.471	3.579.471	3.579.471	3.579.471	3.579.471	3.579.471	3.579.471	3.579.471	3.579.471	3.579.471	3.579.471	42.953.652	45.488.802	48.173.577	51.016.810	54.027.852
mantenimiento	840.000	840.000	840.000	840.000	840.000	840.000	840.000	840.000	840.000	840.000	840.000	840.000	10.080.000	10.674.927	11.304.968	11.972.194	12.678.800
rines	201.600	201.600	201.600	201.600	201.600	201.600	201.600	201.600	201.600	201.600	201.600	201.600	2.419.200	2.561.983	2.713.192	2.873.326	3.042.912
TOTAL	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	544.534.452	576.673.193	610.708.781	646.753.170	684.924.919
PRECIO PROMEDIO	645.947	645.947	645.947	645.947	645.947	645.947	645.947	645.947	645.947	645.947	645.947	645.947	645.947	669.202	693.293	718.251	744.108
COSTO PROMEDIO	540.213	540.213	540.213	540.213	540.213	540.213	540.213	540.213	540.213	540.213	540.213	540.213	540.213	559.660	579.808	600.681	622.306

Fuente: Autores

Tabla 62: flujo de caja sin financiación

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION																	
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recaudos	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	651.115.080	689.544.272	730.241.577	773.340.861	818.983.890
Iva cobrado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	651.115.080	689.544.272	730.241.577	773.340.861	818.983.890
EGRESOS																	
Nomina	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	6.029.377	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	7.856.936	55.904.279	62.010.616	64.242.998	66.555.746	68.951.753
gastos de administracion	2.489.571	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	29.382.657	29.367.124	30.424.340	31.519.617	32.654.323
gastos de ventas	679.500	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	7.939.500	8.205.120	8.500.504	8.806.522	9.123.557
iva pagado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
iva declarado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
impuestos de renta													0	9.620	2.326.440	3.279.401	4.316.707
ICA													0	4.297.360	4.550.992	4.819.594	5.104.050
pagos	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	544.534.452	576.673.193	610.708.781	646.753.170	684.924.919
TOTAL EGRESOS	52.748.738	52.684.493	52.684.493	52.684.493	52.684.493	54.512.074	52.684.493	52.684.493	52.684.493	52.684.493	52.684.493	56.339.633	637.760.887	680.563.032	720.754.056	761.734.050	805.075.309
FLUJO OPERACIONAL	1.510.852	1.575.097	1.575.097	1.575.097	1.575.097	(252.484)	1.575.097	1.575.097	1.575.097	1.575.097	1.575.097	(2.080.043)	13.354.193	8.981.240	9.487.521	11.606.811	13.908.581
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
gastos financieros prestamo																	0
amortizacion prestamo																	0
amortizacion leasing																	0
gastos financieros leasing																	0
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO	1.510.852	1.575.097	1.575.097	1.575.097	1.575.097	(252.484)	1.575.097	1.575.097	1.575.097	1.575.097	1.575.097	(2.080.043)	13.354.193	8.981.240	9.487.521	11.606.811	13.908.581
SALDO INICIAL DE CAJA	8.168.909	9.679.761	11.254.858	12.829.954	14.405.051	15.980.147	15.727.663	17.302.759	18.877.856	20.452.952	22.028.049	23.603.145	8.168.909	21.523.102	30.504.342	39.991.863	51.598.674
SALDO FINAL CAJA	9.679.761	11.254.858	12.829.954	14.405.051	15.980.147	15.727.663	17.302.759	18.877.856	20.452.952	22.028.049	23.603.145	21.523.102	21.523.102	30.504.342	39.991.863	51.598.674	65.507.254

Fuente: Autores

Tabla 63: Flujo de caja sin financiación

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		(21.091.758)	13.354.193	8.981.240	9.487.521	11.606.811	13.908.581
DTF(%)	7,13%						
SPREAD(%)	23,00%						
CDO(%)	31,77%						
VPN(\$)	5.712.940						
TIR(%)	45,90%						
B/C(VECES)	1,27						

Fuente: Autores

En base al flujo de caja sin financiación se puede observar que los ingresos se mantuvieron estables por el primer año para un total de 661.115. 080, no se recaudó ningún tipo de IVA, similar a los ingresos los egresos también se mantuvieron estables por todos los meses correspondientes en relación a la nómina, gastos de venta, gastos de administración, no se proporcionó ningún tipo de IVA declarado o pagado y ningún impuesto de renta para un total de 45.377.871 y de acuerdo al saldo final de caja hubo un aumento del 2% en cada mes.

Tabla 64: Flujo de caja con financiación

TABLA FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION EN PESOS																	
INGRESOS	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Recaudos	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	651.115.080	689.544.272	730.241.577	773.340.861	818.983.890	
Iva cobrado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL INGRESOS	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	651.115.080	689.544.272	730.241.577	773.340.861	818.983.890	
EGRESOS																	
Nomina	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	6.029.377	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	7.856.936	55.904.279	62.010.616	64.242.998	66.555.746	68.951.753
Gastos de Administracion	2.489.571	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	29.382.657	29.367.124	30.424.340	31.519.617	32.654.323	
Gastos de Ventas	679.500	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	7.939.500	8.205.120	8.500.504	8.806.522	9.123.557	
Iva Pagado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Iva Declarado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Impuestos de Renta												0	0	1.974.204	3.002.833	4.132.772	
ICA												0	4.297.360	4.550.992	4.819.594	5.104.050	
Pagos	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	544.534.452	576.673.193	610.708.781	646.753.170	684.924.919	
TOTAL EGRESOS	52.748.738	52.684.493	52.684.493	52.684.493	52.684.493	54.512.074	52.684.493	52.684.493	52.684.493	52.684.493	52.684.493	56.339.633	637.760.887	680.553.412	720.401.821	761.457.482	804.891.373
FLUJO OPERACIONAL	1.510.852	1.575.097	1.575.097	1.575.097	1.575.097	(252.484)	1.575.097	1.575.097	1.575.097	1.575.097	1.575.097	(2.080.043)	13.354.193	8.990.860	9.839.757	11.883.379	14.092.516
gastos financieros prestamo																	
gastos financieros prestamo	107.569	106.524	105.461	104.380	103.280	102.162	101.025	99.869	98.692	97.496	96.280	95.043	1.217.781	1.035.987	813.436	540.988	207.457
amortizacion prestamo	61.484	62.529	63.592	64.673	65.773	66.891	68.028	69.184	70.361	71.557	72.773	74.010	810.854	992.648	1.215.200	1.487.647	1.821.178
gastos financieros leasing																	
amortizacion leasing																	
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIER	169.053	169.053	169.053	169.053	169.053	169.053	169.053	169.053	169.053	169.053	169.053	169.053	2.028.635	2.028.635	2.028.635	2.028.635	2.028.635
FLUJO DE CAJA NETO	1.341.799	1.406.044	1.406.044	1.406.044	1.406.044	(421.537)	1.406.044	1.406.044	1.406.044	1.406.044	1.406.044	(2.249.096)	11.325.557	6.962.224	7.811.121	9.854.743	12.063.881
SALDO INICIAL DE CAJA	8.168.909	9.510.708	10.916.752	12.322.795	13.728.839	15.134.882	14.713.345	16.119.389	17.525.432	18.931.476	20.337.519	21.743.563	8.168.909	19.494.467	26.456.691	34.267.812	44.122.555
SALDO FINAL CAJA	9.510.708	10.916.752	12.322.795	13.728.839	15.134.882	14.713.345	16.119.389	17.525.432	18.931.476	20.337.519	21.743.563	19.494.467	19.494.467	26.456.691	34.267.812	44.122.555	56.186.436

Tabla 65: Flujo de caja con financiación

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		(14.764.231)	11.325.557	6.962.224	7.811.121	9.854.743	12.063.881
DTF(%)	7,13%						
SPREAD(%)	23,00%						
CDO(%)	31,77%						
VPN(\$)	7.559.932						
TIR(%)	57,90%						
B/C(VECES)	1,51						

Fuente: Autores

En base al flujo de caja con financiación se puede observar que los ingresos se mantuvieron estables por el primer año para un total de 661.115.080, no se recaudó ningún tipo de IVA, en los egresos también se mantuvieron estables por todos los meses correspondientes en relación a la nómina, gastos de venta, gastos de administración, no se proporcionó ningún tipo de IVA declarado o pagado, partir del tercer año tubo impuesto de renta y el ICA partir del segundo año.

