ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE COCINAS INTEGRALES Y PUERTAS CON DISEÑOS EXCLUSIVOS EN MADERA DIRIGIDO A LAS PRINCIPALES CONSTRUCTORAS UBICADAS EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.

LEYDI JOHANNA MURILLO FLOREZ
ELIANA TATHIANA SANCHEZ
JENNIFER ARELLANO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2015

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE COCINAS INTEGRALES Y PUERTAS CON DISEÑOS EXCLUSIVOS EN MADERA DIRIGIDO A LAS PRINCIPALES CONSTRUCTORAS UBICADAS EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI.

LEYDI JOHANNA MURILLO FLOREZ
ELIANA TATHIANA SANCHEZ
JENNIFER ARELLANO

Trabajo de grado como requerimiento para optar el título de Administración de Empresas

ASESOR
MEDARDO ALFONZO PALOMINO ARIAS

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2015

NOTA DE ACEPTACIÓN

Trabajo de grado aprobado por la Facultad de Ciencias Empresariales de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, válido como requisito parcial para obtener el título de Administrador de Empresas.

_____

Presidente del Jurado

_____

Jurado

_____

Jurado

_____

Jurado

Santiago de Cali, Noviembre de 2015

DEDICATORIA

A Dios, por habernos permitido recorrer este camino con su ayuda y acompañamiento al darnos salud y fe los cuales nos permitieron lograr el cumplimiento de esta meta.

Cada una de las integrantes de este grupo agradecimientos mutuos porque cada una fue parte importante del desarrollo en dicho proceso Jennifer Arrellano, Johana Murillo y Eliana Sánchez.

- Dedico mi triunfo universitario a mi abuela María Rosalba a mi esposo Manuel Felipe quienes me ayudaron y apoyaron constantemente para no decaer y seguir adelante.

JENNIFER ARELLANO

- A mis padres Marlene y Yesid, a mi esposo Erwin, por su cariño, su apoyo moral, sus consejos, su colaboración y comprensión en esta última etapa de mi carrera.

  A mi bebé que pronto viene en camino, una felicidad más y una bendición que espero con los brazos abiertos

JOHANA MURILLO

- A mi madre Gloria, a mi hija Jasmín, a mi esposo Edwin, Hermanas Amparo, Alexandra y Cristina, pues gracias a su cariño, apoyo incondicional, sus enseñanzas y valores inculcados he logrado culminar con éxito el proceso de mi carrera universitaria.

ELIANA T. SANCHEZ

A la UNIVERSIDAD CATOLICA LUMEN GENTIUM y especialmente a la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES por permitirnos ser parte de ella.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN		14
1	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO	15
1.1	TITULO DEL PROYECTO	15
1.2	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	15
1.3	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.4	FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	17
1.5	JUSTIFICACIÓN	18
1.6	ASPECTOS METODOLÓGICOS	28
2	ESTUDIO DE MERCADO	31
2.1	ANALISIS DEL MERCADO	31
2.2	ANÁLISIS DEL SECTOR	31
2.3	ESTRUCTURA DEL MERCADO	33
2.4	CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO	43
2.5	PLAN DE MERCADEO	50
2.6	POLÍTICAS DE SERVICIOS	53
2.7	TÁCTICAS DE VENTA	53
3	ESTUDIO TÉCNICO OPERATIVO	54
3.1	INGENIERA DEL PROYECTO	54
3.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	65
3.3	TAMAÑO DEL PROYECTO	71
4	ESTUDIO ORGANIZACIONALY LEGAL	73
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	73
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	76
4.3	MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL	81
4.4	PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL	82
4.5	PROCESO DE CONTRATACIÓN	83
4.6	PROCESO DE CAPACITACIÓN	85
4.7	PROGRAMA DE INCENTIVOS	85

4.8 ASPECTOS LEGALES DEL PROYECTO 86

5 ESTUDIO FINANCIERO 90

5.1 INVERSION INICIAL 91
5.2 DEPRECIACIÓN 92
5.3 BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN 93
5.4 BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN 94
5.5 PARAMETROS BASICOS 95
5.6 AMORTIZACIÓN 99
5.7 LEASING FINANCIERO 101
5.8 GASTOS EN PESOS 102
5.9 NOMINA EN PESOS 103
5.10 NOMINA DE PRODUCCIÓN 104
5.11 COSTOS UNITARIOS 105
5.12 PROYECCIÓN DE VENTAS Y COSTOS 106
5.13 IVA EN PESOS 107
5.14 RECAUDOS Y PAGOS 108
5.15 ESTADOS DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN 109
5.16 ESTADOS DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN 110
5.17 FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN 110
5.18 FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN 112
5.19 BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN 113
5.20 BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN 114
5.21 ANÁLISIS VERTICAL BGPSF 116
5.22 ANÁLISIS VERTICAL BGPCF 117
5.23 ANÁLISIS VERTICAL ERSF 117
5.24 ANÁLISIS VERTICAL ERCF 118
5.25 ANÁLISIS HORIZONTAL BGPSF 118
5.26 ANÁLISIS HORIZONTAL BGPCF 120
5.27 ANÁLISIS HORIZONTAL ERSF 120
5.28 ANÁLISIS HORIZONTAL ERCF 121
5.29 RAZONES FINANCIERAS PARA ERSF 122
5.30 RAZONES FINANCIERAS PARA ERCF 123

5.31 PUNTO DE EQUILIBRIO 125
5.32 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD MARGEN BRUTO 125
6 CONCLUSIONES 127
7 RECOMENDACIÓNES 129
BIBLIOGRAFIA 130

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Comportamiento venta de vivienda en Cali 34
Figura 2: Servicios prestados por home center 39
Figura 3: Diseños cocinas integrales ArkoCocinas 40
Figura 4: Diseños cocinas integrales ArkoCocinas 41
Figura 5: Cocina integral. 47
Figura 6: Puerta entamborada en triple. 48
Figura 7: Descomposición del servicio de asesoría, diseño y producción de cocinas integrales y puertas en madera personalizadas. 58
Figura 8: Corte de materia prima 59
Figura 9: Bodegaje 60
Figura 10: Distribución 61
Figura 11: Emsamble e instalacion en inmueble 61
Figura 12: Entrega del producto final 62
Figura 13: Flujo grama del proceso de la elaboración de cocinas integrales y puertas en madera. 63
Figura 14: Macro localización 68
Figura 15: Distribución estratos comuna 7. 69
Figura 16: Micro localización. 70
Figura 17: Logotipo 74
Figura 18: Organigrama 76
Figura 19: Sociedad por acciones simplificadas S.A.S. 89

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Inversión inicial 91
Tabla 2: Depreciación 92
Tabla 3: Balance inicial sin financiación 93
Tabla 4: Balance inicial con financiación 94
Tabla 5: Parámetros económicos 95
Tabla 6: Parámetros laborales 96
Tabla 7: Parámetros de nómina 96
Tabla 8: Recaudos y pagos 97
Tabla 9: Parámetros de margen brutos 97
Tabla 10: Parámetros de gastos de administración 98
Tabla 11: Amortización 99
Tabla 12: Leasing financiero 101
Tabla 13: Gastos en pesos 102
Tabla 14: Nómina de administración y ventas 103
Tabla 15: Nómina de producción 104
Tabla 16: Costos unitarios 105
Tabla 17: Proyección de ventas y costos 106
Tabla 18: IVA en pesos 107
Tabla 19: Recaudos y pagos 108
Tabla 20: Estados de resultados sin financiación 109
Tabla 21: Estados de resultados con financiación 110
Tabla 22: Flujo de caja sin financiación 112
Tabla 23: Flujo de caja con financiación 113
Tabla 24: Balance general proyectado sin financiación 114
Tabla 25: Balance general proyectado con financiación 115
Tabla 26: Análisis vertical balance general proyectado sin financiación 116
Tabla 27: Análisis vertical balance general proyectado con financiación 117
Tabla 28: Análisis vertical estado de resultados sin financiación 117
Tabla 29: Análisis vertical estado de resultados con financiación 118
Tabla 30: Análisis horizontal balance general proyectado sin financiación 119
Tabla 31: Análisis horizontal balance general proyectado con financiación 120

Tabla 32: Análisis horizontal estado de resultados sin financiación. 121
Tabla 33: Análisis horizontal estado de resultados con financiación 121
Tabla 34: Razones financieras para estados financieros sin financiación 123
Tabla 35: Razones financieras para estados financieros con financiación. 124
Tabla 36: Punto de equilibrio 125
Tabla 37: Análisis de sensibilidad margen bruto 126

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1: Clientes 37
Cuadro 2: Producto y descripción de producto de la competencia 42
Cuadro 3: Precios de la competencia 42
Cuadro 4: Ubicación de la competencia 43
Cuadro 5: Características técnicas del RH (Lamina De Madera Aglomerada) . 44
Cuadro 6: Características técnicas del triple. 45
Cuadro 7: Características técnicas insumos requeridos 46
Cuadro 8: Ficha técnica cocina integral. 47
Cuadro 9: Ficha técnica puerta entamborada 48
Cuadro 10: Precio de venta de cocina integral y puerta en madera 50
Cuadro 11: Publicidad preoperativa 52
Cuadro 12: Elementos que conforman el producto 57
Cuadro 13: Software y licencias 64
Cuadro 14: Tecnología 65
Cuadro 15: Maquinaria y equipo 65
Cuadro 16: Macro-Micro localización. 66
Cuadro 17: Participación en el mercado – cocinas integrales 71
Cuadro 18: Participación en el mercado – puertas en madera 71

RESUMEN

En el presente proyecto se expone un estudio de viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cocinas y puertas en madera con diseños exclusivos, dirigido a las principales constructoras ubicadas en la ciudad de Santiago de Cali**,** evidenciando que es un proyecto elaborado bajo la línea de investigación de emprendimiento, es importante tener la oportunidad de generar empleo y manifestar responsabilidad social empresarial en toda la cadena de valor, con el plus de llevar a cabo la prestación de un servicio personalizado de asesoría y diseño con altos estándares de calidad y cumplimiento, satisfaciendo de esta manera necesidades existentes en este mercado.

Palabras Claves: Emprendimiento, Producción, Fabricación, Diseños Personalizados, Cocinas, Puertas, Responsabilidad Social Empresarial.

ABSTRACT

In this project, a feasibility study for the creation of a producer and marketer of kitchen and wood doors company with exclusive designs directed to the main construction located in the city of Santiago de Cali is exposed, showing it is a project developed under the research of entrepreneurship, it is important to have the chance to create jobs and demonstrate corporate social responsibility throughout the value chain, with the bonus of conduct providing personalized service and design consultancy with high standards of quality and compliance, thereby satisfying needs in this market.

Keywords: Entrepreneurship, Production, Manufacturing, Custom Design, Kitchens, Doors, Corporate Social Responsibility.

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se busca llegar a estructurar clara y verazmente aquella microempresa capaz de brindar al mercado, crecimientos significativos, generando empleo, brindando nuevas alternativas en innovación, diseños y calidad.

La idea de negocio se refiere a la fabricación y diseño de toda clase de acabados en madera según sea su necesidad, respecto a cocinas y puertas, para lo cual se investigaron una serie de componentes que indican él porque de la viabilidad del proyecto.

Un análisis concreto de las principales constructoras ubicadas en la ciudad de Santiago De Cali que representan el 53% de los proyectos de vivienda llevados a cabo en la ciudad, que permitirá encontrar un enfoque mucho más amplio para el mercado existente de este tipo de servicio y producto, que además de intentar masificar la demanda del mismo por medio de este target, permitirá conocer las debilidades y fortalezas de este sector tan importante que es el de los acabados para inmuebles.

Es importante mencionar que el desarrollo del proyecto de investigación se encuentra dividido en cinco capítulos los cuales son los pilares de la investigación.

Para el desarrollo del proyecto es importante realizar el análisis del estudio de los entornos generales y sectoriales, donde sin duda es indispensable analizar los elementos del producto, la competencia y sus respectivas estrategias en cuanto a publicidad, ventas y las variables financieras que permitan visualizar la permanencia de la organización en el mercado.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO

1.1 TITULO DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cocinas integrales y puertas con diseños exclusivos en madera dirigido a las principales constructoras ubicadas en la ciudad de Santiago de Cali.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Línea: EMPRENDIMIENTO

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Planteamiento del problema

El mercado de los acabados en madera en Colombia ha tenido un incremento en la comercialización no solo nacional sino también extranjera, esto lo demuestra la encuesta anual manufacturera de 2012 realizada por el DANE señalando que: “la producción de la cadena forestal madera-muebles en Colombia fue superior a los tres billones de pesos, lo que implica una contribución total a la industria manufacturera del 1,49 por ciento”. (Núñez, 2014, párr. 4)

Se ha observado que existen almacenes donde se realizan ventas de muebles en madera armables o con medidas estandarizadas, tales como: Home Center, con estándares de calidad competitivos pero no especializados en el mercado objetivo del sector de la construcción, por el contrario un enfoque a un mercado ofertado al detal.

Coinvertir (2003) afirma que:

Colombia tiene grandes ventajas en términos de suelo y clima que le permiten la proliferación rápida de bosques. Además, tiene dos veces el potencial

chileno en términos de bosques; es decir que en el país, los cultivos de especies aptas tardan la mitad del tiempo que tardan en Chile para crecer y empezar a ser productivas. De igual forma, la cercanía relativa de Colombia con los grandes mercados (Norte América y Europa), hace del país y de la cadena de madera y muebles de madera (desde el cultivo del bosque plantado hasta las industrias finales de muebles y editorial) escenarios muy atractivos. (p. 238)

La directora ejecutiva de Fedemaderas, Alejandra Espitia afirma que:

Según Fedemaderas, “Colombia es un país altamente importador de bienes de madera, en 2013 las compras de productos madereros llegaron a 765,8 millones de dólares, es decir un crecimiento del 1,3% frente a las compras externas de 2012”. (Núñez, 2014, párr. 10)

América Latina tiene el menor índice de crecimiento en el consumo de madera, por ello hay que crear conciencia en el público sobre las múltiples utilidades de esta, sus derivados y sus productos como elementos ambientalmente sostenibles y cada vez más competitivos.

Teniendo en cuenta las nuevas alternativas para obtener vivienda y la idea de brindar comodidad, renovación e innovación en los hogares, se presenta esta idea de negocio llamada J.E.M. Diseños exclusivos en Madera S.A.S en la ciudad Santiago de Cali, la cual está orientada a la realización de productos de necesidades básicas en esta línea para el hogar.

1.3.2 Formulación del problema

¿Cómo evaluar la viabilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de cocinas integrales y puertas con diseños exclusivos en madera dirigido a las principales constructoras ubicadas en la ciudad de Santiago de Cali?

1.3.3 Sistematización de la pregunta de investigación

- ¿Cómo elaborar un estudio de mercado que permita, identificar clientes potenciales, nivel de aceptación y métodos publicitarios?

- ¿Cómo realizar un estudio técnico operativo que permita, determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos a utilizar, las instalaciones y la organización de los mismos?

- ¿Cómo realizar un estudio organizacional que permite, establecer las jerarquías y responsabilidades de la organización, a través del organigrama del negocio, y los aspectos legales en cuanto al tipo de sociedad que se va a implementar y cuál es la normativa que debe cumplir el negocio?

- ¿Cómo realizar un estudio financiero que permita realizar y determinar la viabilidad económica y financiera para la realización del proyecto y sostenibilidad del mismo?

1.4 FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Evaluar la viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cocinas integrales y puertas con diseños exclusivos en madera dirigida a las principales constructoras ubicadas en la ciudad de Santiago de Cali.

1.4.2 Objetivos específicos

- Elaborar un estudio de mercado que permita, identificar clientes potenciales, nivel de aceptación y métodos publicitarios.

- Realizar un estudio técnico operativo que permita, determinar el tamaño óptimo del punto de venta, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requerido.

- Realizar un estudio organizacional que permite, establecer las jerarquías y responsabilidades de la organización, a través del organigrama del negocio, y los aspectos legales en cuanto al tipo de sociedad que se va a implementar y cuál es la normativa que debe cumplir el negocio.

- Realizar un estudio financiero que permita determinar la viabilidad económica y financiera para la realización del proyecto y sostenibilidad del mismo.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de este proyecto está direccionado a investigar nuevos mercados, los cuales llevan a cabo la utilización de técnicas poco innovadoras para realizar el proceso de producción de acabados en madera, la empresa en estudio, busca proponer nuevas ideas de negocio e implementaciones hacía el mismo, con una visión de innovación en la elaboración de cocinas integrales y puertas en madera con diseños exclusivos, dando así cumplimiento a los requerimientos exigidos de calidad, en busca de satisfacer un sector tan exigente como lo es el de la construcción y proponer soluciones integrales a los requerimientos identificados en esta investigación.

El principal enfoque de mercado se direccionara a las constructoras ubicadas en el departamento del Valle del Cauca, principalmente en el Municipio de Santiago de Cali y sus alrededores, donde se llevan a cabo actualmente proyectos de viviendas nuevas con el fin de generar alianzas comerciales sostenibles y con responsabilidad social empresarial. Asimismo masificar la demanda del servicio.

La empresa se caracteriza por tener valores corporativos claros en cada uno de los individuos que intervienen en el proceso de ejecución de tareas, se transmitirán en la actitud emprendedora, y estableciendo consigo normas internas y estrategias de atención al cliente, además el jefe de producción es la clave de éxito en la cadena de valor de la organización puesto que debe ser un receptor de ideas e intérprete de cada solicitud de pedido tomada por el asistente comercial administrativo.

Por ello el análisis del alcance de oportunidades y fortalezas es muy importante para autoevaluarse constantemente en el proceso de ejecución. La principal ventaja del servicio está en presentar una muestra virtual antes de llevar a cabo la realización del producto final, además proponer diseños personalizados exclusivos que son elaborados por personal capacitado, estos varían de acuerdo al distintivo de cada proyecto y tendencias de utilización en materias primas.