Tabla 66: Balance general con financiación

BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACION EN PESOS						
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja bancos	8.168.909	21.523.102	30.504.342	39.991.863	51.598.674	65.507.254
CxC	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	8.168.909	21.523.102	30.504.342	39.991.863	51.598.674	65.507.254
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	1.873.800	1.873.800	1.873.800	1.873.800	1.873.800	1.873.800
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICA(7.799.999	7.799.999	7.799.999	7.799.999	7.799.999	7.799.999
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	0	1.747.380	3.494.760	5.242.139	6.989.519	8.736.899
TOTAL ACTIVOS FIJOS	9.673.799	7.926.419	6.179.039	4.431.660	2.684.280	936.900
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	3.249.050	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3.249.050	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	12.922.849	7.926.419	6.179.039	4.431.660	2.684.280	936.900
TOTAL ACTIVOS	21.091.758	29.449.521	36.683.381	44.423.522	54.282.953	66.444.154
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
CxP	0	0	0	0	0	0
cesantias x p	0	3.655.162	3.786.748	3.923.071	4.064.301	4.210.616
intereses a las cesantias x p	0	438.621	454.412	470.770	487.718	505.276
impuesto de renta x p	0	9.620	2.326.440	3.279.401	4.316.707	5.444.349
ica x p	0	4.297.360	4.550.992	4.819.594	5.104.050	5.405.294
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	8.400.762	11.118.592	12.492.837	13.972.776	15.565.535
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras	0	0	0	0	0	0
Leasing financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS	0	8.400.762	11.118.592	12.492.837	13.972.776	15.565.535
PATRIMONIO						
Capital Social	21.091.758	21.091.758	21.091.758	21.091.758	21.091.758	21.091.758
Utilidad Acumulada	0	(44.867)	4.019.561	9.748.868	17.290.410	26.802.008
Reserva Legal Acumulada	0	1.867	453.470	1.090.060	1.928.009	2.984.853
TOTAL PATRIMONIO	21.091.758	21.048.759	25.564.790	31.930.686	40.310.177	50.878.619
PASIVO + PATRIMONIO	21.091.758	29.449.521	36.683.381	44.423.522	54.282.953	66.444.154
	0	0	0	0	0	(0)

Fuente: Autores

En relación a la anterior tabla de balance general con financiación, se puede observar que el balance inicial fue de 8.168.9.9 y que al año 1 fue de 21.523.102, tuvo una variación de 9% correspondiente a los años siguientes. No tuvo cuentas por cobrar ni inventarios,

Tabla 67: Balance general sin Financiación

BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACION EN PESOS						
	BALANCE					
	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja bancos	8.168.909	19.494.467	26.456.691	34.267.812	44.122.555	56.186.436
CxC	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	8.168.909	19.494.467	26.456.691	34.267.812	44.122.555	56.186.436
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	1.873.800	1.873.800	1.873.800	1.873.800	1.873.800	1.873.800
EQUIPOS DE COMPUTO Y COM.	7.799.999	7.799.999	7.799.999	7.799.999	7.799.999	7.799.999
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	0	1.747.380	3.494.760	5.242.139	6.989.519	8.736.899
TOTAL ACTIVOS FIJOS	9.673.799	7.926.419	6.179.039	4.431.660	2.684.280	936.900
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	3.249.050	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3.249.050	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	12.922.849	7.926.419	6.179.039	4.431.660	2.684.280	936.900
TOTAL ACTIVOS	21.091.758	27.420.886	32.635.730	38.699.471	46.806.835	57.123.336
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
CxP	0	0	0	0	0	0
cesantias x p	0	3.655.162	3.786.748	3.923.071	4.064.301	4.210.616
intereses a las cesantias x p	0	438.621	454.412	470.770	487.718	505.276
impuesto de renta x p	0	0	1.974.204	3.002.833	4.132.772	5.373.814
ica x p	0	4.297.360	4.550.992	4.819.594	5.104.050	5.405.294
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	8.391.143	10.766.356	12.216.268	13.788.841	15.494.999
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras	6.327.527	5.516.673	4.524.025	3.308.825	1.821.178	0
Leasing financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	6.327.527	5.516.673	4.524.025	3.308.825	1.821.178	0
TOTAL PASIVOS	6.327.527	13.907.816	15.290.381	15.525.094	15.610.019	15.494.999
PATRIMONIO						
Capital Social	14.764.231	14.764.231	14.764.231	14.764.231	14.764.231	14.764.231
Utilidad Acumulada	0	(1.251.161)	2.197.891	7.444.016	14.664.211	24.052.580
Reserva Legal Acumulada	0	0	383.228	966.131	1.768.375	2.811.527
TOTAL PATRIMONIO	14.764.231	13.513.070	17.345.349	23.174.378	31.196.817	41.628.337
PASIVO + PATRIMONIO	21.091.758	27.420.886	32.635.730	38.699.471	46.806.835	57.123.336
	0	0	0	0	0	(0)

Fuente: Autores

En relación a la anterior tabla de balance general sin financiación, se puede observar que el balance inicial fue de 8.168.9.9, para la proyección de los años siguientes se tuvo en cuenta el saldo final en caja, donde arrojó resultados de 19.494.467 para el año 1, y 26.456.691 año 2, 34.267691 año 3 etc.