Es muy importante definir las estrategias a desarrollar por parte de la organización al momento de generar confianza y credibilidad en los clientes con el fin de generar reconocimiento en el sector, logrando así satisfacer las necesidades específicas de los clientes.

Este proyecto puede ser utilizado como objeto de consulta para otros estudiantes en el área de emprendimiento que estén desarrollando investigaciones acerca de su plan de negocio, además para los estudiantes que llevaron a cabo esta investigación es considerada meritoria puesto que conocieron y aprendieron a ejecutar un proceso investigativo.

1.5.1 Justificación teórica

Este proyecto permite ampliar los conocimientos técnicos adquiridos en la carrera de administración de empresas, con el objetivo de determinar la viabilidad para la creación de una empresa productora de cocinas integrales y puertas con diseños exclusivos en madera. En el desarrollo de este trabajo se

tendrán en cuenta aspectos desarrollados en el marco teórico, tales como la contextualización del proyecto, el estudio de mercado, técnico, organizacional y legal y costos financieros y tributarios.

1.5.2 Justificación Práctica

Con el desarrollo de éste proyecto de investigación basado en áreas de la productividad tales como la planeación, ejecución, seguimiento y distribución, se obtendrá información de gran valor para el objetivo de estudio, a través del cual se podrá identificar necesidades y problemas existentes en cuales se analizaran para hallar ventajas competitivas y alianzas comerciales estratégicas.

Todo esto se verá reflejado incrementando el interés y motivación del personal logrando así que su desempeño individual a realizar sea más eficiente, eficaz y efectivo.

En cuanto a los beneficios de la empresa se puede establecer una estimación de un precio competitivo de acuerdo con una reducción esperada en los costos de producción.

1.5.3 Referente teórico

TEORIA DE ADMINISTRACION

Taylor (1891) asegura que:

El principal objetivo de la administración debe ser asegurar el máximo de prosperidad al patrón y el empleado. El principio máximo de prosperidad para el patrón y máxima prosperidad para el empleado debe construir los dos fines principales de la administración. En consecuencia, debe haber identidad de intereses entre empleados y empleadores. (Chiavenato, 1999, p.23)

Taylor señala que: la mayoría de las personas cree que los intereses fundamentales de los empleados y los empleadores deben ser necesariamente antagónicos. Por el contrario la administración científica tiene como fundamento la certeza que los verdaderos intereses de ambos son los mismos: la prosperidad del empleador no puede existir por mucho tiempo si no va acompañada de la prosperidad del empleado, y viceversa. Es necesario dar al trabajador lo que el más desea: altos salarios, y al empleador, también lo que realmente quiere: costo bajo de producción. (Chiavenato, 1999, p. 24)

Se tomará como fundamento la teoría de la motivación de Abraham Maslow (1943), la cual demuestra que:

La motivación es el principal elemento que todo empleado espera en una compañía ya que todos necesitan su desarrollo personal y laboral, la motivación dentro de una compañía se refleja por los ascensos, los reconocimientos otorgados a las personas que por su desempeño se lo tienen merecido, este tipo de cosas hacen que el ambiente laboral sea más agradable. (Covey, 1997, p. 61)

En la empresa de **J.E.M DISEÑOS EXCLUSIVOS EN MADERA S.A.S**, se determinará como principio para la toma de decisiones por consenso la teoría adelantada por McGregor (2010), denominada teoría “Y”, la cual estimula y fomenta: “La creatividad y la iniciativa, además que todos nos sintamos propietarios de la empresa”. (p.34)

Otros aspectos que se tendrán en cuenta en la presente investigación son, el análisis financiero propuesto por Huang y Litzenbereg (1988), que permite determinar: “si el plan de negocio es viable y genera utilidades en un horizonte de cinco años. En él se estudian variables económicas para hacer las proyecciones”. (Agüero, Cabrera, & Manuel, 2012)

El análisis social y ambiental enfoca el desarrollo del producto hacia la responsabilidad social y las contribuciones que la empresa puede hacer a nivel social o medio - ambiental; por último, se tendrán en cuenta todos los documentos de soporte que ayudan a dar claridad al plan de negocios.

Henry Fayol (1917) afirma que:

Se sugiere que la práctica de la gerencia implique lo siguiente:

- *Fijar y programar un objetivo.*
- *Motivar y alinear el esfuerzo.*
- *Coordinar y controlar las actividades*
- *Desarrollar y asignar el talento*
- *Acumular y aplicar el conocimiento*
- *Amasar y asignar los recursos, construir y cultivar las relaciones Equilibrar y satisfacer las exigencias de los actores interesados.* (Kotler & Armstrong, 2003, p. 43)

MARKETING MIX: LAS 4PS. (Precio, Plaza, Promoción y Producto)

Kotler & Keller (2006) afirman que:

El marketing consiste en identificar y satisfacer las necesidades de las personas y de la sociedad. Una de las definiciones más cortas de marketing dice que el marketing consiste en "satisfacer necesidades de forma rentable". Cuando eBay se dio cuenta de que los consumidores no podían encontrar los artículos que más querían, creo una casa de subastas en línea, o cuando IKEA se dio cuenta de que los consumidores querían buenos muebles a un precio más bajo, creo muebles desmontables, ellos estaban haciendo una demostración de sentido común al convertir la satisfacción de una necesidad individual o social en una oportunidad de negocio rentable. (p. 5).

Es importante conceptualizar acerca del marketing y reflejarlo en todo el proyecto, ya que gracias a este se abarcan las cuatro fuerzas más importantes que se involucran en una idea de negocio (Precio, Plaza, Promoción y Producto), con el fin de garantizar la satisfacción de los clientes y la rentabilidad del mismo.

TEORÍA DEL MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Michael Porter (1979) afirma que:

Las fuerzas competitivas que configuran la estructura básica de un sector y determinan su rentabilidad son:

- La intensidad de la rivalidad entre los competidores actuales.
- La amenaza de la entrada de nuevos competidores.
- La presión de los productos o servicios sustitutivos.
- El poder negociador de los clientes.
- El poder negociador de los proveedores. (Moya, 1996, p. 9)

Con este modelo la empresa en estudio determinará la posición en la que estará frente a los agentes competidores, con el fin de realizar la comparación de los productos que se ofrecen, buscando así innovar y encontrar valores diferenciadores.

Se fundamentará básicamente en la comparación de precios, tecnología, calidad y la satisfacción del cliente con respecto a competidores directos. Se desarrollaran estrategias de promoción y venta, para empezar a penetrar el mercado y buscar fidelidad en los clientes, teniendo estrategias de negociación y satisfacción integral del servicio demandado.

El poder de negociación con los proveedores se basara en tratar de llegar a buenos acuerdos de precio con estos, para así ofrecer a los clientes un precio competitivo y un producto de buena calidad sin perder el foco de satisfacer la necesidad.

Es importante saber cómo contrarrestar los productos que se encuentran en el mercado y que a su vez pueden ser amenaza para la empresa en estudio, generando valor agregado desde su lanzamiento y retroalimentar constantemente con los clientes por medio de un buzón de sugerencias.

MAX WEBER Y LA TEORÍA DE LAS ORGANIZACIONES

Para Max Weber (1864-1920) "las organizaciones formales modernas se basan en leyes que las personas aceptan por considerarlos racionales; es decir, están definidas en función del interés de las propias personas y no para satisfacer los caprichos arbitrarios de un dirigente." (Amaru, 2009, p. 63)

Weber en su teoría decía que toda organización debe tener una división del trabajo, una estructura organizacional donde cada persona tenga sus funciones y cargos específicos para que se desempeñen bien en cada uno de estos y estén bajo los lineamientos que la empresa propone; siempre debe de existir una jerarquía de autoridad que guie la organización y cumpla con las metas para la organización, que sea un buen líder.

Para lograr los objetivos que se plantean la labor debe estar regida por reglas y procedimientos establecidos por la organización como medio que garantice que las personas hagan exactamente aquello que de ellas se espera. Ya que un error o descuido puede traer un problema en entregas fuera del cronograma propuesto e inconvenientes judiciales a la organización.

1.5.4 Referente conceptual

- **Emprendimiento**

Es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso de ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo

que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros. (Emprende Pyme, 2008, párr. 1)

- **Empresa**

"Es la unidad económica de producción encargada de combinar los factores o recursos productivos, trabajo, capital, recursos naturales para producir bienes y servicios que después se venden en el mercado". (Rodan, 2007, párr. 1)

- **Empresa**

Se refiere a aquellas personas que de forma individual o colegiada, fijan los objetivos y toman las decisiones estratégicas acerca de las metas, medios, administración y control de las empresas y asumen responsabilidad tanto comercial como legal frente a los grupos de partes interesadas en o afectadas por las mismas. (Optadmon, 2014, párr. 1)

- **Responsabilidad social empresarial**

"Es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar, la calidad de vida". (Raufflet, 2012, p. 52)

1.5.5 Referente legal

Para el desarrollo del presente proyecto investigativo se tendrá en cuenta la normatividad existente en cuanto a la fabricación y comercialización de cocinas integrales y puertas en madera como:

- Permiso ambiental ante el DAGMA. Cuando la empresa produzca algún tipo de impacto ambiental.
- Registro Nacional de Exportadores ante el Ministerio de Comercio Exterior. Si la empresa va a exportar sus productos.
- ISO 9000, Calidad de Producción: Certifica la calidad de la empresa en los procesos directamente relacionados con la producción.

- ISO 14000: Relacionado con un enfoque sistemático para las actividades ambientales propias de la industria maderera y del mueble. Determina la situación de la empresa en gestión ambiental.
- Sello de Calidad: Calidad del producto terminado.

Para la consecución de creación respecto a la empresa se tendrán en cuenta las siguientes leyes:

Ley 905 de 2004, sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa Colombiana: Reducción en pagos parafiscales para las nuevas Mypimes: es una norma que permite obtener un estímulo tributario para adelantar el proyecto de creación de la empresa J.E.M DISEÑOS EXLUSIVOS EN MADERA S.A.S. (El congreso de la república de Colombia, 2004)

Ley 789 de 2002, del Código Sustantivo del trabajo, por el Congreso de Colombia; dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo. (El Congreso de la república de Colombia, 2002)

Ley 1014 de 2006

De Fomento a la cultura de emprendimiento, reglamentada por el Decreto 1192 de 2009. Una ley que favoreció la inclusión en el pensum educativo de diferentes instituciones de programas que incentivaran la creación y desarrollo de empresas que fomentaran el desarrollo económico del país a través de la formación académica. (El Congreso de la república de Colombia, 2006)

Ley 1258 de 2008

Por medio de la cual se crea la Sociedad por Acciones Simplificadas, caracterizada por ser una estructura societaria de capital, con autonomía y tipicidad definida, contiene normas de carácter dispositivo que permiten no sólo una amplia autonomía contractual en la redacción del contrato social, sino además la posibilidad de que los asociados definan las pautas bajo las cuales

han de gobernarse sus relaciones jurídicas. (El Congreso de la república de Colombia, 2008, párr. 1)

Ley 232 de 1995

Según El congreso de la república de Colombia (1995):

“Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales”

Ninguna autoridad podrá exigir licencia o permiso de funcionamiento para la apertura de los establecimientos comerciales definidos en el artículo 515 del Código de Comercio, o para continuar su actividad si ya la estuvieren ejerciendo, ni exigir el cumplimiento de requisito alguno, que no estén expresamente ordenado por el legislador (párr. 1)

Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedida por la autoridad competente del respectivo municipio. (párr. 3)

Decreto 1879 de 2008: (Notificación de apertura)

Según El presidente de la república de Colombia (2008):

Comunicación de apertura a la autoridad distrital o municipal. Para cumplir con lo previsto en el literal (e) del artículo 2° de la Ley 232 de 1995, los propietarios de establecimientos de comercio podrán realizar de manera previa o posterior la notificación de apertura por los siguientes medios: vía virtual, comunicación escrita o acto declarativo personal ante la autoridad de planeación respectiva, proceso informativo sobre el cual se presume la buena fe del comerciante y por ende, se dará por hecho cierto, sujeto a verificaciones ex post (párr. 1)

Las alcaldías distritales y municipales podrán definir mecanismos de apoyo institucional para cursar estas notificaciones a través de las Cámaras de Comercio de la jurisdicción respectiva (párr. 2)

Ley 1429 de 2010

Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo.

La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse. (El congreso de la república de Colombia, 2010, párr. 1)

Ley 1480 de 2011

Por medio de la cual se expide el estatuto del consumidor y se dictan otras disposiciones.

Según el congreso de la república de Colombia (2011):

Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos (párr. 1)

1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para la empresa en estudio se aplicará una entrevista estructurada con el fin de hallar información relevante e identificar las necesidades de los clientes potenciales los cuales son las principales constructoras ubicadas en el Municipio de Santiago de Cali, posteriormente se analizarán todas las respuestas obtenidas y se propondrán valores diferenciadores.

1.6.1 Tipo de estudio

De acuerdo a los objetivos planteados, el método que se pretende utilizar es el descriptivo, buscando explorar los gustos de los consumidores, teniendo en cuenta los elementos característicos de cada proyecto y la aceptación hacia la sustitución de materias primas innovadoras a utilizar.

1.6.2 Método de investigación

La empresa ha determinado que el estudio del proyecto se realizará a través del método de investigación cualitativo, llevando a cabo entrevistas a profundidad dirigidas al área de compras de cada una de las constructoras a impactar, por medio de este método se cualificará y evaluará la percepción que el sector objetivo tiene acerca de este proyecto y por ende del servicio y producto a ofrecer.

1.6.3 Método de recolección de información

1.6.3.1 Método de análisis

Se realizará un sondeo del proceso que se lleva a cabo actualmente en este tipo de servicios y en el proceso de producción del producto, además de la competencia existente, con el fin de conocer sus ventajas, falencias y mejorarlas con propuestas y valores diferenciadores.

1.6.4 Fuentes de información

Como fuente primaria de información se utilizarán los resultados obtenidos a partir de la entrevista estructurada dirigida a las principales constructoras ubicadas en el Municipio de Santiago de Cali, debido a que se consideró que es la más adecuada para lograr una información descriptiva, pues permite preguntar directamente a los consumidores y se pueden hallar datos relativos frente a sus preferencias, opiniones, satisfacción, comportamientos, entre otros.

Las fuentes secundarias brindan información existente en diferentes medios tales como revistas, libros, publicaciones, informes y páginas gubernamentales como DANE, cámara de Comercio de Cali y la cámara colombiana de la construcción (CAMACOL). Siendo estas una herramienta muy práctica para adquirir la información necesaria, accediendo a ella se recogen datos que aportan ideas y permiten ampliar la visión que se tiene en cuanto los productos a ofrecer.

1.6.5 Tratamiento de la información

La información será tabulada inicialmente de acuerdo a los datos primarios que se recopilen, después se utilizaran técnicas estadísticas como tablas y graficas los cuales mostrarán los resultados cuantitativos de la investigación, luego estará la interpretación y análisis de dicha información para identificar según el DOFA que información nos brinda cada una de las constructoras con respecto al servicio prestado en la actualidad para este tipo de productos concernientes a cocinas integrales y puertas elaboradas en madera.

1.6.6 Presentación de los resultados

En el presente proyecto de investigación los resultados arrojados sobre la información encontrada acerca de la problemática de investigación estarán presentados sobre imágenes, gráficos, tablas y cuadros.

Es importante resaltar que la información será expuesta y explicada en los siguientes capítulos “Mercadeo, Técnico-operativo, Organizacional-legal y financiero”.

2 ESTUDIO DE MERCADO

En este capítulo se realiza el plan de mercadeo para determinar la caracterización del producto a comercializar definido por el grupo investigador, la información básica sobre la demanda de este tipo de productos a nivel nacional y regional, la competencia, los proveedores, las estrategias de mercadeo, expectativas de los clientes frente al producto.

2.1 ANALISIS DEL MERCADO

Se espera que el estudio de mercado pueda aclarar:

- información básica sobre la demanda del servicio de producción y comercialización de cocinas integrales y puertas con diseños exclusivos en madera.
- Los clientes potenciales.
- La competencia.
- Los proveedores.
- Las estrategias de mercadeo.
- Expectativas de los clientes frente a este tipo de productos.

2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR

Según el informe de la DIAN en su resolución número 000139 de noviembre 21 de 2012, la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas CIIU, en la cual se encuentra posicionada la actividad económica de la empresa en estudio le corresponde a la Sección A: Industrias Manufactureras, en ella le debe la División 32 que recibe el nombre de Otras Industrias Manufactureras, posteriormente el Grupo 329 cuyo nombre es Otras industrias manufactureras n.c.p, finalmente se ubica dentro de la Clase 3290. (El Director General de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2012).