Tabla 68: Análisis vertical sin financiación

ANÁLISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACION EN PESOS												
ACTIVOS	BALANCE				ANALISIS							
	INICIAL	ANALISIS VE AÑO 1	ANALISIS VERAÑO 2	ANALISIS VE AÑO 3	VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VE AÑO 5	ANALISIS VERT				
ACTIVOS CORRIENTES												
Caja bancos	8168909,169	0	21.523.102	1	30.504.342	1	39991862,83	0,900240698	51.598.674	1	65.507.254	1
CxC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	8.168.909	0	21.523.102	1	30.504.342	1	39991862,83	1	51.598.674	1	65.507.254	1
ACTIVOS NO CORRIENTES												
ACTIVOS FIJOS												
MUEBLES Y ENSERES	1.873.800	0,08884039	6860984	0,232974382	6860984	0,187032485	6860984	0	6860984	0,126392976	6860984	0,103259408
EQUIPOS DE COMPUTO Y COM.	7.799.999	0	7.799.999	0	7.799.999	0	7799999	0	7.799.999	0	7.799.999	0
#¡REF!	#¡REF!	#¡REF!	#¡REF!	#¡REF!	#¡REF!	#¡REF!	#¡REF!	#¡REF!	#¡REF!	#¡REF!	#¡REF!	#¡REF!
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	0	0	1.747.380	0	3.494.760	0	5242139,4	0	6.989.519	0	8.736.899	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	9.673.799	0	12.913.603	0	11.166.223	0	9418843,6	0	7.671.464	0	5.924.084	0
ACTIVOS DIFERIDOS												
Diferidos	3.249.050	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3.249.050	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	12.922.849	1	12.913.603	0	11.166.223	0	9418843,6	0	7.671.464	0	5.924.084	0
TOTAL ACTIVOS	21.091.758	1	29.449.521	1	36.683.381	1	44423522,43	1	54.282.953	1	66.444.154	1
PASIVOS												
PASIVOS CORRIENTES												
CxP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
cesantias x p	0	0	3.655.162	0	3.786.748	0	3923070,703	0	4.064.301	0	4.210.616	0
intereses a las cesantias x p	0	0	438.621	0	454.412	0	470770,3674	0	487.718	0	505.276	0
impuesto de renta x p	0	0	9.620	0	2.326.440	0	3279401,047	0	4.316.707	0	5.444.349	0
ica x p	0	0	4.297.360	0	4.550.992	0	4819594,409	0	5.104.050	0	5.405.294	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	0	8.400.762	0	11.118.592	0	12492836,53	0	13.972.776	0	15.565.535	0
PASIVOS NO CORRIENTES	0											
Obligaciones financieras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Leasing financiero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS	0	0	8.400.762	0	11.118.592	0	12492836,53	0	13.972.776	0	15.565.535	0
PATRIMONIO												
Capital Social	21.091.758	1	21.091.758	1	21.091.758	1	21091758,17	0	21.091.758	0	21.091.758	0
Utilidad Acumulada	0	0	(44.867)	(0)	4.019.561	0	9748867,7	0	17.290.410	0	26.802.008	0
Reserva Legal Acumulada	0	0	1.867	0	453.470	0	1090060,035	0	1.928.009	0	2.984.853	0
TOTAL PATRIMONIO	21.091.758	1	21.048.759	1	25.564.790	1	31930685,9	1	40.310.177	1	50.878.619	1
PASIVO + PATRIMONIO	21.091.758	1	29.449.521	1	36.683.381	1	44423522,43	1	54.282.953	1	66.444.154	1

Fuente: Autores

En relación al análisis vertical se puede observar que el total de activos en el balance inicial fue de 21.091.758, no hubo deudas con el pasivo corriente, lo que significa que la empresa mantuvo los 21.091.758 como su patrimonio.

Tabla 69: Análisis vertical sin financiación

ANALISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION										
INGRESOS	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
VENTAS	651.115.080	100,00%	689.544.272	100,00%	730.241.577	100,00%	773.340.861	100,00%	818.983.890	100,00%
COSTOS	544.534.452	83,63%	576.673.193	83,63%	610.708.781	83,63%	646.753.170	83,63%	684.924.919	83,63%
UTILIDAD BRUTA	106.580.628	16,37%	112.871.079	16,37%	119.532.796	16,37%	126.587.691	16,37%	134.058.970	16,37%
EGRESOS										
NOMINA	55.904.279	8,59%	62.010.616	8,99%	64.242.998	8,80%	66.555.746	8,61%	68.951.753	8,42%
GASTOS DE ADMINISTRACION	29.382.657	4,51%	29.367.124	4,26%	30.424.340	4,17%	31.519.617	4,08%	32.654.323	3,99%
GASTOS DE VENTAS	7.939.500	1,22%	8.205.120	1,19%	8.500.504	1,16%	8.806.522	1,14%	9.123.557	1,11%
GASTOS DE DEPRECIACION	1.747.380	0,27%	1.747.380	0,25%	1.747.380	0,24%	1.747.380	0,23%	1.747.380	0,21%
GASTOS DIFERIDOS	3.249.050	0,50%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
ICA	4.297.360	0,66%	4.550.992	0,66%	4.819.594	0,66%	5.104.050	0,66%	5.405.294	0,66%
TOTAL EGRESOS	102.520.225	15,75%	105.881.232	15,36%	109.734.817	15,03%	113.733.314	14,71%	117.882.306	14,39%
UTILIDAD OPERACIONAL	4.060.403	0,62%	6.989.847	1,01%	9.797.979	1,34%	12.854.377	1,66%	16.176.664	1,98%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
GASTOS FINANCIEROS LEASING	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
GASTOS FINANCIEROS PRETAMOS	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	4.060.403	0,62%	6.989.847	1,01%	9.797.979	1,34%	12.854.377	1,66%	16.176.664	1,98%
IMPUESTO DE RENTA	2.700.245	0,41%	2.376.548	0,34%	3.331.313	0,46%	4.370.488	0,57%	5.500.066	0,67%
UTILIDAD NETA	1.360.159	0,21%	4.613.299	0,67%	6.466.666	0,89%	8.483.889	1,10%	10.676.598	1,30%
RESERVA LEGAL	136.016	0,02%	461.330	0,07%	646.667	0,09%	848.389	0,11%	1.067.660	0,13%
UTILIDAD EJERCICIO	1.496.175	0,23%	4.151.969	0,60%	5.819.999	0,80%	7.635.500	0,99%	9.608.939	1,17%

Fuente: Autores

En relación al análisis vertical sin financiación se puede observar que los ingresos en ventas fueron mayores a los costos y que la variación vertical de costos en todos los años fue de 83.63% y en utilidad bruta fue de 16.37%.

En los egresos la variación vertical fue teniendo una disminución con el paso de los años.

Tabla 70: Análisis Vertical con financiación

ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION																								
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	ANÁLISIS	ANÁLISIS	ANÁLISIS	ANÁLISIS	ANÁLISIS						
														VERTICAL	VERTICAL	VERTICAL	VERTICAL	VERTICAL						
														AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5							
VENTAS	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	651.115.080	100,00%	689.544.272	100,00%	730.241.577	100,00%	773.340.861	100,00%	818.983.890	100,00%	
COSTOS	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	544.534.452	83,63%	576.673.193	83,63%	610.708.781	83,63%	646.753.170	83,63%	684.924.919	83,63%	
UTILIDAD BRUTA	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	106.580.628	16,37%	112.871.079	16,37%	119.532.796	16,37%	126.587.691	16,37%	134.058.970	16,37%	
EGRESOS															0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%	
NOMINA	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	6.029.377	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	7.856.936	55.904.279	8,59%	62.010.616	8,99%	64.242.998	8,80%	66.555.746	8,61%	68.951.753	8,42%		
GASTOS DE ADMINISTRACION	2.489.571	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	29.382.657	4,51%	29.367.124	4,26%	30.424.340	4,17%	31.519.617	4,08%	32.654.323	3,99%	
GASTOS DE VENTAS	679.500	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	7.939.500	1,22%	8.205.120	1,19%	8.500.504	1,16%	8.806.522	1,14%	9.123.557	1,11%		
GASTOS DE DEPRECIACION	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	1.747.380	0,27%	1.747.380	0,25%	1.747.380	0,24%	1.747.380	0,23%	1.747.380	0,21%		
GASTOS DIFERIDOS	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	3.249.050	0,50%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%		
ICA	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	4.297.360	0,66%	4.550.992	0,66%	4.819.594	0,66%	5.104.050	0,66%	5.405.294	0,66%		
TOTAL EGRESOS	8.145.350	8.081.105	8.081.105	8.081.105	8.081.105	9.908.686	8.081.105	8.081.105	8.081.105	8.081.105	8.081.105	11.736.245	102.520.225	15,75%	105.881.232	15,36%	109.734.817	15,03%	113.733.314	14,71%	117.882.306	14,39%		
UTILIDAD OPERACIONAL	736.369	800.614	800.614	800.614	800.614	(1.026.967)	800.614	800.614	800.614	800.614	800.614	(2.854.526)	4.060.403	0,62%	6.989.847	1,01%	9.797.979	1,34%	12.854.377	1,66%	16.176.664	1,98%		
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																								
GASTOS FINANCIEROS LEASING													0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
GASTOS FINANCIEROS PRESTAMOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	736.369	800.614	800.614	800.614	800.614	(1.026.967)	800.614	800.614	800.614	800.614	800.614	(2.854.526)	4.060.403	0,62%	6.989.847	1,01%	9.797.979	1,34%	12.854.377	1,66%	16.176.664	1,98%		
IMPUESTO DE RENTA	250.366	272.209	272.209	272.209	272.209	0	272.209	272.209	272.209	272.209	272.209	0	2.700.245	0,41%	2.376.548	0,34%	3.331.313	0,46%	4.370.488	0,57%	5.500.066	0,67%		
UTILIDAD NETA	486.004	528.405	528.405	528.405	528.405	(1.026.967)	528.405	528.405	528.405	528.405	528.405	(2.854.526)	1.360.159	0,21%	4.613.299	0,67%	6.466.666	0,89%	8.483.889	1,10%	10.676.598	1,30%		
RESERVA LEGAL	48.600	52.841	52.841	52.841	52.841	0	52.841	52.841	52.841	52.841	52.841	0	136.016	0,02%	461.330	0,07%	646.667	0,09%	848.389	0,11%	1.067.660	0,13%		
UTILIDAD EJERCICIO	437.403	475.565	475.565	475.565	475.565	(1.026.967)	475.565	475.565	475.565	475.565	475.565	(2.854.526)	1.496.175	0,23%	4.151.969	0,60%	5.819.999	0,80%	7.635.500	0,98%	9.608.939	1,17%		