“Colombia cuenta con un enorme potencial para desarrollar programas de reforestación comercial debido a que se beneficia de excelentes condiciones climáticas, geográficas y topográficas para el crecimiento de los árboles, cuenta

con el potencial para las plantaciones forestales y posee además, las condiciones geoestratégicas necesarias para potencializar el comercio exterior, más aún con el incremento de tratados de libre comercio firmados en los últimos 10 años". (Ministerio de agricultura y desarrollo rural, 2015, p.10)

Sin embargo, la silvicultura comercial en Colombia se encuentra en una etapa temprana de desarrollo. Cifras indican que actualmente hay 477.575 hectáreas en plantaciones comerciales, cantidad sorprendentemente baja en comparación con Chile (2,8 millones de hectáreas), Argentina (1,4 millones de hectáreas) y Uruguay (990 mil). Esta situación se debe principalmente a las décadas de los problemas de seguridad, propiedad y uso de la tierra que han afectado el desarrollo de las zonas rurales y alejado los intereses de los inversores. (Ministerio de agricultura y desarrollo rural, 2015, p.10)

Las principales zonas con plantaciones forestales se ubican en la Costa Atlántica (Córdoba y Magdalena Bajo), Región Andina (Antioquia, Cauca) y Orinoquía. El departamento con mayor área plantada es Antioquia (94.716 has.), pero el Vichada viene aumentando su participación en los últimos años (65.079 has.). En Antioquia se encuentran también varias empresas de transformación por lo que en principio puede considerarse la conformación de un clúster. (Ministerio de agricultura y desarrollo rural, 2015, p.12)

El sector forestal aporta cerca del 0,20 % del PIB del país. El sector silvicultura y extracción de madera participó con un 5.5 % de la producción agropecuaria en el 2013, nivel que contrasta con la oferta de suelos aptos para el establecimiento de bosques. Según el Departamento encargado de las estadísticas en Colombia (DANE) en su análisis sobre el PIB, la industria presenta un descenso del 1,2% en relación al año inmediatamente anterior, situación generada en parte por descensos en sectores como el de edición, impresión y grabaciones (-0.9%), fabricación de papel y cartón (-6%) y muebles (-1.4%). La falta de un sistema regular de información estadístico forestal limita

el detalle del comportamiento de la industria maderera del país. (Ministerio de agricultura y desarrollo rural, 2015, p.24)

El sector maderero genera cerca de 90.000 empleos directos y unos 280.000 indirectos al ser la fabricación de muebles el quinto sector más dinámico entre 66, ratificando un aporte del 5,2 por ciento del total de las empresas manufactureras registradas en el país. El gremio precisa que los fabricantes de muebles ocupan también el séptimo lugar con mayor personal ocupado, un 3,5 por ciento de participación total en la industria. (Núñez, 2014, párr. 6)

2.3 ESTRUCTURA DEL MERCADO

2.3.1 Análisis de la demanda

En Santiago de Cali, para el primer trimestre de 2015, la iniciación de construcciones se situó en 3393 viviendas, con mayor participación en el segmento de interés social VIS (59 %) con un aporte de 1995 unidades. Por su parte, el segmento no VIS registró 1398 unidades iniciadas obteniendo una participación del 41% en Cali. (Diario El País, 2015, párr. 1)

“Durante el primer trimestre del 2015, la dinámica del mercado de la vivienda se mantuvo con fuerza en Cali y su área de influencia, ya que durante ese período las ventas aumentaron 3% respecto a igual período del año pasado”. (Diario El País, 2015, párr. 2)

“Según la Cámara Colombiana de la Construcción, seccional Valle del Cauca, en ese lapso de negociaron 3267 unidades habitacionales, cifra superior a las 3165 del 2014”. (Diario El País, 2015, párr. 3)

Asimismo, en los últimos 12 meses (abril 2014–marzo 2015) en Cali y su zona de influencia se han vendido alrededor de 15801 unidades, de ellas 6146 en esta capital, lo que significó un incremento del 3,4%. (Diario El País, 2015, párr. 4)

El subsidio a la tasa de interés se sigue considerando como uno de los principales estímulos para la compra de vivienda por parte de los hogares de esta región del país, ya que permite una reducción importante en el pago de las cuotas mensuales.

Cabe destacar, que en solo Cali (no el área de influencia, según el informe de Camacol, las familias adquirieron 1680 unidades habitacionales, el 40% de ellas en estrato 4.

La zona sur de la ciudad sigue siendo el principal polo de desarrollo habitacional, ya que el 68% de las viviendas están localizadas en ese sector. Los apartamentos en condominios continúan siendo los preferidos.

Figura 1: Comportamiento venta de vivienda en Cali

	VIS	No VIS	TOTAL
Lanzamientos	595	2.265	2.860
Iniciaciones	1.995	1.398	3.393
Ventas	1.550	2.173	3.723
Oferta	2.792	4.464	7.256

Fuente: http://www.camacolvalle.org.co/portal/images/comportamiento-venta-vivienda-cali-grafico.jpg

J.E.M Diseños Exclusivos en Madera S.A.S tiene como mercado objetivo ocho de las principales constructoras que llevan a cabo proyectos de vivienda al sur de la ciudad de Cali, teniendo en cuenta la capacidad instalada propuesta por

el grupo investigador se establecerá la participación en el mercado del 5%, y se determinará a partir de este porcentaje la demanda que se abarcará.

Es sorprendente como ha cambiado la forma de ver las cocinas de los hogares, donde en un principio estas solo se utilizaban para uno solo fin, que era para preparar los alimentos diarios, pero hoy día a registrado una gran importancia cuando se trata el tema de decorar o reformar el hogar, pues este se ha convertido en un espacio de integración con familia y amigos, es por ello que se piensa mucho en este espacio al momento de decorar, ya que siempre debe reflejar un estilo hermoso y espectacular, donde la limpieza y el orden nunca cesen, ya que las personas que entren a este espacio hablarán de las condiciones en las que se encuentre, llevándose de esta una impresión para así catalogar el grado de limpieza, y el tipo de personalidad que poseen los que residen en el hogar.

El progreso en la fabricación de cocinas integrales en nuestra ciudad es digno de resaltar porque empezó en forma artesanal, sin embargo las tendencias del mercado obligaron a adoptar herramientas tecnológicas en los procesos de producción, brindando un producto integral y de óptima calidad, de acuerdo a los requerimientos y necesidades de los clientes.

Los sectores que han resultado favorecidos con dichos avances son el de la construcción y los diferentes hogares de renta alta y los de renta baja relativa, quienes apetecen tener en sus casas y apartamentos una cómoda y fina cocina integral, con un sistema hecho a la medida, donde se combinan la belleza con la eficiencia de los accesorios existentes en el mercado y que son para la ama de casa una solución a sus obligaciones.

De acuerdo a las áreas favorables se incluyen los otros productos para conseguir una cocina integral eficiente, agradable y con garantía de un año por defectos de fabricación, porque los fabricantes creen en su profesionalismo, en la eficacia de sus obras y los materiales utilizados.

Todo el proceso de elaboración de cocinas integrales lleva consigo un servicio antelado de asesoría en la parte técnica al cliente y de bosquejos de diseños mostrados al interesado, los cuales son los planos decisivos para una construcción apropiada a sus necesidades y presupuestos.

2.3.1.1 Clientes

Nuestros productos están diseñados:

- Producto dirigido a: Proyectos de vivienda nueva (Vivienda de interés social) VIS y (No viviendas de interés social) NO VIS, llevados a cabo por las diferentes constructoras ubicadas en el Departamento del Valle del Cauca específicamente en la ciudad de Santiago de Cali, cuyos estratos de dichas unidades de vivienda oscilan entre 3, 4 , 5, 6.

- Edades: no aplica
- Ciclo de vida: no aplica
- Nivel de ingreso: no aplica
- Raza: no aplica
- Estrato: 3, 4, 5,6.
- Clase: media, alta
- Estilo de vida: moderno.

La cocina es sin duda una de las dos áreas más importantes en el hogar, es el lugar donde seguramente las amas de casa permanecen la mayor cantidad de tiempo, con respecto a las puertas son necesarias para la privacidad de los inmuebles elaborados por las constructoras.

Durante el primer trimestre del 2015, la dinámica del mercado de la vivienda se mantuvo con fuerza en Cali y su área de influencia, ya que durante ese período las ventas aumentaron 3% respecto a igual período del año pasado.

Según la Cámara Colombiana de la Construcción, seccional Valle del Cauca, en este primer trimestre se negociaron 3267 unidades habitacionales, cifra superior a las 3165 del 2014.

Sin embargo, dicho gremio aclaró que el cálculo fue realizado sin incluir las unidades de los proyectos de Vivienda de Interés Social para Ahorradores, VIPA, que tuvieron un mayor impacto en el 2014.

Pese a ello, Alexandra Cañas, gerente seccional de la entidad, señalo que:

El año se inició con un positivo balance. La implementación de los programas de impulso a la vivienda anunciados por el Gobierno Nacional, la dinámica en la compra de proyectos diferentes a vivienda de interés social, VIS, y toda la actividad de proyectos no residenciales apuntan a un favorable 2015. (Diario El País, 2015, párr. 6)

Cuadro 1: Clientes

DATOS DE CONSTRUCTORAS Y PROYECTOS			
CONSTRUCTOR	PROYECTO	PUERTA	SUMA TOTAL DE UNIDADES DE UN PROYECTO
I.C. Prefabricados	Ciudadela Terranova VIPA		1954
Moreno Tafur	Reserva de Zamorano VIPA		918
	Guabinas Urbanización		626
	Monte Verde 42		160
	Reserva Verde 23		96
Constructora Bolivar	Alborada		266
	Alegra		263
	Divento		240
	Olivenza		240
	Ventura		237
	Caña Dulce		220
	Caña Real		136
	Boreal		78
Jaramillo Mora	Almendros de la Italia		572
	K-109 Ebano		240
	Paseo de la Italia		206
	Oasis de la Italia		176
	ST. Trope		160
	Altopance		80
Buenavista Constructora y Promotora	Hacienda Verde VIPA		800
	La Morelia		180
Skema	Ciudad del Sur VIPA		450
	Prados de San Agustin		178
	Terrazas de San Martin		108
Constructora Melendez	Remanso del Lili		220
	Reserva Carmesi		160
	Firenze		155
	Sol del Campo		111
	Alferez Reservado		34
Marval	San Gabriel		304
	San Rafael		256

Fuente: www.minvivienda.gov.co

2.3.2 Análisis de la oferta

Actualmente, en la ciudad de Santiago de Cali existen varias empresas dedicadas a la producción y comercialización de cocinas integrales y puertas elaboradas en madera, estas prestan un servicio dirigido al cliente final con el fin de satisfacer sus diferentes necesidades, J.E.M Diseños Exclusivos en Madera S.A.S, propone enfocarse en un mercado objetivo más amplio al cual pertenece la industria de la construcción, buscando alianzas comerciales que traigan consigo valores agregados como la personalización de entornos "cocinas integrales", satisfaciendo la necesidad en este sector cuya proyección para 2015 según Cámara colombiana de la construcción (CAMACOL), 2014, "se estima crecerá un 4.2% sustentado en el buen desempeño del mercado interno, gracias a la creciente confianza de los hogares y de las empresas, la expansión de la clase media y la reducción de la pobreza que se viene experimentando".

La competencia indirecta son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado buscando satisfacer la necesidad de adquisición de cocinas integrales con productos sustitutos o de forma diferente. El grupo investigador define esta como competencia indirecta por inclinarse a un nicho de mercado distinto al definido por la empresa en estudio.

Entre las empresas que se encuentran posicionadas en la actualidad en el mercado se encuentra Homecenter, cuya competencia se define por el grupo investigador como indirecta como se afirma anteriormente, los precios en cocinas integrales que ofrece esta empresa oscilan entre $700.000 y $2.500.000 de acuerdo a las especificaciones y requerimientos de cada cliente.

A continuación se presenta una figura de los servicios prestados por Home center a sus clientes:

Figura 2: Servicios prestados por home center

Fuente: http://portal.homecenter.com.co/servicios

Homecenter Sodimac significa Sociedad Distribuidora de Materiales de Construcción, es una cadena chilena que comercializa productos de la construcción, ferretería y mejoramiento del hogar, perteneciente al holding Falabella. Está presente en países como Chile, Perú, Colombia, Argentina, Uruguay y Brasil.

Sodimac se fundó en Chile en el año 1952, como una cooperativa abastecedora de empresas constructoras y que en los años 1980 se convirtió en una sociedad anónima. Actualmente, es una compañía del holding Falabella, que posee más de 100 tiendas en cinco países de Latinoamérica. La empresa se encuentra en proceso de expansión a nuevos países como Brasil.

Otra empresa definida por el grupo investigador que representa la competencia directa para J.E.M Diseños Exclusivos en Madera S.A.S es ArkoCocinas, a continuación se presenta la historia y productos que brinda en el sector.

- **ARKO COCINAS S.A.S**

ArkoCocinas es una empresa caleña, fundada en marzo de 2005 en un local en el barrio Guayaquil de Cali y se centró en la fabricación de cocinas integrales, closets, bibliotecas y otras soluciones para el hogar. Como resultado de un

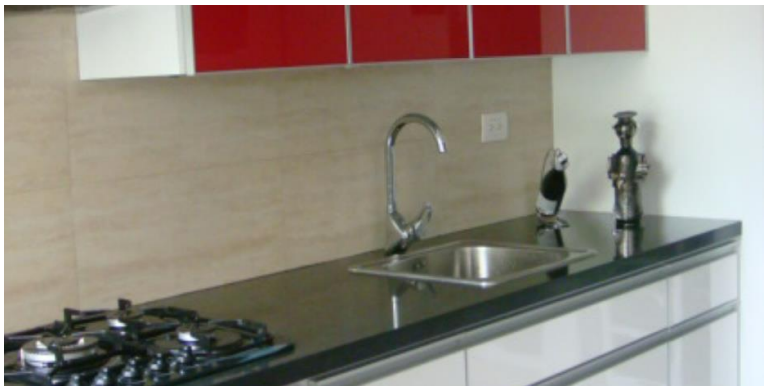
rápido crecimiento, en el mismo año se abrió una sala de exhibición en el barrio granada y se trasladó la fábrica al barrio Santander.

Es una empresa de diseño y manufactura de muebles con 15 años de experiencia que busca satisfacer las necesidades de los clientes asesorándolos y entregando un excelente producto con diseños vanguardistas y tradicionales elaborados con materiales de óptima calidad.

Diseñamos y fabricamos muebles para interiores, elaborados en materiales tales como MUF o Rh (resistente a la humedad), MDF, Madecor, Triplex decorativo, maderas macizas (cedro, pino, roble, granadillo, etc.) con acabados en poliuretano, enchapado en fórmica o en chapilla de madera, tintillas y termolaminados. Todo ensamblado con tornillos de acero drywall, bisagras en acero bidimensionales, sistema de riel metálico en cajones para un deslizamiento suave. También utilizamos accesorios importados (Arkococinas.com, 2015).

A continuación se presentan algunos diseños brindados por ArkoCocinas:

Figura 3: Diseños cocinas integrales ArkoCocinas



Fuente: http://images.locanto.com.co/1044936824/COCINAS-INTEGRALES-EN-CALI_2.jpg

Figura 4: Diseños cocinas integrales ArkoCocinas

Fuente: http://images.quebarato.com.co/T440x/cocinas%20integrales%20en%20cali%20cali%20valle%20del%20cauca%20colombia__A5FD84_1.jpg

Cocinas integrales: muebles elaborados con diseños modernos y tradicionales optimizando el espacio al máximo. Todo a su gusto y medida. Fabricadas en su interior en Rh o Muf (material hidrorepelente) con puertas y frentes en diferentes materiales (Arkococinas.com, 2015).

2.3.2.1 Competencia

Para Sánchez, Peón, y Ordás (1997), "La competitividad de la empresa es un fenómeno complejo, en cuya explicación intervienen factores de naturaleza diversa que podemos agrupar en dos amplias categorías: factores externos y factores internos a la empresa". (p 11)

Se identificaron en la ciudad de Santiago de Cali, las principales empresas vinculadas a la fabricación y comercialización de productos en madera, en el estudio de mercado que se realiza encontramos algunas de las empresas que se enfocan en algunos de los productos que la empresa en estudio manejara como son las cocinas integrales y puertas en madera:

- **HOMECENTER-SODIMAC**

Tomando como base el mismo tipo de producto, solo una (1) empresa anteriormente relacionada es competidora directa de esta empresa, la cual maneja el mismo tipo de producto que elabora y comercializa J.E.M Diseños

Exclusivos en Madera S.A.S, como lo son las cocinas integrales y puertas, por lo tanto en ellos enfocaremos nuestro análisis de competencia.

Para realizar el análisis de la competencia, consideramos importantes los siguientes aspectos:

- Productos de la competencia
- Precios de la competencia
- Ubicación de la competencia

➢ Productos de la competencia

Este cuadro lo que nos permite identificar es el tipo de producto que manejan nuestros competidores:

Cuadro 2: Producto y descripción de producto de la competencia

EMPRESA	PRODUCTO	DESCRIPCION DE PRODUCTO
HOMECENTER corona	Cocinas Integrales	Mueble inferior Scenic 1,20 con pozuelo y meson
	Puertas en Madera	Puerta pino maciza 0,81 X 2,03 mts 35 mm pino radiata

Fuente. Los autores

En la tabla anterior podemos observar los diferentes productos ofrecidos por la competencia.

➢ Precios de la competencia

Cuadro 3: Precios de la competencia

EMPRESA	PRODUCTO	DESCRIPCION DE PRODUCTO	PRECIO
HOMECENTER corona	Cocinas Integrales	Mueble inferior Scenic 1,20 con pozuelo y meson	$ 1.099.000
	Puertas en Madera	Puerta pino maciza 0,81 X 2,03 mts 35 mm pino radiata	$ 234.900

Fuente. Los autores

Este cuadro nos permite comparar los precios de los productos de la competencia.

Cuadro 4: Ubicación de la competencia

EMPRESA	ZONA	NUMERO DE PUNTOS
HOMECENTER corona	NORTE	1
	SUR	1

Fuente. Los autores

En el cuadro 4 logramos apreciar que la competencia se encuentra ubicada en 2 zonas de la ciudad, pero ninguna sede se encuentra en la misma zona donde J.E.M Diseños Exclusivos en Madera S.A.S se ubicará, por otro lado no abarca el mercado objetivo al que se enfoca la empresa ya que estos venden a distribuidores y clientes finales, asimismo la empresa en estudio se enfocará principalmente en las ocho constructoras más representativas del Municipio de Santiago de Cali.

2.4 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

Diario El tiempo (1998) expone que, “La cocina es uno de los principales ambientes sino el fundamental para calificar la comodidad de una casa o apartamento”. (párr. 1)

Las remodelaciones en las antiguas residencias, por ejemplo, giran o comienzan siempre por este ambiente. En las nuevas construcciones, los arquitectos las han diseñado con un concepto moderno. Por su parte, los decoradores de interiores hacen gala de creatividad con su decoración. (Diario El Tiempo, 1998, párr. 2)

La cocina integral se caracteriza por componer todo lo que una cocina tiene que llevar para ser funcional, adaptándose al espacio, a la funcionalidad, al diseño y con extrema facilidad de limpieza y orden estético.

Los materiales más utilizados en la elaboración de las cocinas integrales son: el triple, los aglomerados, la fórmica y la madera, los cuales son mezclados para darle satisfacción al cliente”

Hay opciones, en este aspecto con cubiertas en las cocinas como pos formado, acero inoxidable, granito natural; además corian y quasar (materiales sintéticos para elaboración de superficies solidas), que quedan conformados por resinas poliméricas y granitos naturales, además otras particularidades no usadas en Colombia con cerámicas y fórmica con bordes de madera.

Asimismo, de acuerdo a las preferencias y necesidades del cliente, a las cocinas integrales se les añade o incluye, entre distintos elementos, tarro de basura apropiado, canastillas para verduras, jabones, condimentos; cavas para vinos, bandejeros, paneras, depósitos de granos. De igual modo se le incorporan para mayor agrado horno eléctrico, horno microondas. En fin, se unen la tecnología eficaz con la belleza que da un buen diseño.

- **Materiales a utilizar**

Cuadro 5: Características técnicas del RH (Lamina De Madera Aglomerada)

RH	
Tipo	Tableros melaminicos
Medidas	Largo 2,44 metros x Ancho 1,83 metros
Espesor	15mm
Producto ecologico (si/no)	Si
Material	Madera aglomerada
Uso	Muebleria, molduras y arquitectura interior.
Color	Varios
Caracteristicas	Lámina de melamina resistente a la humedad, termo fundida al sustrato de madera, que forma una lámina compacta.

Fuente. http://www.homecenter.com.co/.

Cuadro 6: Características técnicas del triple.

TRIPLE	
Tipo	Triplex
Medidas	1,22 x 2,44 metros.
Espesor	4 mm
Producto ecologico (si/no)	Si
Material	Madera
Uso	Muebleria, molduras y arquitectura interior.
Color	Ukume
Caracteristicas	Lámina de triplex formada por un número impar de capas de maderas superpuestas con características de resistencia iguales o superiores a las de la misma madera.

Fuente. http://www.homecenter.com.co/.

Cuadro 7: Características técnicas insumos requeridos

	BISAGRA DE PARCHE	
	Tiempo aprobado en prueba de sal	24 horas
	Soporte del peso en kgs por puerta	2,9 kgs
	Velocidad de apertura	8 - 12 Ciclo/minutos
	RIEL FULL STATION	
	Acabado	Acero esmaltado o zindicado
	excell	450 mm zincada
	COLBON MADERA	
	Alta estabilidad , con alto nivel de aderencia	
	Todo tipo de madera con humedad relativa hasta del 15%	
	No se cristaliza	
	TORNILLOS PARA MADERA	
	Tamaño y calidad	DIN 97
	Rosca	3/4 de la lomgitud de espiga
	Acero inoxidable	Galbanizados
	PINO	
	Medidas	1,2 pg
	Metro cepillado	1,9 x 4,1 cm
	CEDRO	
	Cualidad	Ahuyentar a insectos y gusanos, y un olor peculiar
	Descripción	Su madera es una de las mejores.
	AMARILLO	
	Cualidad	su madera excesivamente dura y pesada.
	CLAVOS	
	Tipo	Puntilla hierrro
	Caracteristica	Clavos de gran resistencia al óxido, livianos, prácticos, alta calidad, con punta de gran entrada, durables, sólidos gracias al material que los hace compactos y resistentes al calor.
	Material	Acero inoxidable
	LACA - CELLADOR	
	Tamaño	Cuñete
	Caracteristica	Catalizador mezclador que permite obtener un producto de excelente resistencia aplicable sobre maderas y aglomerados.
	Color	Transparente
	MANIJAS	
	Tipo	Manijas y botones
	Medidas	12 mm de cuerpo a cuerpo, 9 mm de largo
	Cracteristicas	Manija en acero inoxidable, con diseño tubular delgado, resistente, fácil de instalar e ideal para muebles y gavetas.
	Materias	Acero inoxidable
	CHAPA	
	Tipo	Cerradura plomo
	Cartacteristica	Cerradura Acrilica, de alta resistencia y duración.
	Color	Acero inoxidable

Fuente. . http://www.homecenter.com.co/.

Figura 5: Cocina integral.

Fuente. Los autores

Cuadro 8: Ficha técnica cocina integral.

COCINA	JEM.0001
Linea de Producto	Cocina integral
Tamaño (L x A x AL) gabinete	4m x 60cm x 30 cm
Tamaño (L x A x AL) mueble de piso	4mx 60 cm x 75 cm
Tamaño (A x L x AL) Torre	2mx 50 cm x 60 cm
Peso (kg)	200
Color	Wengue - Chantilly
Material principal	RH Melamina
Acabados	Mate
Estilo	Moderno
Garantía del Producto	1 Año solo por defectos de fabricación.

Fuente. Los autores

Figura 6: Puerta entamborada en triple.

Fuente. http://img.archiexpo.com/images_ae/photo-g/folding-door-wood-4522-4467091.jpg

Cuadro 9: Ficha técnica puerta entamborada

PUERTA	JEM.0001A
Linea de Producto	Puerta entamborada
Tamaño (L x A x espesor)	2m x 85cm x 4cm
Peso (kg)	15
Color	Wengue
Material principal	Triples de 4mm
Acabados	Mate
Estilo	Moderno
Componentes	Marco y chapa
Garantía del Producto	1 Año solo por defectos de fabricación.

Fuente. Los autores

➢ DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Actualmente la tecnología permite llevar a cabo la realización de productos innovadores, y llevar consigo estilos de ambientes hogareños personalizados que reflejan rasgos de la personalidad de cada individuo, por ello J.E.M Diseños Exclusivos en Madera S.A.S, piensa en satisfacer la necesidad de cada persona de trasmitir originalidad y particularidad en cada estructura “tipo de cocina o puerta. Por otro lado el aspecto creativo será un valor de distinción

para la asesoría puesto que se recolectará información clave de cada cliente y se propondrá un diseño único y especial dependiendo de su personalidad, gusto y tendencia.

- **OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

Establecer un sondeo de los proveedores de cada constructora de este tipo de servicio/producto, precios establecidos, tipo de contrato y materiales a utilizar con el fin de emplear estrategias de mercadeo y ser aplicadas al proyecto hacia clientes reales y/o potenciales.

- **Tipos de estudio**

Investigación Cualitativa - Descriptiva

- **Técnicas para la recolección de datos**

Método: entrevista en profundidad.

- **Tamaño de la muestra poblacional**

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de entrevistas que se realizaron, se tomó en cuenta la siguiente información:

- El mercado objetivo, el cual estuvo conformado por las constructoras ubicadas en el municipio de Santiago de Cali determinada por la capacidad instalada de la empresa en estudio.

2.5 PLAN DE MERCADEO

2.5.1 Estrategia de precios

La estrategia de precios adoptada por el grupo investigador va direccionada a penetrar el mercado con un precio competitivo, a su vez generar valor agregado frente a los productos y el servicio prestado, por medio del plus de personalización de entornos, desde la asesoría de diseño de cocinas integrales y puertas elaboradas en madera, hasta la entrega de un producto elaborado con los más altos estándares de calidad, sin dejar de lado la responsabilidad social empresarial y sostenibilidad del proyecto.

Cuadro 10: Precio de venta de cocina integral y puerta en madera

PARAMETROS DE MARGENES BRUTOS				
	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
PUERTA ENTAMBORADA	120	272.900	20%	327.480
COCINA 2 Mts	40	1.126.000	20%	1.351.200

Fuente: Los Autores

2.5.2 Estrategia de producto

Los productos a ofrecer satisfacen muchas necesidades importantes, debido a que son artículos terminados, estos reflejarán un entorno más acogedor y elegante.

Los productos en madera se diferencian de los demás debido a la adaptabilidad y propuestas innovadoras que se pueden reflejar a través de este insumo, creando cocinas integrales y puertas con diseños exclusivos y al gusto del cliente.

Los productos tienen una garantía de un (1) año por defectos de fábrica.

2.5.3 Estrategia de venta

Venta directa: Con este tipo de venta se busca incentivar al cliente despertando el interés, utilizando como herramienta la tecnología y un asesor especializado quien se encarga de digitalizar la información y exponerla al cliente previamente a la orden de pedido, ello con el fin de socializar puntos de vista y garantizar un trabajo óptimo.

El servicio y producto que brindará la empresa J.E.M Diseños Exclusivos en Madera S.A.S está especialmente enfocado a las principales constructoras ubicadas en el Municipio de Santiago de Cali, la evolución inmobiliaria ha traído una gran demanda de nuevos espacios la cual ha abierto puertas a nuevos desarrollos en las constructoras, es por ello que la empresa en estudio trabajará con este sector con el cual se negociará y se llevarán a cabo alianzas comerciales sostenibles.

La estrategia de venta se verá enfocada en la realización de paquetes completos de elaboración de puertas y cocinas en cada inmueble, abarcando la totalidad de dichas viviendas de los proyectos llevados a cabo por las constructoras, con el fin de masificar la productividad y encontrar una reducción de costes considerada para poder así mismo estar por debajo de la competencia y brindar al cliente una simetría en la personalización de los complejos residenciales.

2.5.4 Estrategia promocional

Cuadro 11: Publicidad preoperativa

PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PUBLICIDAD			
Tarjeta de Presentación	500	34	17.816
Volantes	500	12	6.288
Pendon	2	18.000	37.728
Catalogo	2	60.000	125.760
Portafolio virtual	1	65.000	68.120
Pagina web	1	235.000	246.280
TOTAL PUBLICIDAD			501.992
TOTAL GASTOS DE VENTA			501.992

Fuente: Autores

Asimismo, el grupo investigador considera importante la participación en ferias, en donde se expongan los diferentes insumos a implementar, las propuestas innovadoras que se pueden adaptar y los atrayentes para el sector de la construcción, además brindar souvenirs a los representantes de las constructoras en dichos eventos.

2.5.5 Estrategia de distribución

J.E.M Diseños Exclusivos en Madera S.A.S, estará ubicada en la Ciudad de Santiago de Cali inicialmente, el proyecto llevará a cabo la implementación del CRM que concierne a las siglas Customer Relationship Management, gestión de las relaciones con el cliente, lo cual no es una nueva filosofía de trabajo u organización, sino el resultado de unir las antiguas técnicas comerciales de los pequeños establecimientos, con la tecnología de la información. El objetivo del CRM es disponer en cualquier momento de toda la información sobre cualquier cliente, tanto para satisfacer las necesidades del cliente, como para adquirir estudios de mercado que permitan unas mejores estrategias comerciales, por ende se conocerá el historial de compra, las tendencias de cada cliente, y el tipo de canal de distribución al que pertenece, obteniendo un constante manejo de información oportuna de lo que quiere en una próxima visita. Por otro lado el canal de distribución será directo debido al no manejo de intermediarios para

realizar todo el proceso de comercialización con las constructoras aliadas ubicadas en el Municipio de Santiago de Cali

El grupo investigador tercearizará el transporte el cual realizará el traslado y entrega del producto final hasta el punto de ensamble definido por las constructoras aliadas.

2.6 POLÍTICAS DE SERVICIOS

Las políticas de servicio serán el instrumento para evaluar, retroalimentar, innovar y mejorar constantemente toda la cadena de valor. El horario de atención será de 8:00 am a 6:00 pm, los tipos de servicio a utilizar involucran procesos con estándares de calidad sostenibles desde el diseño hasta la fabricación del producto final, con el fin de obtener como resultado una relación con el cliente a largo plazo. Además se involucrará al cliente con la tecnología, el arte y el diseño.

- **Formas de pago**

La forma de pago será evaluada según el nivel de demanda del bien a ofrecer y sujetas a las políticas internas de cada constructora. Por lo regular se manejan anticipos del 50%.

2.7 TÁCTICAS DE VENTA

El equipo de trabajo se caracterizará por brindar su conocimiento especializado al cliente en las diferentes áreas organizacionales, con el fin de realizar una labor profesional concreta valiosa y satisfactoria para cada cliente, con labores específicas y calificadas sin dejar de lado el propósito colectivo empresarial de satisfacer las diferentes necesidades.

3 ESTUDIO TÉCNICO OPERATIVO

Consiste en el análisis del proceso de producción de un bien o la prestación de un servicio donde se involucran aspectos como son: las materias primas a utilizar, mano de obra, maquinaria, tecnología etc.

El punto de fabricación y/o producción de corte y ensamble contará con un espacio acorde a su infraestructura de producción y oficina administrativa con óptimas condiciones en sus instalaciones contando con todos los servicios básicos de energía, teléfono. Se tendrán en cuenta las normas exigidas por el gobierno de seguridad industrial con el fin de enfatizar en la calidad de cada uno de los procesos.

Para el servicio de diseño, producción de estructuras tanto de las cocinas integrales como de puertas, gestión de control de calidad y entrega del producto final se tendrá en cuenta el talento humano, la materia prima, la maquinaria, las zonas de almacenamiento, empaque y transporte hasta el lugar donde se esté llevando a cabo la obra o proyecto de vivienda según contrato, este último siendo un servicio outsourcing o tercearizado por la compañía con fines de reducción de carga administrativa y enfoque claro de valores innovadores frente al producto.

El tamaño considerado para las instalaciones es de 10mts de frente, 30 Mts de fondo y 4 Mts de alto.

3.1 INGENIERA DEL PROYECTO

3.1.1 El Producto

La viabilidad del proyecto se centra en la fabricación y comercialización de cocinas integrales y puertas en madera personalizadas, se complementa con la exclusividad de cada uno de los productos, la calidad y garantía de cada uno de ellos.

La cocina integral se caracteriza como su nombre lo dice por integrar todo lo que una cocina tiene que llevar para ser funcional y preparada para la vida moderna que adapte al espacio, a la funcionalidad, al diseño y con extrema

facilidad de limpieza y orden estético. Las materias primas utilizadas para la elaboración de las actuales cocinas integrales brindan ergonomía, mayor espacio de almacenamiento, optimización de espacios interiores y una amplia línea de diseños e insumos de alta calidad para la elaboración de estas.

Asimismo son adaptables al presupuesto década proyecto llevado a cabo por las constructoras, en especial cuando se trata de llevar a cabo proyectos de vivienda de interés social y de NO interés social.

Característica del producto y del servicio

El servicio de personalización de cocinas integrales y puertas en madera, se caracteriza por brindar diseños auténticos con valores agregados como la amplia gama de colores y diversidad en materia prima además de la alta calidad de los insumos a disposición de los clientes, por otro lado una asesoría personalizada para cada constructora con el fin de cumplir los requerimientos exigidos por cada proyecto, presupuesto y cronograma de cumplimiento de entregas, piezas claves para el éxito de futuros contratos y distinción de **J.E.M DISEÑOS EXCLUSIVOS EN MADERA S.A.S.**

Producto:

Cocinas integrales personalizadas y puertas en madera con diseños exclusivos.

Servicio:

Diseño y asesoría especializada.

Tamaños: Puertas con medidas estandarizadas y cocinas con medidas según estándares de cada proyecto de vivienda llevado a cabo por la constructora.

Colores: amplia gama de colores.

3.1.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto

Servicio de asesoramiento, diseño, producción y comercialización de cocinas integrales personalizadas y puertas exclusivas elaboradas en madera, teniendo en cuenta que se prestara un servicio intangible de diseño y al mismo tiempo su producto final será un bien de clasificación tangible perdurable como lo es la madera, se deberá satisfacer al cliente mostrando habilidades humanas con un enfoque competitivo y con valor diferencial frente a los competidores existentes en el mercado.

3.1.2.1 Elementos que conforman los productos

Cuadro 12: Elementos que conforman el producto

	BISAGRA DE PARCHE	
	Tiempo aprobado en prueba de sal	24 horas
	Soporte del peso en kgs por puerta	2,9 kgs
	Velocidad de apertura	8 - 12 Ciclo/minutos
	RIEL FULL STATION	
	Acabado	Acero esmaltado o zindicado
	excell	450 mm zincada
	COLBON MADERA	
	Alta estabilidad , con alto nivel de aderencia	
	Todo tipo de madera con humedad relativa hasta del 15%	
	No se cristaliza	
	TORNILLOS PARA MADERA	
	Tamaño y calidad	DIN 97
	Rosca	3/4 de la lomgitud de espiga
	Acero inoxidable	Galbanizados
	PINO	
	Medidas	1,2 pg
	Metro cepillado	1,9 x 4,1 cm
	CEDRO	
	Cualidad	Ahuyentar a insectos y gusanos, y un olor peculiar
	Descripción	Su madera es una de las mejores.
	AMARILLO	
	Cualidad	su madera excesivamente dura y pesada.
	CLAVOS	
	Tipo	Puntilla hierrro
	Caracteristica	Clavos de gran resistencia al óxido, livianos, prácticos, alta calidad, con punta de gran entrada, durables, sólidos gracias al material que los hace compactos y resistentes al calor.
	Material	Acero inoxidable
	LACA - CELLADOR	
	Tamaño	Cuñete
	Caracteristica	Catalizador mezclador que permite obtener un producto de excelente resistencia aplicable sobre maderas y aglomerados.
	Color	Transparente
	MANIJAS	
	Tipo	Manijas y botones
	Medidas	12 mm de cuerpo a cuerpo, 9 mm de largo
	Cracteristicas	Manija en acero inoxidable, con diseño tubular delgado, resistente, fácil de instalar e ideal para muebles y gavetas.
	Materias	Acero inoxidable
	CHAPA	
	Tipo	Cerradura plomo
	Cartacteristica	Cerradura Acrilica, de alta resistencia y duración.
	Color	Acero inoxidable

Fuente: autores

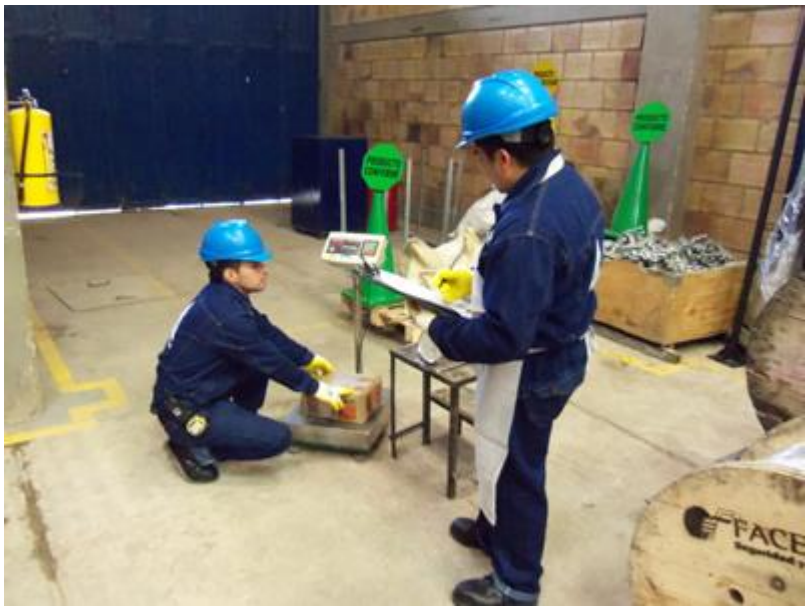
3.1.2.2 Descomposición del producto

- **ASESORÍA PERSONALIZADA**

Figura 7: Descomposición del servicio de asesoría, diseño y producción de cocinas integrales y puertas en madera personalizadas.