Fuente: Autores

En relación al análisis vertical con financiación se puede observar que las ventas mes a mes en el año fueron de 54.251.590 al igual que los costos pero con un valor de 45.377.871, el total de egresos fue de 8.145.350 y la utilidad operación fue de 736.369.

Tabla 71: Análisis horizontal sin financiación

ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACION EN PESOS																
ACTIVOS	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
ACTIVOS CORRIENTES																
Caja bancos	8.168.909	21.523.102	13.354.193	163,48%	30.504.342	8.981.240	41,73%	39.991.863	18.468.761	85,81%	51.598.674	30.075.572	139,74%	65.507.254	43.984.152	204,36%
CxC	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Inventarios	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	8.168.909	21.523.102	13.354.193	163,48%	30.504.342	8.981.240	41,73%	39.991.863	18.468.761	85,81%	51.598.674	30.075.572	139,74%	65.507.254	43.984.152	204,36%
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
MUEBLES Y ENSERES	1.873.800	1.873.800	0	0,00%	1.873.800	0	0,00%	1.873.800	0	0,00%	1.873.800	0	0,00%	1.873.800	0	0,00%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COM.	7.799.999	7.799.999	0	0,00%	7.799.999	0	0,00%	7.799.999	0	0,00%	7.799.999	0	0,00%	7.799.999	0	0,00%
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	0	1.747.380	1.747.380	0,00%	3.494.760	1.747.380	100,00%	5.242.139	3.494.760	200,00%	6.989.519	5.242.139	300,00%	8.736.899	6.989.519	400,00%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	9.673.799	7.926.419	(1.747.380)	(18,06%)	6.179.039	(1.747.380)	(22,05%)	4.431.660	(3.494.760)	(44,09%)	2.684.280	(5.242.139)	(66,14%)	936.900	(6.989.519)	(88,18%)
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	3.249.050	0	(3.249.050)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3.249.050	0	(3.249.050)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	12.922.849	7.926.419	(4.996.430)	(38,66%)	6.179.039	(1.747.380)	(22,05%)	4.431.660	(3.494.760)	(44,09%)	2.684.280	(5.242.139)	(66,14%)	936.900	(6.989.519)	(88,18%)
TOTAL ACTIVOS	21.091.758	29.449.521	8.357.763	39,63%	36.683.381	7.233.860	24,56%	44.423.522	14.974.001	50,85%	54.282.953	24.833.432	84,33%	66.444.154	36.994.633	125,62%
PASIVOS																
PASIVOS CORRIENTES																
CxP	0	0	0	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
cesantias x p	0	3.655.162	3.655.162	0,00%	3.786.748	131.586	3,60%	3.923.071	267.909	7,33%	4.064.301	409.139	11,19%	4.210.616	555.454	15,20%
intereses a las cesantias x p	0	438.621	438.621	0,00%	454.412	15.790	3,60%	470.770	32.149	7,33%	487.718	49.097	11,19%	505.276	66.655	15,20%
impuesto de renta x p	0	9.620	9.620	0,00%	2.326.440	2.316.821	24084,36%	3.279.401	3.269.781	33990,81%	4.316.707	4.307.088	44774,07%	5.444.349	5.434.730	56496,39%
ica x p	0	4.297.360	4.297.360	0,00%	4.550.992	253.633	5,90%	4.819.594	522.235	12,15%	5.104.050	806.690	18,77%	5.405.294	1.107.934	25,78%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	8.400.762	8.400.762	0,00%	11.118.592	2.717.829	32,35%	12.492.837	4.092.074	48,71%	13.972.776	5.572.014	66,33%	15.565.535	7.164.773	85,29%
PASIVOS NO CORRIENTES																
Obligaciones financieras	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Leasing financiero	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVOS	0	8.400.762	8.400.762	0,00%	11.118.592	2.717.829	0,00%	12.492.837	4.092.074	0,00%	13.972.776	5.572.014	0,00%	15.565.535	7.164.773	0,00%
PATRIMONIO																
Capital Social	21.091.758	21.091.758	0	0,00%	21.091.758	0	0,00%	21.091.758	0	0,00%	21.091.758	0	0,00%	21.091.758	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	(44.867)	(44.867)	0,00%	4.019.561	4.064.428	(9058,92%)	9.748.868	9.793.734	(21828,56%)	17.290.410	17.335.276	(38637,38%)	26.802.008	26.846.874	(59837,11%)
Reserva Legal Acumulada	0	1.867	1.867	0,00%	453.470	451.603	0,00%	1.090.060	1.088.193	0,00%	1.928.009	1.926.142	0,00%	2.984.853	2.982.986	0,00%
TOTAL PATRIMONIO	21.091.758	21.048.759	(42.999)	(0,20%)	25.564.790	4.516.031	21,46%	31.930.686	10.881.927	51,70%	40.310.177	19.261.418	91,51%	50.878.619	29.829.860	141,72%
PASIVO + PATRIMONIO	21.091.758	29.449.521	8.357.763	39,63%	36.683.381	7.233.860	24,56%	44.423.522	14.974.001	50,85%	54.282.953	24.833.432	84,33%	66.444.154	36.994.633	125,62%

Fuente: Autores

En base al cuadro anterior análisis horizontal se puede observar que el total de activos corrientes proyectado al año 1 fue de 21.523.102 mayores al total de activos fijos 7.926.419, hubo activos diferidos y el total de pasivos corrientes fue de 8.400.762