Fuente:
http://www.emprendedores.es/var/em/storage/images/crear_una_empresa/licencias_de_apertura_y_tramites/licencias2/582523-1-esl-ES/licencias2_ampliacion.jpg

➢ RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA



Fuente: http://indesa.co/imagenes/por/recepcion2.jpg

➢ CORTE DE MATERIA PRIMA

Figura 8: Corte de materia prima

Fuente: http://madetriplexbogota.com/getimage.php?s=4&pr=1&id=1363561&l=176528/pic15.jpg

➢ BODEGAJE

Figura 9: Bodegaje

Fuente: http://www.multimudanzascargo.com/wp-content/uploads/2015/01/bodegaje7.jpg

➢ DISTRIBUCIÓN

Figura 10: Distribución

Fuente: http://www.terrasse-nature.com/Files/25514/Img/05/camion-avec-chariot-elevateur.jpg

➢ EMSAMBLE E INSTALACION EN INMUEBLE

Figura 11: Emsamble e instalacion en inmueble

Fuente:
http://cdn1.glgcdn.com/tim/w130/h130/z1/crespuestario_com/shttp%3A%2F%2Fgloballeadsgroup.demand.production.s3.amazonaws.com%2F00000137-0ac3-d8e5-284c-df2c08a141db.jpeg

➢ ENTREGA DEL PRODUCTO FINAL

Figura 12: Entrega del producto final

Fuente: Autores

Fuente: Autores

Fuente: Autores

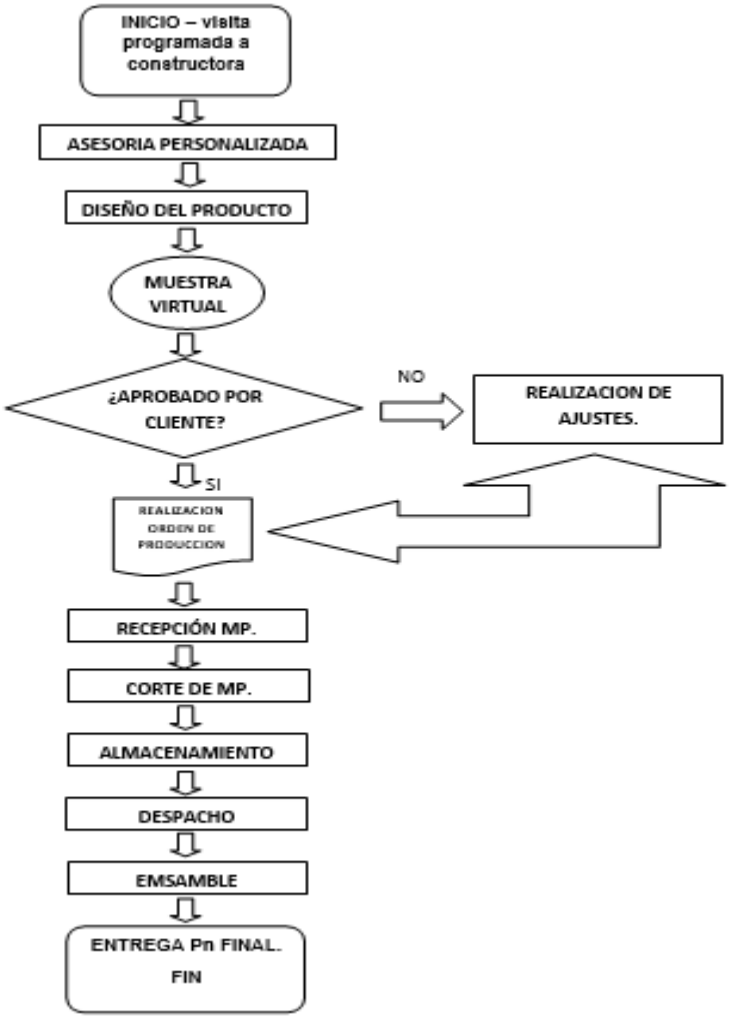
3.1.3 Diagramas y planes de desarrollo

Para obtener resultados en el desarrollo de las actividades es necesario tener en cuenta los procesos principales u objetivos de servicio, también conocer el consumidor y sus preferencias, aplicando las técnicas que optimizan recursos.

- Flujo en línea: Recepción materia prima, corte, almacenamiento y despacho.

➢ **Diagramas de bloques**

Figura 13: Flujo grama del proceso de la elaboración de cocinas integrales y puertas en madera.



Fuente: Autores

3.1.4 Tecnología

Cuadro 13: Software y licencias

INVERSION INICIAL EN PESOS J.E.M S.A.S			
SOFTWARE Y LICENCIAS	**CANTIDAD**	**VALOR**	**VALOR**
Paquete de office (Software y Licencia)	1	2.500.000	2.500.000
Solidworks	1	900.000	900.000
SIIGO PROGRAMA CONTABLE	1	500.000	500.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			**3.900.000**

Fuente: Autores

- **Software**

El software de diseño que se utilizará para llevar a cabo la elaboración del bosquejo previo a la producción de cada cocina integral y/o puerta será el solidworks 2014, este programa permite trabajar en varios modos de visualización simulando así un producto final reflejado en pantalla, además permite añadir colores y formas para dar un aspecto diferente y brindar variadas alternativas al cliente.

- **SIIGO estándar**

Es un Software Genérico Administrativo, que registra las operaciones de la Empresa y en general, todos los aspectos relacionados con la Administración de Negocios.

SIIGO Estándar ofrece diez y seis (16) módulos básicos

Elaboración de documentos, contabilidad general, cuentas por cobrar, gestión de recaudo, cuentas por pagar, activos fijos, presupuesto, gestión de tesorería, inventarios, órdenes de pedidos, ordenes de compras, ventas, gestión de clientes, el inteligente y el gerente el auditor.

Cuadro 14: Tecnología

INVERSION INICIAL EN PESOS J.E.M S.A.S			
ACTIVOS FIJOS			
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Impresora Multifuncional	1	150.000	150.000
Ipad	3	850.000	2.550.000
Computador Lenovo 14"	2	800.000	1.600.000
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			4.300.000

Fuente: Autores

3.1.5 Selección del equipo

3.1.5.1 Maquinaria y equipos

Cuadro 15: Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sierra	2	130.000	260.000
Ruteadora	2	345.000	690.000
Caladora	2	110.000	220.000
Compresor	1	180.000	180.000
Banco de Madera	3	200.000	600.000
Puntilladora Neumatica	1	135.000	135.000
Lijadora de banda	2	155.000	310.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			2.395.000

Fuente: Autores

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La macro localización y micro localización son aspectos de gran importancia que afectan directa o indirectamente el desarrollo de la actividad. Se debe establecer una ubicación estratégica que permita optimizar tiempo, recursos y garantizar que se dispondrá de los insumos en el momento que es requerido.

Cuadro 16: Macro-Micro localización.

Macro localización	
País	Colombia
Departamento	Valle del cauca
municipio	Santiago de Cali

Micro localización	
Municipio	Santiago de cali
Comuna	7
Barrio	alfonzo lopez

Fuente: Autores

3.2.1 Macro localización

País:

- ✓ Colombia
- ✓ Departamento. Valle del Cauca
- ✓ Región. Andina

Ubicación:

- ✓ Latitud 03º04’02’’
- ✓ Longitud 72º42’27’’
- ✓ Densidad**:** 204.31 Hab/Km2
- ✓ Temperatura 24° C
- ✓ Superficie 22.140 km2
- ✓ Población 4.052.535

Vías de comunicación

El Departamento del Valle del cauca centra su sistema vial en el eje norte - sur que hace parte de la carretera Panamericana y recorre el área plana de su territorio con bifurcaciones hacia Buenaventura, en el litoral Pacífico, y varios ramales que comunican al departamento con Bogotá D.C, Armenia, Ibagué,

Neiva, Pereira, Medellín y Popayán; todos los Municipios se comunican por carretera con las ciudades principales del departamento, con el área integrada de Cali y las ciudades más importantes del país. Buenaventura constituye el principal puerto colombiano, situado sobre el océano Pacífico, hasta donde pueden llegar embarcaciones de gran calado, contando para ello con buenas condiciones naturales y adecuadas instalaciones portuarias y es manejado por la Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura S.A. El río Cauca permite la navegación de pequeñas embarcaciones; no obstante, este medio de transporte es poco utilizado.

El departamento cuenta con una red aeroportuaria localizada en los Municipios de Palmira, Buenaventura, Cartago y Tuluá. El aeropuerto internacional "Bonilla Aragón", localizado en el Municipio de Palmira y que presta el servicio aéreo al área integrada de Cali, es uno de los de mayor movimiento en el país tanto de pasajeros como de carga.

Lo anteriormente expuesto se considera información relevante para el proyecto, ya que se refleja en el Departamento del Valle del Cauca, lugar en donde se llevará a cabo la macro localización del presente estudio, un sistema vial estructurado el cual cuenta con amplios canales de comunicación marítimos, terrestres y aéreos, objeto clave para la obtención de materias primas y/o insumos a requerir, contribuyendo al mejoramiento interno de la organización en aspectos como las entregas de producto final en tiempos pactados con los clientes.

Figura 14: Macro localización

Fuente: http://3.bp.blogspot.com/-UOl0XsAYRJk/UpzJDieTsWI/AAAAAAAAAZE/itOrdmjWIX0/s640/gr4.png

3.2.2 Micro localización

Para el estudio de micro localización del proyecto se tuvo en cuenta variables económicas, de infraestructura, sociales, laborales y operacionales, las cuales fueron divididas en elementos relevantes, que se sometieron a una técnica de medición indirecta que se conoce como toma de decisiones bajo objetivos múltiples.

COMPOSICIÓN, UBICACIÓN Y ASPECTOS DEMOGRÁFICOS.

La comuna 7 se encuentra en el oriente de la ciudad. Limita por el sur con las comunas 13, 14 y 21; por el suroriente con las comunas 4 y 5; y por el occidente con las comunas 2 y 4. La comuna 7 cubre el 4,1% del área total del municipio de Santiago Cali con 498,8 hectáreas, que en términos comparativos corresponde aproximadamente al área promedio por comuna de la capital vallecaucana. La comuna 7 está compuesta por diez barrios y cuatro urbanizaciones o sectores. Comparativamente, esta comuna cuenta con el 4% de barrios de toda la ciudad. Las urbanizaciones y sectores de esta comuna corresponden al 3,4% del total. Por otro lado, esta comuna posee 864 manzanas, es decir el 3,5% del total de manzanas en toda la ciudad. (Alonso, Arcos, Solano, Llanos, & Gallego, 2007, p. 38)

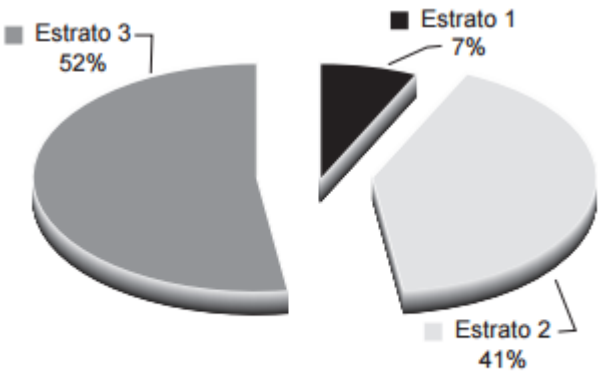
Esta comuna cuenta con 12.921 predios construidos, y es la dieciseisava comuna con mayor número de predios, y representa el 2,7% del total de la

ciudad. Está conformada por 17.784 viviendas, lo cual corresponde al 3,5% del total de viviendas de la capital vallecaucana. Así, el número de viviendas por hectárea es 35,7, cifra inferior a la densidad de viviendas para el total de la ciudad que es de 41,7 viviendas por hectárea. (Alonso et al., 2007, p. 38)

ESTRATIFICACIÓN

En cuanto a la estratificación de las viviendas de esta comuna, se observa que el estrato más común es el 3 (estrato moda), cualidad que comparte con la totalidad de la ciudad. Como se puede observar en la figura 6, el estrato 3 es aquel que presenta una mayor proporción del total de lados de manzanas de esta comuna. En los estratos 1 y 2 se concentra el 48% de todos los lados de manzanas de la comuna. (Alonso et al., 2007, p. 39)

Figura 15: Distribución estratos comuna 7.



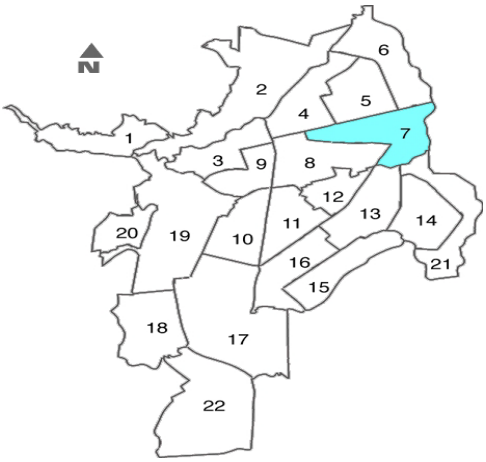
Fuente: (Departamento administrativo de planeación municipal, 2005)

La anterior información es relevante para el proyecto puesto que, la estratificación a la cual pertenece el punto donde se llevará a cabo el montaje de la planta de producción es el dos (2), definido por el grupo de trabajo con fines de optimización de recursos financieros y por ende de gastos administrativos contemplados en la inversión inicial.

ASPECTOS ECONÓMICOS.

De acuerdo con el Censo Económico de 2005, el 3,1% de las unidades económicas de la ciudad se encontraba en esta comuna, de las cuales 8,9% pertenecen al sector industria, 66,7% al sector comercio y 24,4% al sector servicios. Esta composición es consecuente con el total de la ciudad donde el comercio predomina, representando el 60,4% de todas las unidades económicas. Así, está comuna presenta una vocación mayor que toda la ciudad hacia el comercio. (Alonso et al., 2007, p. 40)

Figura 16: Micro localización.



Fuente: (Departamento administrativo de planeación municipal, 2005)

J.E.M Diseños Exclusivos En Madera S.A.S, estará ubicada en el Barrio Alfonzo López III Etapa, el cual pertenece a la comuna 7 de la ciudad de Santiago de Cali. El grupo investigador define la localización de la planta de producción teniendo en cuenta aspectos importantes tales como; facilidades de distribución, localización del mercado objetivo, cercanía a carreteras, centros de salud, disminución de gastos administrativos debido a la estratificación del sector y buenas condiciones climáticas que hacen que los procesos de producción y almacenamiento se lleven a cabo bajo altos estándares de calidad y condiciones laborales apropiadas.

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.3.1 Capacidad instalada

La capacidad instalada consiste en el volumen de producción que puede obtenerse durante un determinado tiempo, pero también depende del conjunto de bienes de capital que la empresa posee.

La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto: demanda, disponibilidad de insumos, localización y plan estratégico comercial de desarrollo futuro de la empresa que se crearía con el proyecto, entre otras cosas. A continuación se presenta la demanda estimada a partir de la capacidad instalada determinada por la contratación de cinco operarios y la maquinaria a adquirir para el proceso de producción de cocinas integrales y puertas elaboradas en madera.

Cuadro 17: Participación en el mercado – cocinas integrales

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO - COCINAS INTEGRALES	
http://camacol.co/informacion-economica/cifras-sectoriales/construccion-en-cifras	
No. Total de viviendas nuevas a construir en la Ciudad - Cali (2016)	9.600
Total proyectos a impactar	480
Constructoras dispuestas a contratar realizacion de cocinas integrales	4
Frecuencia de compra (Año)	1
Cantidad de cocinas dispuestos a comprar (Año)	480
Cantidad productos (Mes) Según capacidad instalada	40
Cantidades a elaborar por Dia Según capacidad instalada	2
Participacion en el mercado deseada	5,0%

Fuente: Autores

Cuadro 18: Participación en el mercado – puertas en madera

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO - PUERTAS EN MADERA	
http://camacol.co/informacion-economica/cifras-sectoriales/construccion-en-cifras	
No. Total de viviendas nuevas a construir en la Ciudad - Cali (2016)	9.600
Total proyectos a impactar	480
Constructoras dispuestas a contratar realizacion de puertas en madera	4
Frecuencia de compra (Año)	1
Cantidad de puertas entamboradas dispuestos a comprar (Año)	1.440
Cantidad productos (Mes) Según capacidad instalada	120
Cantidades a elaborar por Dia Según capacidad instalada	5
Participacion en el mercado deseada	5,0%

Fuente: Autores

La cantidad demandada proyectada a futuro es quizás el factor condicionante más importante del tamaño, aunque este no necesariamente deberá definirse en función de un crecimiento esperado del mercado, ya que, el nivel óptimo de operación no siempre será el que se maximice las ventas. Aunque el tamaño puede ir adecuándose a mayores requerimientos de operación para enfrentar un mercado creciente, es necesario que se evalué esa opción contra la de definir un tamaño con una capacidad ociosa inicial que posibilite responder en forma oportuna a una demanda creciente en el tiempo.

Hay tres situaciones básicas del tamaño que pueden identificarse respecto al mercado:

Aquella en la cual la cantidad demandada sea claramente menor que la menor de las unidades productoras posibles de instalar, aquella en la cual la cantidad demandada sea igual a la capacidad mínima que se puede instalar, aquella en la cual la cantidad demandada sea superior a la mayor de las unidades productoras posibles de instalar.

Para medir esto se define la función de demanda con la cual se enfrenta el proyecto en estudio y se analizan sus proyecciones futuras con el objeto de que el tamaño no solo responda a una situación coyuntural de corto plazo, sino que se optimice frente al dinamismo de la demanda.

4 ESTUDIO ORGANIZACIONALY LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

J.E.M Diseños Exclusivos en Madera S.A.S será una empresa dedicada a brindar servicios de asesoría especializada en diseño, producción y comercialización de cocinas integrales y puertas elaboradas en madera, con los más altos estándares de calidad, con el fin de conquistar el sector de la construcción en la ciudad de Santiago de Cali.

La empresa y/o planta de producción estará ubicada en el barrio Alfonzo López III Etapa perteneciente a la comuna 7 de la ciudad de Santiago de Cali, este servicio estará dirigido a las principales constructoras que llevan a cabo el 53% de los proyectos de viviendas nuevas en la ciudad, entre tanto se posicionan obras estratificadas entre 3, 4, 5 y 6 con un estándar en medidas internas para cada proyecto.

Se propondrá un estilo exclusivo y personalizado tanto en el servicio como en los procesos de producción, abarcando la demanda de cocinas integrales y puertas, todo lo anterior en madera, además de brindar alternativas de accesorios con tendencias innovadoras teniendo en cuenta detalles, colores, texturas de calidad y diseño autentico con ayuda tecnológica de punta durante dicho proceso de comercialización.

4.1.1 Misión

Somos una empresa enfocada en brindar un servicio integral al cubrir las necesidades y expectativas de nuestros clientes, mediante el ofrecimiento de cocinas integrales y puertas en madera con diseños exclusivos, la mejor calidad, el personal capacitado, actitud de servicio, mejora continua, sostenibilidad, trabajo en equipo y liderazgo partiendo de nuestros valores y principios éticos.

4.1.2 Visión

Ser reconocidos como una empresa líder en el mercado de cocinas integrales y puertas elaboradas en madera, siendo competitiva por sus productos con diseños innovadores, con el fin de lograr un crecimiento económico sostenible en el tiempo, desarrollo integral para sus colaboradores, responsabilidad social, ambiental, y contribución a la construcción de un mejor presente.

4.1.3 Valores corporativos

- Amabilidad.
- Respeto.
- Responsabilidad, asumir las consecuencias de actos y apropiarse del puesto de trabajo.
- Honestidad.
- Tolerancia.
- Creatividad.

Figura 17: Logotipo

Fuente: Autores

4.1.4 Filosofía de trabajo

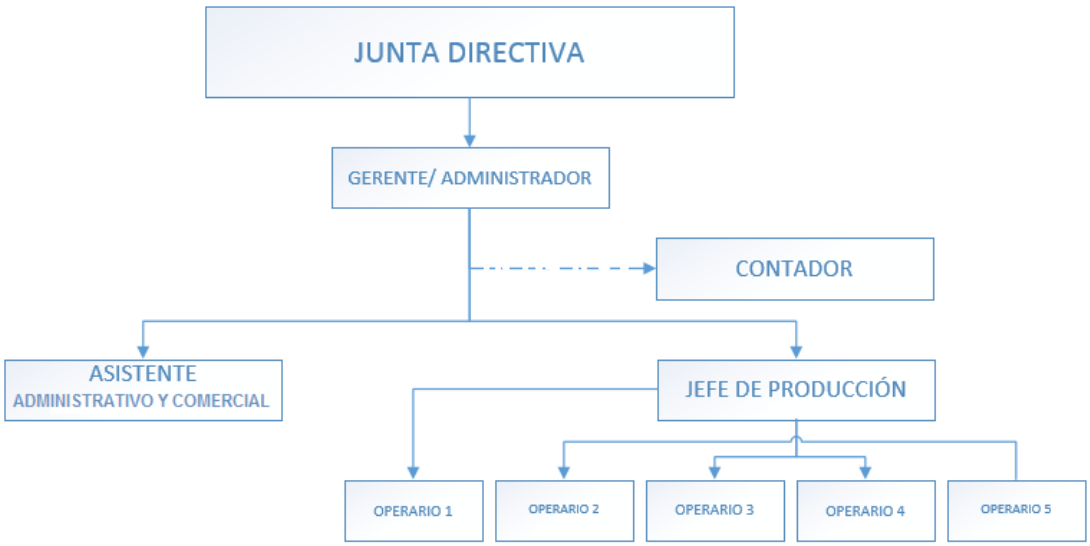
La responsabilidad social que la empresa en estudio tiene está enfocada en brindar apoyo a las madres cabezas de hogar de la comunidad de la comuna 7 de la ciudad de Cali, allí se propondrán espacios de acompañamiento y asesoría en la realización de souvenirs (decoraciones de espacios) en madera para la venta de los mismos en diferentes lugares de la ciudad, brindándole así a cada una de ellas la oportunidad de tener un ingreso económico estable y darle mejor uso a los retales o sobrantes de materia prima.

4.1.5 Competencias organizacionales

El administrador actúa como representante de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad con base en los parámetros fijados por la casa matriz. Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, junto con los demás departamentos funcionales, este planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización. Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área técnica y de aplicación de nuestros productos y servicios. Es la imagen de la empresa en el ámbito externo e internacional, provee de contactos y relaciones empresariales a la organización con el objetivo de establecer negocios a largo plazo, tanto de forma local como a nivel internacional. Su objetivo principal es el de crear un valor agregado con base en los productos y servicios que ofrecemos, maximizando el valor de la empresa para los accionistas.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 18: Organigrama



Fuente: Autores

El proyecto cuenta con un organigrama general que permite analizar la estructura de la organización para informar y ofrecer datos que caracteriza en general la empresa. El organigrama cuenta con la descripción por nombres de los cargos que se desempeñaran. En él se muestra de una forma jerárquica el nivel y la relación existente entre ellos.

4.2.1 Descripción de puestos

- **NOMBRE DEL PUESTO**

Gerente / Administrador

REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Edad: 30 a 45 años

Sexo: No aplica

Estado civil: no aplicada

FORMACIONES PROFESIONALES

Profesional en administración de empresas.

EXPERIENCIA REQUERIDA

2 a 5 años

RESPONSABILIDADES

- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.

- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.

- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.

MANUAL DE FUNCIONES

- Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente.

- Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.

- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.

- Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.

- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.

- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).

- Otra de sus funciones es supervisar constantemente los indicadores de la actividad de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas, encaminadas a lograr un mejor desempeño de la empresa.

- Mantiene contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías o materias primas, insumos y productos más adecuados.

- Decide cuando un nuevo producto ha de ingresar al mercado.

- Se encarga de la contratación y despido de personal.

- Está autorizado a firmar los cheques de la compañía, sin límite de monto.

Cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. deben contar con su aprobación.

CONDICIONES DE TRABAJO

- Cumplimiento en los horarios laborales establecidos por la empresa.
- No padecer de problemas físicos y/o mentales que le impidan el buen funcionamiento y desempeño en sus funciones y obligaciones laborales

- Estar dispuesto o soportar el trabajo bajo presión
- Presentar los informes e indicadores solicitado por la gerencia y cuando sean requeridos, con información oportuna, precisa consistente y veraz.

➢ **NOMBRE DEL PUESTO**

Asistente ad/tivo/ comercial.

El perfil comercial y de costos describe el conjunto de rasgos y cualidades que debe tener el comercial para lograr buenos resultados en la zona o sector de ventas que le ha sido asignado para vender los productos o servicios que la empresa comercializa así como el manejo de cartera de sus clientes.

RESPONSABILIDADES

- Verificar los nuevos productos del mercado para comercializar y darles al público un buen beneficio.
- Análisis del volumen de venta, costos y utilidades.
- Conocer las necesidades de diferentes tipos de clientes.
- Impulsar la apertura a nuevos mercados y cuentas.
- Coordinar y aumentar el porcentaje de ventas en función del plan estratégico organizacional.

CONDICIONES DE TRABAJO

- Movilización propia.
- Disponibilidad para trasladarse dentro del país.
- Edad entre 20 a 45 años.
- Manejo de personal y actitud de líder.
- Excelente presentación personal.
- Conocimiento del cargo
- Elaboración de estrategias comerciales
- Iniciativa propia.
- Trabajo bajo presión.

- **NOMBRE DEL PUESTO**

Jefe de producción.

DEPARTAMENTO

Producción.

Es el encargado de coordinar la producción y la programación del trabajo en el área de producción para cumplir con los pedidos, así como del traslado de los mismos al lugar de instalación o almacenaje.

JEFE INMEDIATO

Gerente general.

RESPONSABILIDADES

- Recibir los pedidos de los clientes, la materia prima a utilizar todo esto en la empresa.
- Supervisar y controlar forma adecuada la calidad de los productos que se instala a los clientes.
- Reportar al gerente general la calidad de la materia prima que los proveedores entregan.
- Escribir diariamente en la pizarra de avisos, los pedidos que hay que entregar con las especificaciones correspondientes para cada uno de ellos.
- Guardar la confidencialidad de la información de ventas, métodos y materiales utilizados por la empresa
- Trabajar siempre en equipo con sus compañeros de trabajo y superiores inmediatos.
- Mantener buenas relaciones internas con sus compañeros de trabajo y superiores.
- Velar siempre porque los materiales, maquinaria e implementos que se utilizan para la fabricación de los productos, sea usen adecuada y responsablemente.

CONDICIONES DE TRABAJO

- Disponibilidad para el cumplimiento de los dos turnos laborales establecidos por la empresa.
- En caso de daño de la materia prima al momento de la producción y si la misma no tiene forma de arreglo, el costo de la materia prima será su responsabilidad y por ende asumirá el costo de la misma.
- No padecer de problemas físicos que le impida el estar siempre en movimiento o desplazamiento constante.
- Estar dispuesto o soportar el trabajo bajo presión.

➢ **NOMBRE DEL PUESTO**

Auxiliar de producción / Operario

DEPARTAMENTO

Producción.

Es el encargado de auxiliar al jefe de producción en la realización y supervisando la calidad de los muebles en madera que se entregaran a los clientes así como de la materia prima que se utiliza.

JEFE INMEDIATO

Jefe de producción.

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

El modelo de reclutamiento del personal que adoptará la empresa en estudio será el modelo de reclutamiento externo, ya que es una empresa nueva y se necesita tener gran captación de aspirantes para escoger el más capacitado y eficiente.

Este reclutamiento se hará por medio de diferentes agencias de empleo con el fin de obtener el máximo de candidatos posibles, algunas de estas son:

- Computrabajo
- Adecco
- El empleo.com
- Eficacia

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL

4.4.1 Solicitud de empleo

Al momento de la solicitud del empleo deberán diligenciar un formulario y adjuntar la hoja de vida con foto y en formato PDF; todos los campos del formulario serán obligatorios para tener una información veraz de cada uno de los candidatos; los campos serán los siguientes: Nombres completos, nivel educativo, experiencia laboral, antigua empresa donde laboró, tiempo laborado, cargo a desempeñar y porqué le gustaría hacer parte de J.E.M Diseños Exclusivos en Madera S.A.S.

4.4.2 Entrevista

El tipo de entrevista que se utilizará será la mixta, ya que es una de las más utilizadas como herramienta para llevar a cabo la elaboración de preguntas estructuradas y no estructuradas.

El encargado de realizar la entrevista será el Administrador, él está en toda la autoridad para hacerlo; la información que de desea obtener por este medio, es saber que tan calificado está el candidato para formar parte de la empresa, y cuáles son sus habilidades, cualidades y defectos.

4.4.3 Exámenes

- **Pruebas psicométricas**

Para la selección del personal se realizarán pruebas psicométricas la herramienta más utilizada es el test WARTEGG; con este test se podrá saber el estado emocional y su comportamiento, es decir se analizará su conducta en el ámbito laboral y personal. Esta prueba estará a cargo del

Gerente/Administrador, es quien estará en el acompañamiento al momento de presentar la prueba, y será él en encargado de analizar los resultados y seleccionar las posibles vacantes para el cargo, este será quien tome la última decisión de quien sigue en el proceso de selección y quien no, además deberá seleccionar el aspirante que más se acople al cargo.

- Los exámenes médicos de ingreso del personal se llevarán a cabo por una entidad especializada encargada de realizar este tipo de exámenes ocupacionales, se direccionará al candidato a este lugar.

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

4.5.1 Contratación

Para la contratación del personal se eligieron estos tipos de contrataciones.

Contrato a término fijo: Es aquel que tiene un límite en el tiempo. Las partes determinan exactamente la fecha en que ha de terminarse el contrato. Anteriormente, no podían ser inferiores a un año, salvo ciertas circunstancias de las empresas como reemplazos temporales de trabajadores por licencias, vacaciones etc. A partir de 1991, en aras del principio de la flexibilidad laboral se permite suscribir contratos a término fijo inferiores a un año, por cualquier periodo.

La ley 50 de 1990 desaparece el tope mínimo de un año, pero mantiene el tope máximo de tres años, lo cual indica que los contratos a término fijo pueden ser desde un día hasta tres años.

Requisitos:

Que conste por escrito.

El término de duración no puede ser superior a tres (3) años, pero puede ser prorrogable en forma indefinida.

Para su terminación debe existir un preaviso de por lo menos treinta (30) días.

Contrato a término indefinido: este es el más común de todos los contratos laborales y se caracteriza porque no tiene limitación en el tiempo, no prevé ninguna fecha, condición o circunstancia que permita conocer desde su inicio el momento hasta el cual habrá de tener vigencia el mismo.

Así las cosas, su duración se extiende hasta cuando las partes lo deseen o cuando se presenten circunstancias de hecho que conforme a la ley laboral se consideran causas de terminación del contrato laboral, por ejemplo las faltas graves que cometa el trabajador en el cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato de trabajo.

Es la forma de contrato de trabajo más usada, especialmente por la posibilidad de formalizarse verbalmente. Para su terminación, según el Código Sustantivo del Trabajo permite al trabajador dar por terminado este tipo de contrato sin previo aviso, dada la modificación contenida en la Ley 789 de 2002**.**

Contrato ocasional o transitorio: Este consiste en la ejecución de labores ajenas a las actividades normales de una empresa y cuya duración no puede exceder de treinta (30) días. En este tipo de contratación el trabajador solo tiene derecho al pago del valor acordado por sus servicios y a que se le suministren primeros auxilios en caso de ocurrir un accidente de trabajo. No tiene derecho a ninguna otra prestación.

Requisitos: Debe constar por escrito.

Debe relacionarse con actividades ajenas al objeto social de la empresa contratante. Su duración nunca podrá ser mayor a treinta (30) días.

Si el trabajador una vez transcurrido el término de treinta (30) días no ha terminado la labor encomendada, se cancela el valor del contrato y se debe suscribir uno nuevo, que en todo caso no podrá exceder de dicho término.

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN

Con la capacitación en la organización buscamos que los colaboradores tengan información básica de los antecedentes de la compañía, en este proceso se le dice a los empleados sobre las actitudes, normas, valores que son esperados en esta empresa**.** Que propósitos se logra con la inducción.

- Ayuda al nuevo empleado a ajustarse a la organización tanto formal o como informalmente.

- Proporcionar información respecto a las tareas y las expectativas en el desempeño.

- Ayuda al empleado a calmar los temores que pudiera tener acerca de si habrá tomado una buena decisión de empleo.

Asimismo, el asistente administrativo comercial y el jefe de producción deberán ser capacitados para la óptima utilización de la plataforma de diseño llamada Solidworks.

➢ **Tiempo de capacitación al personal**

En esta organización el tiempo de inducción será de un mes, con el fin de que el personal elegido conozca las actividades que se realizan en la organización y tengan la capacidad de seguir correctamente sus funciones.

4.7 PROGRAMA DE INCENTIVOS

J.E.M DISEÑOS EXCLUSIVOS EN MADERA S.A.S adoptará un programa de incentivos dirigido al área comercial basado en el reconocimiento de logros, brindando un porcentaje de ventas aparte del sueldo a devengar, este se hará efectivo al momento de confirmar el cumplimiento de ventas alcanzado.

Los salarios se pagarán dependiendo de las siguientes características:

- Su puesto
- Las necesidades del empleado

- Las posibilidades de la empresa

En la organización se utilizará lo siguiente:

- Remuneraciones básicas: que es el salario mínimo establecido por el gobierno.

- Incentivos de salarios: Son pagos hechos por la organización a sus trabajadores a cambio de contribuciones, cada incentivo tiene un valor de utilidad que es subjetivo, ya que varía de un individuo a otro; lo que es útil para un individuo puede ser inútil para otro. Los incentivos se llaman también alicientes, recompensas o estímulos.

4.8 ASPECTOS LEGALES DEL PROYECTO

4.8.1 Marco legal

J.E.M DISEÑOS EXCLUSIVOS EN MADERA S.A.S es una sociedad por acciones simplificadas que desarrollan actividades comerciales a nivel nacional.

La sociedad que se constituirá para la empresa J.E.M DISEÑOS EXCLUSIVOS EN MADERA S.A.S es la Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S, debido a que no requiere de tantos trámites y los costos en escrituras son bajos, se puede constituir con dos o más socios, además no tiene un término de vencimiento, esta sociedad se constituye indefinidamente, tiene dos años para diferir el pago de capital.