Tabla 72: Análisis horizontal con financiación proyectado en pesos

ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACION EN PESOS																
	BALANCE		VARIACION	VARIACION	VARIACION	VARIACION	VARIACION	VARIACION	VARIACION	VARIACION	VARIACION	VARIACION	VARIACION	VARIACION	VARIACION	
	INICIAL	AÑO 1	ABSOLUTA	RELATIVA	ABSOLUTA	RELATIVA	ABSOLUTA	RELATIVA	ABSOLUTA	RELATIVA	ABSOLUTA	RELATIVA	ABSOLUTA	RELATIVA	ABSOLUTA	RELATIVA
ACTIVOS																
ACTIVOS CORRIENTES																
Caja bancos	8.168.909	19.494.467	11.325.557	138,64%	26.456.691	6.962.224	35,71%	34.267.812	14.773.345	75,78%	44.122.555	24.628.089	126,33%	56.186.436	36.691.970	188,22%
CxC	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Inventarios	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	8.168.909	19.494.467	11.325.557	138,64%	26.456.691	6.962.224	35,71%	34.267.812	14.773.345	75,78%	44.122.555	24.628.089	126,33%	56.186.436	36.691.970	188,22%
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
MUEBLES Y ENSERES	1.873.800	1.873.800	0	0,00%	1.873.800	0	0,00%	1.873.800	0	0,00%	1.873.800	0	0,00%	1.873.800	0	0,00%
EQUIPOS DE COMPUTO Y COM.	7.799.999	7.799.999	0	0,00%	7.799.999	0	0,00%	7.799.999	0	0,00%	7.799.999	0	0,00%	7.799.999	0	0,00%
(-)DEPRECIACION ACUMULADA	0	1.747.380	1.747.380	0,00%	3.494.760	1.747.380	100,00%	5.242.139	3.494.760	200,00%	6.989.519	5.242.139	300,00%	8.736.899	6.989.519	400,00%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	9.673.799	7.926.419	(1.747.380)	(18,06%)	6.179.039	(1.747.380)	(22,05%)	4.431.660	(3.494.760)	(44,09%)	2.684.280	(5.242.139)	(66,14%)	936.900	(6.989.519)	(88,18%)
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	3.249.050	0	(3.249.050)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3.249.050	0	(3.249.050)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	12.922.849	7.926.419	(4.996.430)	(38,66%)	6.179.039	(1.747.380)	0,00%	4.431.660	(3.494.760)	0,00%	2.684.280	(5.242.139)	0,00%	936.900	(6.989.519)	0,00%
TOTAL ACTIVOS	21.091.758	27.420.886	6.329.128	30,01%	32.635.730	5.214.844	19,02%	38.699.471	11.278.586	41,13%	46.806.835	19.385.949	70,70%	57.123.336	29.702.451	108,32%
PASIVOS																
PASIVOS CORRIENTES																
CxP	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
cesantias x p	0	3.655.162	3.655.162	0,00%	3.786.748	131.586	3,60%	3.923.071	267.909	7,33%	4.064.301	409.139	11,19%	4.210.616	555.454	15,20%
intereses a las cesantias x p	0	438.621	438.621	0,00%	454.412	15.790	3,60%	470.770	32.149	7,33%	487.718	49.097	11,19%	505.276	66.655	15,20%
impuesto de renta x p	0	0	0	0,00%	1.974.204	1.974.204	#DIV/0!	3.002.833	3.002.833	#DIV/0!	4.132.772	4.132.772	#DIV/0!	5.373.814	5.373.814	#DIV/0!
ica x p	0	4.297.360	4.297.360	0,00%	4.550.992	253.633	5,90%	4.819.594	522.235	12,15%	5.104.050	806.690	18,77%	5.405.294	1.107.934	25,78%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	4.093.783	4.093.783	0,00%	6.215.364	2.121.581	51,82%	7.396.674	3.302.891	80,68%	8.684.791	4.591.008	112,15%	10.089.706	5.995.922	146,46%
PASIVOS NO CORRIENTES																
Obligaciones financieras	6.327.527	0	(6.327.527)	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Leasing financiero	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	6.327.527	0	(6.327.527)	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL PASIVOS	6.327.527	4.093.783	(2.233.744)	0,00%	6.215.364	2.121.581	51,82%	7.396.674	3.302.891	80,68%	8.684.791	4.591.008	112,15%	10.089.706	5.995.922	146,46%
PATRIMONIO																
Capital Social	14.764.231	14.764.231	0	0,00%	14.764.231	0	0,00%	14.764.231	0	0,00%	14.764.231	0	0,00%	14.764.231	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	0	0	0,00%	2.197.891	2.197.891	0,00%	7.444.016	7.444.016	0,00%	14.664.211	14.664.211	#DIV/0!	24.052.580	24.052.580	#DIV/0!
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	0,00%	383.228	383.228	0,00%	966.131	966.131	0,00%	1.768.375	1.768.375	0,00%	2.811.527	2.811.527	0,00%
TOTAL PATRIMONIO	14.764.231	14.764.231	0	0,00%	17.345.349	2.581.118	17,48%	23.174.378	8.410.147	56,96%	31.196.817	16.432.586	111,30%	41.628.337	26.864.106	181,95%
PASIVO + PATRIMONIO	21.091.758	18.858.014	(2.233.744)	(10,59%)	23.560.713	4.702.699	24,94%	30.571.052	11.713.038	62,11%	39.881.607	21.023.594	111,48%	51.718.043	32.860.029	174,25%
	0	8.562.872			9.075.017			8.128.420			6.925.228			5.405.294		

Fuente: Autores

Con base al análisis horizontal con financiación se puede analizar que la variación relativa de los activos corrientes fue de 138.64% y que para el año 2 disminuyo en 35.71%, debido a que el año 2 los activos en la caja banco fueron mayores al año 1.

Tabla 73: Análisis horizontal sin financiación

ANÁLISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION											
	VARACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
INGRESOS											
VENTAS	38.429.192	105,90%	730.241.577	40.697.305	105,90%	773.340.861	43.099.284	105,90%	818.983.890	45.643.029	5,90%
COSTOS	32.138.741	105,90%	610.708.781	34.035.588	105,90%	646.753.170	36.044.389	105,90%	684.924.919	38.171.749	5,90%
UTILIDAD BRUTA	6.290.451	105,90%	119.532.796	6.661.717	105,90%	126.587.691	7.054.895	105,90%	134.058.970	7.471.279	5,90%
EGRESOS											
NOMINA	6.106.337	110,92%	64.242.998	2.232.382	103,60%	66.555.746	2.312.748	103,60%	68.951.753	2.396.007	3,60%
GASTOS DE ADMINISTRACION	(15.533)	99,95%	30.424.340	1.057.216	103,60%	31.519.617	1.095.276	103,60%	32.654.323	1.134.706	3,60%
GASTOS DE VENTAS	265.620	103,35%	8.500.504	295.384	103,60%	8.806.522	306.018	103,60%	9.123.557	317.035	3,60%
GASTOS DE DEPRECIACION	0	100,00%	1.747.380	0	100,00%	1.747.380	0	100,00%	1.747.380	0	0,00%
GASTOS DIFERIDOS	(3.249.050)	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
ICA	253.633	105,90%	4.819.594	268.602	105,90%	5.104.050	284.455	105,90%	5.405.294	301.244	5,90%
TOTAL EGRESOS	3.361.007	103,28%	109.734.817	3.853.585	103,64%	113.733.314	3.998.498	103,64%	117.882.306	4.148.992	3,65%
UTILIDAD OPERACIONAL	2.929.444	172,15%	9.797.979	2.808.132	140,17%	12.854.377	3.056.398	131,19%	16.176.664	3.322.288	25,85%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS											
GASTOS FINANCIEROS LEASING	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
GASTOS FINANCIEROS PRESTAMOS	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	2.929.444	172,15%	9.797.979	2.808.132	140,17%	12.854.377	3.056.398	131,19%	16.176.664	3.322.288	25,85%
IMPUESTO DE RENTA	(323.697)	88,01%	3.331.313	954.765	140,17%	4.370.488	1.039.175	131,19%	5.500.066	1.129.578	25,85%
UTILIDAD NETA	3.253.140	339,17%	6.466.666	1.853.367	140,17%	8.483.889	2.017.223	131,19%	10.676.598	2.192.710	25,85%
RESERVA LEGAL	325.314	0,00%	646.667	185.337	140,17%	848.389	201.722	131,19%	1.067.660	219.271	25,85%
UTILIDAD EJERCICIO	2.655.795	277,51%	5.819.999	1.668.030	140,17%	7.635.500	1.815.500	131,19%	9.608.939	1.973.439	25,85%

Fuente: Autores

En relación al análisis horizontal sin financiación se puede observar que la variación relativa fue la misma en ventas, costos, y utilidad bruta del 105,90% y que tuvo una disminución en el año 5 del 5.90%.