Por reglamento no se exige revisor fiscal “La SAS sólo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior sean o excedan al equivalente a cinco mil salarios mínimos y/o sus ingresos brutos durante el año inmediatamente anterior sean o excedan al equivalente a tres mil salarios mínimos o cuando otras leyes especiales así lo exijan. Ésta situación reduce los costos de operación de las SAS comparativamente con otras sociedades obligadas a tenerlo”. (Manual Manejo S.A.S, 2011, párr. 1)

4.8.2 Estudio administrativo y legal

Requisitos para constituir unas S.A.S

Paso número 1

- Nombre de identidad y domicilio de los accionistas

- Social o denominación de la sociedad seguida de la razón, las palabras sociedad por acciones simplificadas o de las letras S.A.S.

- El capital autorizado suscrito y pagado, la clase, número o valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

- La forma de administración y nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores, en todo caso deberá designarse al menos un representante legal.

Paso número 2

- Las personas que suscriban el documento de constitución deberán autenticar sus firmas antes de que esta sea inscrita en el registro mercantil. Esta autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderados, en la cámara de comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio.

Paso número 3

- El documento privado debe ser inscrito en el registro mercantil de la cámara de comercio en el lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal. Adicionalmente, ante la cámara de comercio se diligencian los formularios del registro único empresarial (RUE), el formulario de inscripción en el RUT y se lleva a cabo el pago de lo atinente a matricula mercantil, impuesto de registro y derechos de inscripción.

Sociedad por acciones simplificadas

Documento privado inscrito en el registro mercantil, si los aportes iníciales requieren bienes inmuebles es importante la escritura pública.

La sociedad por acciones simplificadas requiere:

- Mínimo: 1 accionista.
- Máximo: infinito.

Articulo 1

La sociedad por acciones simplificadas está regida por la ley 1258 de 2008 la cual podrá constituirse por una o varias personas jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

El artículo 42 de la ley 1258 de 2008 define que los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales tributarias o de cualquier otra naturaleza con la que incurra la sociedad.

Articulo 2

La sociedad por acciones simplificadas, una vez inscrita en el registro mercantil, formara una persona jurídica distinta de sus acciones.

Articulo 3

La sociedad por acciones simplificadas es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independiente de sus actividades previstas en su objeto social, para los efectos tributarios la sociedad por acciones simplificadas se regirá por las reglas aplicables a la sociedad anónima.

Articulo 26

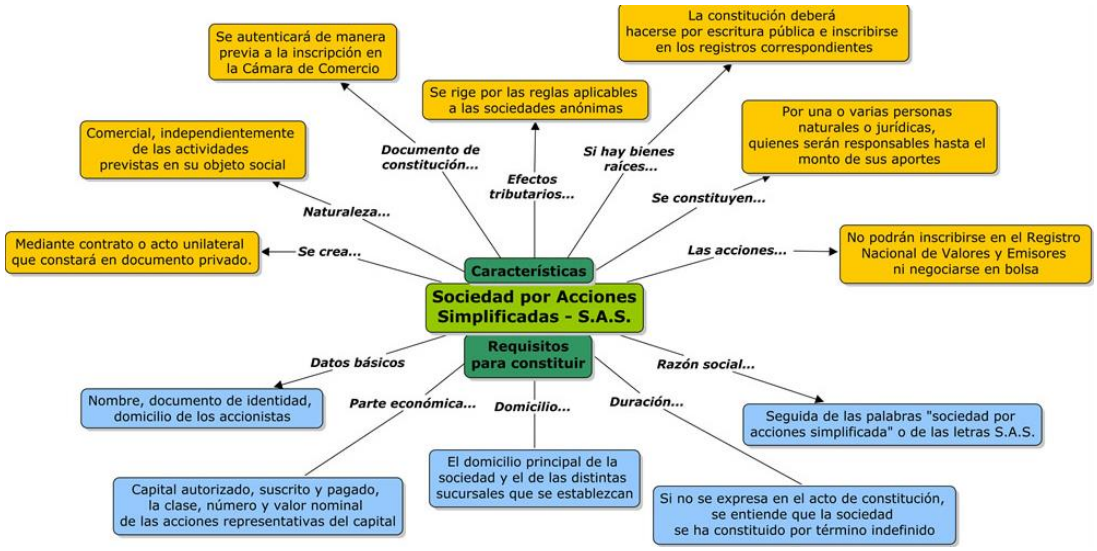
La representación legal de la sociedad por acciones simplificadas estará a cargo de una persona natural o jurídica designada en la forma prevista de los estatutos. A falta de estipulaciones, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento

de la sociedad. A falta de previsión estatuaria frente a la designación del representante legal, su elección le corresponderá a la asamblea o accionista único.

Articulo 28

En caso en que por exigencia de la ley se tenga que proveer el cargo del revisor fiscal, la persona que ocupe dicho cargo deberá ser contador público titulado con tarjeta profesional vigente. En todo caso las utilidades se justificaran en estados financieros elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y dictaminado por un contador público independiente.

Figura 19: Sociedad por acciones simplificadas S.A.S.



Fuente: http://www.actualicese.com/_ig/img/infografias/sociedad-por-acciones-simplificadas-sas.jpg

Aspectos laborales

El personal administrativo y operativo será vinculado por medio de la empresa con contratos a término indefinido, en el caso del contador este se le realizará un contrato por prestación de servicios profesionales por concepto de honorarios.

5 ESTUDIO FINANCIERO

La presente investigación va centrada al capítulo financiero del proyecto de grado, que se puede definir como el proceso de evaluar la conveniencia de invertir o no en un proyecto, o la herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores.

La característica principal de este capítulo financiero es ordenar y sistematizar la información obtenida de carácter monetario que proporcionan etapas anteriores de la idea de negocio.

El estudio financiero sirve para determinar el capital de recursos necesarios para la realización del proyecto que pueden ser recursos humanos, materiales tecnológicos. Es muy importante que las organizaciones se enfrenten a una evaluación financiera para analizar las pautas y corregir posibles errores o aumentar la rentabilidad de la organización.

En el estudio financiero hay muchos elementos de importancia, entre estos están 3 aspectos fundamentales que son el VPN, TIR, B/C. el VPN (valor presente neto) que consiste en traer los ingresos y egresos al presente, debe ser mayor a cero para que el proyecto traiga ganancias, la TIR (tasa interna de retorno) es la que hace igual a cero, la B/C (la relación beneficio costo) si es mayor a uno indica que el proyecto es factible pues los ingresos son mayores que los egresos.

Las empresas o proyectos deben evaluar el comportamiento económico para determinar la factibilidad y la viabilidad financiera, para analizar las alternativas que más convenga para la creación y realización de proyectos.

5.1 INVERSION INICIAL

Tabla 1: **Inversión inicial**

INVERSION INICIAL EN PESOS J.E.M S.A.S			
ACTIVOS FIJOS			
MAQUINARIA Y EQUIPO	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
Sierra	2	130.000	260.000
Ruteadora	2	345.000	690.000
Caladora	2	110.000	220.000
Compresor	1	180.000	180.000
Banco de Madera	3	200.000	600.000
Puntilladora Neumatica	1	135.000	135.000
Lijadora de banda	2	155.000	310.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**2.395.000**
MUEBLES Y ENSERES			
Archivador en Madera	2	149.900	299.800
Escritorio de Madera	2	102.900	205.800
Horno Microondas Haceb	1	128.000	128.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**633.600**
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			
Impresora Multifuncional	1	150.000	150.000
Ipad	3	850.000	2.550.000
Computador Lenovo 14"	2	800.000	1.600.000
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIONES			**4.300.000**
VEHICULOS			
Moto carro carguero	1	6.500.000	6.500.000
TOTAL VEHICULOS			**6.500.000**
TOTAL ACTIVOS FIJOS			**13.828.600**
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCION			
autenticacion notaria	3	3.450	10.350
certficado de uso del suelo	1	228.000	228.000
formulario de registro	1	4.000	4.000
derecho de inscripcion	1	31.000	31.000
inscripcion de libros	1	10.300	10.300
certficado de existencia	3	4.300	12.900
TOTAL GASTOS CONSTITUCION			**296.550**
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Canteadora	2	70.000	140.000
Taladro	2	85.500	171.000
Cosedora	2	10.000	20.000
Perforadora	2	15.000	30.000
Telefonos	2	60.000	120.000
Calculadora Electrónica	2	22.000	44.000
Juego De Herramientas 100 Piezas En Caja	1	49.000	49.000
Mesa cuadrada para impresora	1	45.000	45.000
Sillas Giratoria	2	92.000	184.000
Sillas Auxiliares	4	59.000	236.000
Lijadora de mano	3	58.000	174.000
Guantes	2	15.000	30.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			**1.243.000**
ACTIVOS INTANGIBLES			
SOFTWARE Y LICENCIAS			
Paquete de office (Software y Licencia)	1	2.500.000	2.500.000
Solidworks	1	900.000	900.000
SIIGO PROGRAMA CONTABLE	1	500.000	500.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			**3.900.000**
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Tarjeta de Presentación	500	34	17.000
Volantes	500	12	6.000
Pendon	2	18.000	36.000
Catalogo	2	60.000	120.000
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			**179.000**
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			**5.618.550**
CAPITAL DE TRABAJO			
NÓMINAS	3	7.943.048	23.829.143
GASTOS ADMINISTRACIÓN	3	1.972.064	5.916.192
GASTOS DE VENTAS	3	433.872	1.301.616
INVENTARIO	1	38.894.000	38.894.000
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			**69.940.951**
TOTAL INVERSION			**89.388.101**
PORCENTAJE DE INVERSIONES A FINANCIAR			**40,00%**
VALOR A FINANCIAR			**35.755.240**
MESES A DIFERIR			**12**
TOTAL A DIFERIR			**468.213**

Fuente: Autores

5.2 DEPRECIACIÓN

Tabla 2: Depreciación

DEPRECIACIONES							
TIPO DE ACTIVO	# AÑOS	DEP/MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	17.600	211.200	211.200	211.200		
MAQUINARIA Y EQUIPOS	5	39.917	479.000	479.000	479.000	479.000	479.000
VEHICULOS	5	108.333	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	3	119.444	1.433.333	1.433.333	1.433.333		
TOTAL DEPRECIACIONES		**285.294**	**3.423.533**	**3.423.533**	**3.423.533**	**1.779.000**	**1.779.000**
MESES AÑO 12							

Fuente: Autores

5.3 BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN

Tabla 3: Balance inicial sin financiación

BALANCE INICIAL EN PESOS SIN FINANCIACION PARA J.E.M S.A.S	
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA BANCOS	69.940.951
C X C	0
INVENTARIOS	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	**69.940.951**
ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	2.395.000
MUEBLES Y ENSERES	633.600
EQUIPOS DE COMPUTOS Y COMUNICACIONES	4.300.000
VEHICULOS	6.500.000
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	13.828.600
ACTIVOS DIFERIDOS	
DIFERIDOS	5.618.550
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**5.618.550**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**19.447.150**
TOTAL ACTIVOS	**89.388.101**
PASIVOS CORRIENTES	
C X P	0
CESANTIAS X PAGAR	0
INTERESES A LAS CESANTIAS X PAGAR	0
CREE X PAGAR	0
IMPUESTOS DE RENTA X PAGAR	0
IVA X PAGAR	0
ICA POR PAGAR	0
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
OBLIGACIONES BANCARIAS	0
LEASING FINANCIERO	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0
TOTAL PASIVOS	**0**
PATRIMONIO	
CAPITAL TRABAJO	89.388.101
UTILIDAD EJERCICIO ACUMULADO	0
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0
TOTAL PATRIMONIO	**89.388.101**
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	**89.388.101**

Fuente: Autores

Al elaborar un balance general se obtiene una información valiosa sobre el negocio o empresa de la disponibilidad de dinero y el cobro del mismo en un determinado tiempo.

El balance inicial sin financiación es aquel que se hace al momento de iniciar una empresa o idea de negocio, ahí se registran los activos pasivos y patrimonio que se necesitan para construir la operación.

5.4 BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN

Tabla 4: Balance inicial con financiación

BALANCE INICIAL EN PESOS CON FINANCIACION PARA J.E.M S.A.S	
ACTIVOS CORRIENTES	
CAJA BANCOS	69.940.951
C X C	0
INVENTARIOS	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	**69.940.951**
ACTIVOS FIJOS	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	2.395.000
MUEBLES Y ENSERES	633.600
EQUIPOS DE COMPUTOS Y COMUNICACIONES	4.300.000
VEHICULOS	6.500.000
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**13.828.600**
OTROS ACTIVOS	
DIFERIDOS	5.618.550
TOTAL OTROS ACTIVOS	**5.618.550**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**19.447.150**
TOTAL ACTIVOS	**89.388.101**
PASIVOS CORRIENTES	
C X P	0
CESANTIAS X PAGAR	0
INTERESES A LAS CESANTIAS X PAGAR	0
CREE X PAGAR	0
IMPUESTOS DE RENTA X PAGAR	0
IVA X PAGAR	0
ICA X PAGAR	0
TOTAL PASIVO CORRIENTE	**0**
PASIVOS NO CORRIENTES	
OBLIGACIONES BANCARIAS	35.755.240
LEASING FINANCIERO	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**35.755.240**
TOTAL PASIVOS	**35.755.240**
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL	53.632.861
UTILIDAD EJERCICIO ACUMULADO	0
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0
TOTAL PATRIMONIO	**53.632.861**
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	**89.388.101**

Fuente: Autores

El balance inicial con financiación es aquel que se hace al momento de iniciar una empresa o idea de negocio, ahí se registran los activos pasivos y patrimonio que se necesitan para construir la operación, en este balance se incluye las obligaciones financieras que la empresa debe tener.

5.5 PARAMETROS BASICOS

5.5.1 Parámetros económicos

Tabla 5: Parámetros económicos

PARAMETROS ECONOMICOS					
ECONOMICO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
INFLACIÓN IPC	4,80%	3,10%	2,90%	3,10%	3,00%
TRM	2.576,41	2.701,37	2.769,44	2.848,92	2.905,62
Variación % TRM	4,36%	4,85%	2,52%	2,87%	1,99%
IVA	16,00%	16,00%	16,00%	16,00%	16,00%
% DE INCREMENTO PRECIOS	4,80%	3,10%	2,90%	3,10%	3,00%
% INCREMENTO DE COSTOS	4,80%	3,10%	2,90%	3,10%	3,00%
% DE INCREMENTO UNIDADES VENDIDAS	3,8%	3,8%	3,8%	3,8%	3,8%
IMPUESTO DE RENTA	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
INC	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
RESERVA LEGAL	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
CREE	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%
ICA	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033

Fuente: Autores

5.5.2 Parámetros laborales

Se consideran una serie de ITEM indispensables en la elaboración y proyección de la nómina, los cuales por ley se deben contemplar, estos porcentajes pueden variar de acuerdo a la legislación laboral colombiana vigente del año 2015.

Tabla 6: Parámetros laborales

PARAMETROS LABORALES	
SALARIO BASICO EN PESOS UN EMPLEADO	
PÁRAMETROS LABORALES	***AÑO 1***
SALARIO BASICO 2015	667.547
AUXILIO DE TRANSPORTE	76.664
CESANTIAS	8,33%
INTERESES DE CESATIAS	1,00%
PRIMAS	8,33%
VACACIONES	4,17%
SALUD	0,00%
PENSIONES	12,00%
ARP	4,3500%
PARAFISCALES	
CAJA DE COMPENSACIÓN	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Autores

En los parámetros laborales se estable el SMMLV de 667.547 teniendo en cuenta que el proyecto inicia en el año 2015. La tabla anterior presenta la manera como se liquidara los salarios, teniendo en cuenta lo reglamentado por del Ministerio del Trabajo, en cuanto a prestaciones sociales y SMLV.

5.5.3 Parámetros de nómina

Tabla 7: Parámetros de nómina

PARAMETROS DE NOMINA				
CARGO	CANTIDAD	SALARIO	SALARIO	
Administrador	1	1.500.000	1.572.000	NOMINA DE ADMON Y VENTAS
Asistente Administrativo Comercial	1	675.279	675.279	
EMPLEADOS CON AUXILIO N. ADMON Y VENTAS	1			
Jefe de Producción	1	1.150.000	1.150.000	NOMINA DE PRODUCCION
Operarios	5	675.279	3.376.394	
EMPLEADOS CON AUXILIO N. DE PRODUCCION	6			
VALOR TOTAL NOMINA			**6.773.673**	

Fuente: Autores

En este parámetro se tiene en cuenta lo cargos de las personas que van hacer parte de la organización, la cantidad de personas, su salario correspondiente y el total de los gastos en sueldos.

5.5.4 Parámetros de pagos y recaudos

El recaudo de impuestos de aquellos productos cuyo precio esté regulado por el estado y percepción de subsidios. Con ello para efectos de la exclusión de la base gravable, en el caso los pagos serán del 50% contado y el 50% a crédito.

Tabla 8: Recaudos y pagos

RECAUDOS Y PAGOS	
parametros de recaudos	
contado	50%
creditos	50%
parametros de pagos	
contado	50%
credito	50%
plazo (dias)	0

Fuente: Autores

5.5.5 Parámetros de margen brutos

Tabla 9: Parámetros de margen brutos

PARAMETROS DE MARGENES BRUTOS				
	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
PUERTA ENTAMBORADA	120	272.900	20%	327.480
COCINA 2 Mts	40	1.126.000	20%	1.351.200

Fuente: Autores

Este cuadro representa los productos, la cantidad a demandar, el costo unitario y el precio unitario, es un indicador de rentabilidad que define el margen de ganancia sobre las ventas.