Tabla 74: Análisis horizontal con financiación

ANÁLISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN																														
INGRESOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION		AÑO 3	VARIACION		AÑO 4	VARIACION		AÑO 5	VARIACION						
															ABSOLUTA	RELATIVA		ABSOLUTA	RELATIVA		ABSOLUTA	RELATIVA		ABSOLUTA	RELATIVA					
VENTAS	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	54.259.590	651.115.080	689.544.272	38.429.192	5,90%	730.241.577	40.697.305	5,90%	773.340.861	43.089.284	5,90%	818.983.890	45.643.029	5,90%				
COSTOS	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	45.377.871	544.534.452	576.673.193	32.138.741	5,90%	610.708.781	34.035.588	5,90%	646.753.170	36.044.389	5,90%	684.924.919	38.171.749	5,90%				
UTILIDAD BRUTA	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	8.881.719	106.580.628	112.871.079	6.290.451	5,90%	119.532.796	6.661.717	5,90%	126.587.691	7.054.895	5,90%	134.058.970	7.471.279	5,90%				
EGRESOS																														
NOMINA	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	6.029.377	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	4.201.796	7.856.936	55.904.279	62.010.616	6.106.337	10,92%	64.242.998	2.232.382	3,60%	66.555.746	2.312.748	3,60%	68.951.753	2.396.007	3,60%		
GASTOS DE ADMINISTRACION	2.489.571	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	2.444.826	29.382.657	29.367.124	(15.533)	(0,05%)	30.424.340	1.057.216	3,60%	31.519.617	1.095.276	3,60%	32.654.323	1.134.706	3,60%
GASTOS DE VENTAS	679.500	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	660.000	7.939.500	8.205.120	265.620	3,35%	8.500.504	295.384	3,60%	8.806.522	306.018	3,60%	9.123.557	317.035	3,60%			
GASTOS DE DEPRECIACION	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	145.615	1.747.380	1.747.380	0	0,00%	1.747.380	0	0,00%	1.747.380	0	0,00%	1.747.380	0	0,00%			
GASTOS DIFERIDOS	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	270.754	3.249.050	0	(3.249.050)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%			
ICA	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	358.113	4.297.360	4.550.992	253.633	5,90%	4.819.594	268.602	5,90%	5.104.050	284.455	5,90%	5.405.294	301.244	5,90%				
TOTAL EGRESOS	8.145.350	8.081.105	8.081.105	8.081.105	8.081.105	9.908.686	8.081.105	8.081.105	8.081.105	8.081.105	8.081.105	8.081.105	8.081.105	11.736.245	102.520.225	105.881.232	3.361.007	3,28%	109.734.817	3.853.585	3,64%	113.733.314	3.998.498	3,64%	117.882.306	4.148.992	3,65%			
UTILIDAD OPERACIONAL	736.369	800.614	800.614	800.614	800.614	(1.026.967)	800.614	800.614	800.614	800.614	800.614	800.614	800.614	4.060.403	6.989.847	2.929.444	72,15%	9.797.979	2.808.132	40,17%	12.854.377	3.056.398	31,19%	16.176.664	3.322.288	25,85%				
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																														
GASTOS FINANCIEROS LEASING														0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%				
GASTOS FINANCIEROS PRESTAMOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%				
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	736.369	800.614	800.614	800.614	800.614	(1.026.967)	800.614	800.614	800.614	800.614	800.614	800.614	800.614	4.060.403	6.989.847	2.929.444	72,15%	9.797.979	2.808.132	40,17%	12.854.377	3.056.398	31,19%	16.176.664	3.322.288	25,85%				
IMPUESTO DE RENTA	250.366	272.209	272.209	272.209	272.209	0	272.209	272.209	272.209	272.209	272.209	272.209	272.209	0	2.700.245	2.376.548	(323.697)	(11,99%)	3.331.313	954.765	40,17%	4.370.488	1.039.175	31,19%	5.500.066	1.129.578	25,85%			
UTILIDAD NETA	486.004	528.405	528.405	528.405	528.405	(1.026.967)	528.405	528.405	528.405	528.405	528.405	528.405	528.405	1.360.159	4.613.299	3.253.140	239,17%	6.466.666	1.853.367	40,17%	8.483.889	2.017.223	31,19%	10.676.596	2.192.710	0				
RESERVA LEGAL	48.600	52.841	52.841	52.841	52.841	0	52.841	52.841	52.841	52.841	52.841	52.841	52.841	0	136.016	461.330	325.314	0,00%	646.667	185.337	40,17%	848.389	201.722	31,19%	1.067.660	219.271	25,85%			
UTILIDAD EJERCICIO	437.403	475.565	475.565	475.565	475.565	(1.026.967)	475.565	475.565	475.565	475.565	475.565	475.565	475.565	1.496.175	4.151.969	2.655.795	177,51%	5.819.999	1.688.030	40,17%	7.635.500	1.815.500	31,19%	9.608.939	1.973.439	25,85%				

Fuente: Autores

En relación al análisis vertical con financiación se puede observar que las ventas mes a mes en el año fueron de 54.251.590 al igual que los costos pero con un valor de 45.377.871, el total de egresos fue de 8.145.350 y la utilidad operación fue de 736.369.

ANALISIS RAZONES FINANCIERAS ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACION					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL TRABAJO NETO	13.122.340	19.385.750	27.499.026	37.625.897	49.941.719
RAZON CORRIENTE	2,6	2,7	3,2	3,7	4,2
PRUEBA ACIDA	2,6	2,7	3,2	3,7	4,2
ENDEUDAMIENTO	28,53%	30,31%	28,12%	25,74%	23,43%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	(0,15%)	12,31%	14,33%	15,44%	15,91%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	(0,20%)	17,67%	19,94%	20,79%	20,77%
MARGEN BRUTO	16,37%	16,37%	16,37%	16,37%	16,37%
MARGEN OPERACIONAL	(0,01%)	0,99%	1,32%	1,64%	1,96%
MARGEN NETO	(0,01%)	0,65%	0,87%	1,08%	1,29%
DIAS AÑO	360	360	360	360	360

ANALISIS RAZONES FINANCIERAS ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACION					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL TRABAJO NETO	19.494.467	26.456.691	34.267.812	44.122.555	56.186.436
RAZON CORRIENTE	2,3	2,5	2,8	3,2	3,6
PRUEBA ACIDA	2,3	2,5	2,8	3,2	3,6
ENDEUDAMIENTO	50,72%	46,85%	40,12%	33,35%	27,13%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	(4,56%)	11,74%	15,06%	17,14%	18,26%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	13,09%	16,21%	0,00%	0,00%	0,00%
MARGEN BRUTO	16,37%	16,37%	16,37%	16,37%	16,37%
MARGEN OPERACIONAL	(0,01%)	0,99%	1,32%	1,64%	1,96%
MARGEN NETO	(0,19%)	0,56%	0,80%	1,04%	1,27%
DIAS AÑO	360	360	360	360	360

Fuente: Autores

Tabla 77: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL SERVICIO																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO EQUILIBRIO ERSF	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	57	71	86	101
PUNTO EQUILIBRIO ERCF	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35	51	67	83	100

Fuente: Autores

Con base a la anterior tabla se puede analizar que ese debe ser el mínimo de ventas por mes para que la empresa no tenga ningún tipo de pérdida.

Tabla 78: Análisis de sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD DISMINUCION DEL MARGEN BRUTO DEL 0,7%					
FLUJO DE CAJA SF			FLUJO DE CAJA CF		
	VALORES ORIGINALES	VALORES MODIFICADOS		VALORES ORIGINALES	VALORES MODIFICADOS
VPN(\$)	2.218.480	(2.573.322)	VPN(\$)	4.365.506	(731.870)
TIR(%)	36,56%	25,25%	TIR(%)	44,94%	29,19%
B/C(VECES)	1,09	0,88	B/C(VECES)	1,25	0,95

Fuente: Autores

En la siguiente tabla, se pueda mostrar que el proyecto no puede disminuir más del 0.7% ya que se volvería inviable el proyecto.

6 . CONCLUSIONES

Se diseñó un plan de negocio basado en la creación de un sistema integrado de servicios para la compra y venta de vehículos usados dentro del sector automotriz con el fin de promover la facilidad de la realización del ofrecimiento de los servicios mencionados y comercializando así vehículos de cualquier gama en donde el cliente busca de una manera rápida la satisfacción de una necesidad económica y personal.

Se estableció una forma rápida y asequible de lograr una ventaja competitiva de una buena selección del personal, cuya labor consiste en la realización del peritaje y tramitología del vehículo usado y del dueño del mismo teniendo así capacitaciones relacionadas con el servicio ofrecido para tener mejor empatía con el consumidor.

Para satisfacer la necesidad del cliente en el momento de realizar el servicio de tramitología y peritaje, se realizó un estudio, en donde se determinó, cuáles fueron los aspectos más negativos que estos tenían a la hora de realizar la tramitología por su propia cuenta, esto ayudo, a la creación de un servicio general sobre la realización de estos procesos y poder ofrecérselos al consumidor con el fin de ahorrarle tiempo al momento de realizar las filas para pagar las debidas facturas o realizar trámites de la compra del vehículo.

Se generó una estabilidad y vinculación laboral a los empleados, con el pago de un salario mínimo, junto a las prestaciones sociales de ley (Salud, Pensión, Riesgos profesionales) y auxilió de transporte a la hora de realizar las labores con la empresa, ya que actualmente en el medio de compra y venta de automóviles, se maneja solamente el pago por comisión, dejando desamparados a los trabajadores sin un salario fijo y prestaciones sociales correspondientes.

7 REFERENCIAS

- Abba . (2016). *Abba*. Obtenido de Abba: <http://abba.com.py/loja/oficina/silla-fija-3310-abba/>
- ABC, D. (s.f). *www.definicionabc.com*. Recuperado el 19 de 11 de 2015, de www.definicionabc.com:
<http://www.definicionabc.com/general/consolidar.php>
- Arango, T. (2014). *estratos altos prefieren los anuncios de revistas*. BOGOTA: LR LA REPUBLICA. Obtenido de http://www.larepublica.co/consumo/estratos-altos-prefieren-los-anuncios-de-revistas_104221
- Argos industrial. (2014). *Argos industrial company*. Obtenido de Argos industrial company: <http://argos-industrial.com/producto/escritorio-metalico-1-cajon/>
- Automotores, A. R. (s.f). *www.Quienes Somos - Andrés Rico Automotores*. Recuperado el 20 de 08 de 2015, de www.Quienes Somos - Andrés Rico Automotores:
http://sites.amarillasinternet.com/andresricoautomotores/quienes_somos.html
- Avilés, D. A. (s.f). *www.eumed.net*. Recuperado el 19 de 11 de 2015, de www.eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010c/752/EI%20Peritaje.htm>
- Cabijas Serna, Gonzales Medina, N. (2015). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE DIAGNÓSTICA*. cali: tesis de grado. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/7959/1/T05961.pdf>
- CIESS. (2014). *www.seguridadsocialparatodos.org*. Recuperado el 19 de 11 de 2015, de www.seguridadsocialparatodos.org:
<http://www.seguridadsocialparatodos.org/node/1>

- Colcha, Katuska, C. (2015). *Estudio de factibilidad para el posecionamiento de la empresa electrorepuesto vcc en la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/410>
- Cordoba, España, A. (2015). *Factibilidad para la integración de vehículos eléctricos al sistema de distribución eléctrico*. Obtenido de <http://www.dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/8160>
- Definicion.de. (2008). *www.definicion.de*. Recuperado el 19 de 11 de 2015, de [www.definicion.de: http://definicion.de/personeria-juridica/](http://definicion.de/personeria-juridica/)
- Desarrollo, P. d. (2008-2011). *Comuna 9*. Obtenido de [file:///C:/Users/NOTEBOOK%20S/Downloads/9%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/NOTEBOOK%20S/Downloads/9%20(4).pdf)
- Dinero. (2016). *¿Cuántos vehículos se venden en Colombia y el mundo?* colombia. Obtenido de <http://www.dinero.com/economia/articulo/ventas-de-vehiculos-en-colombia-y-el-mundo/225252>
- Domcel maquinarias. (2016). *Domcel maquinarias*. Obtenido de Domcel maquinarias: <http://www.generadoreshonda.com.ar/grupos-electrogenos/index.php/component/virtuemart/generadores-monofasicos/grupo-electrogeno-honda-eg6500cxs.html?Itemid=0>
- ebay. (2016). *ebay*. Obtenido de ebay: <http://www.ebay.es/itm/Empty-150ml-Clear-Plastic-Jars-With-Blue-Plastic-Screw-On-Lid-Quality-Jar-Lid-/182163936664>
- El Pais. (2015). *Valle es tercero en ventas de carros en el país*. Cali. Obtenido de <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/valle-tercero-ventas-carros-pais>
- ESPECTADOR, E. (2016). *En Colombia los carros usados le ganan a los nuevos*. bogota. Obtenido de <http://www.elespectador.com/vivir/autos/colombia-los-carros-usados-le-ganan-los-nuevos-articulo-646142>

- Famsa.com. (2016). *Famsa.com*. Obtenido de Famsa.com:
<https://www.famsa.com/telefonía-panasonic-telefono-alambrico-4280.html>
- Flores, Rello, M. (2001). Capital Social: Virtudes y Limitaciones. *ponencia presentada en la conferencia regional sobre capital social y pobreza*, (pág. 21). Santiago de Chile.
- García, O. E. (2013). *Los 5 factores que estarían frenando la venta de autos*. Bogotá: NOTICIAS A UN CLIC. Obtenido de
http://www.larepublica.co/empresas/los-5-factores-que-estar%C3%ADan-frenando-la-venta-de-autos_33943
- Geronimo Russo y Cia. S.R.L. (2009). *Geronimo Russo y Cia. S.R.L.* Obtenido de Geronimo Russo y Cia. S.R.L.: <http://www.grusso.com.ar/muebles2.html>
- GLC. (2014). 10 pasos para crear una empresa en Colombia. *mprende*. Obtenido de <http://mprende.co/legal/los-socios-trabajadores-en-las-nuevas-empresas>
- Gómez Cabrera, Torres Escalante, O. (2016). *Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de personalización de vehículos en la ciudad de Loja*. Obtenido de
<https://www.youtube.com/watch?v=rcX8tXUhTGY&list=PL79185EFDD160A779&index=13>
- Homecenter. (2016). *Homecenter*. Obtenido de Homecenter:
<http://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/138754/Sistema-alarma-sirena>
- homedepot. (2015). *homedepot*. Obtenido de homedepot:
<http://www.homedepot.com.mx/comprar/es/coapa-del-hueso/mobile/trapeador-de-pabilo-de-uso-rudo>
- Huertas, G. E. (13 de 10 de 2010). *www.La seguridad social en Colombia - SlideShare*. Recuperado el 11 de 09 de 2015, de www.La seguridad social

en colombia - SlideShare:

<http://es.slideshare.net/GuidoECeballosHuertas/la-seguridad-social-en-colombia>

imgrum. (2016). *imgrum*. Obtenido de imgrum:

<http://www.imgrum.net/tag/ahorrador>

Jerico, P. (2008). *la nueva gestion del talento*. madrid, españa: pearson educacion S.A. Obtenido de

http://cesarop.weebly.com/uploads/4/1/1/9/41190691/la_nueva_gestion_del_talento.pdf

Kotler, Armstrong, P. (2012). *Marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACION.

Obtenido de

https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf

Kotler, Armstrong, P. (2012). *Marketing*. mexico: pearson educacion. Obtenido de

https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf

Lenovo corporation . (2016). *Lenovo corporation* . Obtenido de Lenovo shop:

<http://shop.lenovo.com/es/es/desktops/lenovo/c-series/c560/>

Lenovo corporation . (2016). *Lenovo corporation* . Obtenido de Lenovo shop:

<http://shop.lenovo.com/es/es/desktops/lenovo/c-series/c560/>

Mercado libre. (2016). *Mercado libre*. Obtenido de Mercado libre:

<http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-432562064-cafetera-electrica-universal-l66700->

[_JM#redirectedFromSimilar=http%3A%2F%2Farticulo.mercadolibre.com.co%2FMCO-421799727-cafetera-electrica-universal-l66700-_JM](http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-421799727-cafetera-electrica-universal-l66700-_JM#redirectedFromSimilar=http%3A%2F%2Farticulo.mercadolibre.com.co%2FMCO-421799727-cafetera-electrica-universal-l66700-_JM)

Much, L. (2007). *Administracion*. mexico: Pearson educacion mexico S.A DE C.V.

- Muchomaterial. (2016). *Muchomaterial*. Obtenido de Muchomaterial:
<https://www.muchomaterial.com/articulo/10965/CEPILLO%20PARA%20LIMPIEZA%20DE%20WC%20MANGO%20DE%20PLASTICO%20COPAR>
- Muebleria. (2016). *Muebleria*. Obtenido de Muebleria:
<http://www.mueblaria.com/72-sofa-3-plazas>
- Multicomercio. (2016). *Multicomercio*. Obtenido de Multicomercio:
<http://www.multicomercio.com.ec/producto/912-ESCOBA-DE-PLASTICO-PEQUE%C3%91A>
- negocios, r. (30 de abril de 2014). Colombianos compran carro por necesidad. *el espectador*, pág. 1. Obtenido de
<http://www.elespectador.com/noticias/economia/colombianos-compran-carro-necesidad-articulo-489666>
- OfiStore. (2016). *OfiStore*. Obtenido de OfiStore: <http://www.ofistore.com/cenicero-papelera-metal.-perforado-negro-cilindrica-9375.html>
- Pais, E. (2016). *Valle es tercero en ventas de carros en el país*. cali. Obtenido de
<http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/valle-tercero-ventas-carros-pais>
- Pais, R. e. (20 de 1 de 2015). *Valle es tercero en ventas de carros en el país*. cali: EL PAIS.com.co. Obtenido de Valle es tercero en ventas de carros en el país: <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/valle-tercero-ventas-carros-pais>
- Patojo Landia. (2016). *Patojo Landia*. Obtenido de Patojo Landia:
<http://patojolandia.com/home/tenderos/blanqueadores/761-762.html>
- Pilar, J. (2008). *La nueva gestion del talento*. madrid, españa: pearson educacion S.A.

- plapasa. (2014). *plapasa*. Obtenido de plapasa:
http://www.plapasa.com/default/0sub_allpro.php?Servlet=1
- plapasa. (s.f.). *plapasa*. Obtenido de plapasa:
http://www.plapasa.com/default/0sub_allpro.php?Servlet=1
- Quiroga, Munar, Peña, J. P. (2016). *analisis estrategico del sector automotriz en colombia*. bogota: tesis de grado. Obtenido de
<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3955/1020727693-2012.pdf?sequence=3>
- s.a, P. S. (s.f). *www.finanzaspersonales.com.co*. Recuperado el 10 de 2015, de
www.finanzaspersonales.com.co:
<http://www.finanzaspersonales.com.co/trabajo-y-educacion/articulo/lo-debe-saber-sobre-aporte-sistema-seguridad-social/50425>
- Samsung . (s.f.). *Samsung*. Obtenido de
<http://www.samsung.com/ar/consumer/mobile-devices/smartphones/others/SM-G313MRWBARO>
- Samsung. (2016). *Samsung*. Obtenido de Samsung:
<http://www.samsung.com/ar/consumer/mobile-devices/smartphones/others/SM-G313MRWBARO>
- Social, M. d. (s.f). *www.comfacundi.com.co*. Recuperado el 12 de 10 de 2015, de
www.minsalud.gov.co: <https://www.comfacundi.com.co/images/Cartilla-Aseguramiento-a-Salud-y-Movilidad-Minsalud.pdf>
- Sodimac. (2015). *Sodimac*. Obtenido de Sodimac:
<http://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/544604/Silla-Giratoria-negra>
- SoloStocks. (2000-2016). *SoloStocks*. Obtenido de SoloStocks web site :
<http://www.solostocks.com/venta-productos/maquinas-oficina/equipos->

multifuncion/impresora-multifuncion-tinta-color-hp-deskjet-2050a-all-in-o-6685866

Starmax. (2016). *Starmax*. Obtenido de Starmax:

<http://www.starmaxelectronics.com/ventiladores/ventiladores-de-pared/>

SURA. (s.f). *www.arlsura.com*. Recuperado el 19 de 11 de 2015, de

www.arlsura.com:

<http://www.arlsura.com/index.php/component/glossary/Glosario-de-T%C3%A9rminos-99/A/Administradora-de-Riesgos-Profesionales-9/>

Tuchair. (2015). *Tuchair*. Obtenido de Tuchair: <http://www.tuchair.com/armarios-de-oficina/149-archivador-4-cajones.html>

Universal, D. E. (05 de 08 de 2009). *www.eluniversal.com.co*. Recuperado el 04 de 09 de 2015, de www.eluniversal.com.co:

<http://www.eluniversal.com.co/consultorio/laboral/laboral-salario-y-prestaciones-sociales>

Vargas,Julca,Gandhi, A. (2015). *Plan de mejora para optimizar el proceso de atención al cliente a nivel de venta y post venta de vehículos y su impacto en la rentabilidad en la empresa Autonort Trujillo S.A*. Obtenido de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/1342>

Web2feel. (2012). *amvar world*. Obtenido de amvar world: <http://amvar-reguladores.blogspot.com.co/>

www.Quienes Somos - Andrés Rico Automotores. (s.f). Recuperado el 20 de 08 de 2015, de www.Quienes Somos - Andrés Rico Automotores:

http://sites.amarillasinternet.com/andresricoautomotores/quienes_somos.html