5.5.6 Parámetros de gastos

Tabla 10: Parámetros de gastos de administración

PARAMETROS DE ADMINISTRACION J.E.M S.A.S			
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GASTOS ADMINISTRACION			
Energia y Acueducto	1	230.000	241.040
Arrendamientos	1	400.000	419.200
Telefono e Internet	1	101.921	106.813
Mantenimiento de equipos de Computo	2	45.000	94.320
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			**861.373**
GASTOS DE CONSTITUCION			
autenticacion notaria	3	3.450	10.350
registro camara de comercio	1	228.000	228.000
formulario de registro	1	4.000	4.000
derecho de inscripcion	1	31.000	31.000
inscripcion de libros	1	10.300	10.300
certficado de existencia	3	4.300	12.900
TOTAL GASTOS CONSTITUCION			**296.550**
UTILES DE PAPELERIA Y OFICINA			
Grapadora	2	12.000	25.152
Resmas de papel	10	7.900	82.792
AZ tamaño Carta	5	4.500	23.580
Lapiceros X 12 UNID	1	7.500	7.860
Ganchos de cosedora	3	2.850	8.960
Ganchos legajadores	3	3.500	11.004
Carpetas para legajar	24	300	7.546
Perforadora	2	20.000	41.920
Saca Ganchos	2	9.500	19.912
Resaltadores	9	1.200	11.318
Clips	3	1.200	3.773
Clips Mariposa	3	1.750	5.502
TOTAL UTILES DE PAPELERIA			**249.319**
ASEO Y CAFETERIA			
Paño en dulce abrigo	5	2.000	10.480
Paño absorbente multiusos	5	4.500	23.580
Escobas	2	4.500	9.432
Trapeadores	2	7.000	14.672
Recogedor	1	4.000	4.192
Guantes plasticos	6	2.850	17.921
Cepillo para sanitarios	1	3.500	3.668
Blanqueador Hipoclorito x 4000 CC	2	4.800	10.061
Limpiador Multiusos x 4000 cc	2	8.500	17.816
TOTAL ASEO Y CAFETERIA			**111.822**
GASTOS DE RODAMIENTO			
Soat	1	348.000	348.000
Gasolina	1	80.000	80.000
Mantenimiento Vehiculo	1	25.000	25.000
TOTAL GASTOS DE RODAMIENTO			**453.000**
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			**1.972.064**

PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PUBLICIDAD			
Tarjeta de Presentación	500	34	17.816
Volantes	500	12	6.288
Pendon	2	18.000	37.728
Catalogo	2	60.000	125.760
Portafolio virtual	1	65.000	68.120
Pagina web	1	235.000	246.280
TOTAL PUBLICIDAD			501.992
TOTAL GASTOS DE VENTA			**501.992**

Fuente: Autores

5.6 AMORTIZACIÓN

Tabla 11: Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN J.E.M S.A.S	
VALOR DEL PRESTAMO	**35.755.240**
TASA EFECTIVA ANUAL	**12,00%**
TASA NOMINAL ANUAL	**11,39%**
PERIODOS	**12**
TASA MENSUAL	**0,95%**
NUMERO DE CUOTAS A PAGAR (MESES)	**60**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
INTERES	3.783.570	3.108.183	2.351.750	1.504.545	555.675	**11.303.724**
CAPITAL	5.628.223	6.303.610	7.060.043	7.907.248	8.856.118	**35.755.240**
	9.411.793	**9.411.793**	**9.411.793**	**9.411.793**	**9.411.793**	

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
	CUOTA	**INTERES**	**AMORTIZACIO**	**SALDO**
0				35.755.240
1	784.316	339.274	445.042	35.310.198
2	784.316	335.051	449.265	34.860.933
3	784.316	330.788	453.528	34.407.406
4	784.316	326.485	457.831	33.949.574
5	784.316	322.140	462.176	33.487.399
6	784.316	317.755	466.561	33.020.838
7	784.316	313.328	470.988	32.549.849
8	784.316	308.859	475.457	32.074.392
9	784.316	304.347	479.969	31.594.423
10	784.316	299.793	484.523	31.109.900
11	784.316	295.195	489.121	30.620.779
12	784.316	290.554	493.762	30.127.018
13	784.316	285.869	498.447	29.628.571
14	784.316	281.139	503.177	29.125.394
15	784.316	276.365	507.951	28.617.443
16	784.316	271.545	512.771	28.104.671
17	784.316	266.679	517.637	27.587.035
18	784.316	261.768	522.548	27.064.486
19	784.316	256.809	527.507	26.536.980
20	784.316	251.804	532.512	26.004.467
21	784.316	246.751	537.565	25.466.902
22	784.316	241.650	542.666	24.924.236
23	784.316	236.501	547.815	24.376.421
24	784.316	231.303	553.013	23.823.408
25	784.316	226.055	558.261	23.265.147
26	784.316	220.758	563.558	22.701.589
27	784.316	215.411	568.905	22.132.684
28	784.316	210.012	574.304	21.558.380
29	784.316	204.563	579.753	20.978.627
30	784.316	199.062	585.254	20.393.373
31	784.316	193.508	590.808	19.802.566
32	**784.316**	**187.902**	**596.414**	**19.206.152**
33	**784.316**	**182.243**	**602.073**	**18.604.079**
34	**784.316**	**176.530**	**607.786**	**17.996.293**
35	**784.316**	**170.763**	**613.553**	**17.382.740**
36	**784.316**	**164.941**	**619.375**	**16.763.365**
37	**784.316**	**159.064**	**625.252**	**16.138.113**
38	**784.316**	**153.131**	**631.185**	**15.506.929**
39	**784.316**	**147.142**	**637.174**	**14.869.754**
40	**784.316**	**141.096**	**643.220**	**14.226.534**
41	**784.316**	**134.993**	**649.323**	**13.577.211**
42	**784.316**	**128.831**	**655.485**	**12.921.726**
43	**784.316**	**122.612**	**661.704**	**12.260.022**
44	**784.316**	**116.333**	**667.983**	**11.592.038**
45	**784.316**	**109.994**	**674.322**	**10.917.717**
46	**784.316**	**103.596**	**680.720**	**10.236.997**
47	**784.316**	**97.137**	**687.179**	**9.549.817**
48	**784.316**	**90.616**	**693.700**	**8.856.118**
49	**784.316**	**84.034**	**700.282**	**8.155.835**
50	**784.316**	**77.389**	**706.927**	**7.448.908**
51	**784.316**	**70.681**	**713.635**	**6.735.273**
52	**784.316**	**63.910**	**720.406**	**6.014.867**
53	**784.316**	**57.074**	**727.242**	**5.287.625**
54	**784.316**	**50.173**	**734.143**	**4.553.482**
55	**784.316**	**43.207**	**741.109**	**3.812.373**
56	**784.316**	**36.175**	**748.141**	**3.064.231**
57	**784.316**	**29.076**	**755.240**	**2.308.991**
58	**784.316**	**21.910**	**762.407**	**1.546.585**
59	**784.316**	**14.675**	**769.641**	**776.944**
60	**784.316**	**7.372**	**776.944**	**0**
		11.303.724	**35.755.240**	

Fuente: Autores

En la tabla de amortización se tienen en cuenta las diferentes tasas representativas como es la nominal, efectiva y mensual que van ligadas con los periodos correspondientes y el número de cuotas para poder desarrollar el interés y la amortización en los años correspondientes, la amortización se extingue gradualmente por medio de pagos periódicos que pueden ser de igual valor o diferente y al final esa deuda debe de estar en cero.

5.7 LEASING FINANCIERO

Tabla 12: Leasing financiero

LEASING FINANCIERO EN PESOS J.E.M S.A.S.

VALOR ACTIVO	6.500.000
PORCENTAJE OPCION DE COMPRA	10,00%
DTF(EA)	5,40%
SPREAD (EA)	10,00%
DTF+SPREA (EA)	4,39%
TASA NOMINAL MENSUAL	4,30%
MESES DEL AÑO	12
NUMERO DE CUOTAS	60
TASA MENSUAL	0,36%
VALOR FUTURO OPCIONAL	650.000
VALOR PRESENTE DE LA OPCION FUTURA	524.347
VALOR A AMORTIZAR	5.975.653

NUMERO DE CUOTA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				6.500.000
1	110.873	23.314	87.559	6.412.441
2	110.873	23.000	87.873	6.324.568
3	110.873	22.684	88.188	6.236.380
4	110.873	22.368	88.504	6.147.876
5	110.873	22.051	88.822	6.059.054
6	110.873	21.732	89.140	5.969.913
7	110.873	21.412	89.460	5.880.453
8	110.873	21.092	89.781	5.790.672
9	110.873	20.770	90.103	5.700.569
10	110.873	20.446	90.426	5.610.143
11	110.873	20.122	90.751	5.519.392
12	110.873	19.797	91.076	5.428.316
13	110.873	19.470	91.403	5.336.913
14	110.873	19.142	91.731	5.245.183
15	110.873	18.813	92.060	5.153.123
16	110.873	18.483	92.390	5.060.733
17	110.873	18.151	92.721	4.968.012
18	110.873	17.819	93.054	4.874.958
19	110.873	17.485	93.387	4.781.571
20	110.873	17.150	93.722	4.687.849
21	110.873	16.814	94.059	4.593.790
22	110.873	16.477	94.396	4.499.394
23	110.873	16.138	94.735	4.404.659
24	110.873	15.798	95.074	4.309.585
25	110.873	15.457	95.415	4.214.170
26	110.873	15.115	95.758	4.118.412
27	110.873	14.772	96.101	4.022.311
28	110.873	14.427	96.446	3.925.866
29	110.873	14.081	96.792	3.829.074
30	110.873	13.734	97.139	3.731.935
31	110.873	13.385	97.487	3.634.448
32	110.873	13.036	97.837	3.536.611
33	110.873	12.685	98.188	3.438.423
34	110.873	12.333	98.540	3.339.883
35	110.873	11.979	98.893	3.240.990
36	110.873	11.625	99.248	3.141.742
37	110.873	11.269	99.604	3.042.138
38	110.873	10.911	99.961	2.942.177
39	110.873	10.553	100.320	2.841.857
40	110.873	10.193	100.680	2.741.177
41	110.873	9.832	101.041	2.640.136
42	110.873	9.469	101.403	2.538.733
43	110.873	9.106	101.767	2.436.966
44	110.873	8.741	102.132	2.334.834
45	110.873	8.374	102.498	2.232.336
46	110.873	8.007	102.866	2.129.470
47	110.873	7.638	103.235	2.026.236
48	110.873	7.268	103.605	1.922.630
49	110.873	6.896	103.977	1.818.654
50	110.873	6.523	104.350	1.714.304
51	110.873	6.149	104.724	1.609.580
52	110.873	5.773	105.099	1.504.481
53	110.873	5.396	105.476	1.399.004
54	110.873	5.018	105.855	1.293.150
55	110.873	4.638	106.234	1.186.915
56	110.873	4.257	106.615	1.080.300
57	110.873	3.875	106.998	973.302
58	110.873	3.491	107.382	865.920
59	110.873	3.106	107.767	758.153
60	110.873	2.719	108.153	650.000
		633.156	**3.358.258**	
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INTERES	258.787	211.741	162.628	**633.156**
AMORTIZACION	1.071.684	1.118.731	1.167.843	**3.358.258**
	1.330.471	**1.330.471**	**1.330.471**	

Fuente: Autores

En el leasing financiero se tiene en cuenta el activo más representativo en la inversión, con las tasas nominales, efectivas y mensuales, es un poco parecido a lo que se realiza en la amortización ya que también tiene conceptos como son cuotas, interés y amortización.

5.8 GASTOS EN PESOS

Tabla 13: Gastos en pesos

PROYECCION GASTOS					
GASTOS DE ADMINISTRACION J.E.M S.A.S					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energia y Acueducto	2.892.480	2.982.147	3.068.629	3.163.757	3.258.669
Arrendamientos	5.030.400	5.186.342	5.336.746	5.502.185	5.667.251
Telefono e Internet	1.281.758	1.321.493	1.359.816	1.401.971	1.444.030
GASTOS DE CONSTITUCION	296.550	305.743	314.610	324.362	334.093
UTILES DE PAPELERIA Y OFICINA	498.638	514.096	529.005	545.404	561.766
Soat	348.000	358.788	369.193	380.638	392.057
Gasolina	960.000	989.760	1.018.463	1.050.035	1.081.536
Mantenimiento Vehiculo	100.000	103.100	106.090	109.379	112.660
ASEO Y CAFETERIA	447.286	461.152	474.526	489.236	503.913
Mantenimiento de equipos de Computo	188.640	194.488	200.128	206.332	212.522
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	12.043.753	12.417.110	12.777.206	13.173.299	13.568.498
GASTOS DE VENTAS DE J.E.M S.A.S					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tarjeta de Presentación	53.448	55.105	56.703	58.461	60.215
Volantes	18.864	19.449	20.013	20.633	21.252
Pendon	37.728	38.898	40.026	41.266	42.504
Catalogo	251.520	259.317	266.837	275.109	283.363
Pagina web	2.955.360	3.046.976	3.135.338	3.232.534	3.329.510
TOTAL GATOS VENTAS	3.316.920	3.419.745	3.518.917	3.628.004	3.736.844
GASTOS DE DEPRECIACION DE J.E.M S.A.S					
MUEBLES Y ENSERES	211.200	211.200	211.200		
MAQUINARIA Y EQUIPOS	479.000	479.000	479.000	479.000	479.000
VEHICULOS	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000	1.300.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIONES	1.433.333	1.433.333	1.433.333		
TOTAL DEPRECIACIONES	3.423.533	3.423.533	3.423.533	1.779.000	1.779.000
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS DE J.E.M S.A.S					
GASTOS DIFERIDOS	5.618.550	0	0	0	0
TOTAL DIFERIDOS	5.618.550	0	0	0	0
GASTOS AL ESTADO DE RESULTADOS	24.402.757	19.260.388	19.719.656	18.580.303	19.084.342
GASTO AL FLUJO DE CAJA	15.360.673	15.836.854	16.296.123	16.801.303	17.305.342

Fuente: Autores

En esta tabla se muestra todos los gastos que la empresa tendrá como son arrendamientos, servicios públicos, todo lo correspondiente a aseo y palería. Todos estos gastos van representados o incluidos en las tablas de los estados de resultados.

5.9 NOMINA EN PESOS

Tabla 14: Nómina de administración y ventas

PROYECCIONES DE NOMINA ADMINISTRATIVA Y VENTAS PARA J.E.M S.A.S					
CARGO	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Administrador	**17.292.000**	**17.828.052**	**18.345.066**	**18.913.763**	**19.481.175**
Asistente Administrativo Comercial	**8.103.346**	**8.354.549**	**8.596.831**	**8.863.333**	**9.129.233**
TOTAL	**25.395.346**	**26.182.601**	**26.941.897**	**27.777.096**	**28.610.408**

DATOS QUE VAN AL ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
N. PERSONAS CON AUXILIO DE TRAN.					
SALARIOS	8.103.346	8.354.549	8.596.831	8.863.333	9.129.233
AUXILIO DE TRANPORTE	930.624	959.473	987.298	1.017.904	1.048.441
CESANTIAS	752.530	775.858	798.358	823.107	847.800
INTERESES A LAS CESANTIAS	90.340	93.140	95.841	98.812	101.777
PRIMAS	752.530	775.858	798.358	823.107	847.800
VACACIONES	337.634	348.101	358.196	369.300	380.379
SALUD	0	0	0	0	0
PENSIONES	972.401	1.002.546	1.031.620	1.063.600	1.095.508
ARP	352.496	363.423	373.962	385.555	397.122
CAJA DE COMPENSACION	324.134	334.182	343.873	354.533	365.169
ICBF	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0
TOTAL	**12.616.033**	**13.007.130**	**13.384.337**	**13.799.252**	**14.213.229**

DATOS QUE VAN AL FLUJO DE CAJA					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
SALARIOS	8.103.346	8.354.549	8.596.831	8.863.333	9.129.233
AUXILIO DE TRANPORTE	930.624	959.473	987.298	1.017.904	1.048.441
CESANTIAS	0	752.530	775.858	798.358	823.107
INTERESES A LAS CESANTIAS	0	90.340	93.140	95.841	98.812
PRIMAS	752.530	775.858	798.358	823.107	847.800
VACACIONES	337.634	348.101	358.196	369.300	380.379
SALUD	0	0	0	0	0
PENSIONES	972.401	1.002.546	1.031.620	1.063.600	1.095.508
ARP	352.496	363.423	373.962	385.555	397.122
CAJA DE COMPENSACION	324.134	334.182	343.873	354.533	365.169
ICBF	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0
TOTAL	**11.773.164**	**12.981.002**	**13.359.136**	**13.771.532**	**14.185.572**

Fuente: Autores

Nomina en pesos. Mensualmente o quincenalmente según sea el periodo de pago acordado, la empresa debe proceder a liquidar su respectiva nómina para determinar los diferentes conceptos que adeuda al trabajador y que debe descontarle o deducirle. La nómina es un factor fundamental en toda organización, ya que es uno de los factores que impulsan al trabajador, pero también es un costo importante en el que tiene que incurrir la empresa, en el

cuadro se puede observar en detalle los costos de nómina que tendrá J.E.M S.A.S.

5.10 NOMINA DE PRODUCCIÓN

Tabla 15: Nómina de producción

PROYECCIONES NOMINA DE PRODUCCION J.E.M S.A.S					
CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Jefe de Producción	13.800.000	14.227.800	14.640.406	15.094.259	15.547.087
Operarios	40.516.728	41.772.747	42.984.156	44.316.665	45.646.165
TOTAL	54.316.728	56.000.547	57.624.562	59.410.924	61.193.252

DATOS QUE VAN AL ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
N. PERSONAS CON AUXILIO DE TRANS.					
SALARIOS	54.316.728	56.000.547	57.624.562	59.410.924	61.193.252
AUXILIO DE TRANPORTE	4.653.120	4.797.367	4.936.490	5.089.522	5.242.207
CESANTIAS	4.912.188	5.064.466	5.211.336	5.372.887	5.534.074
INTERESES A LAS CESANTIAS	589.698	607.979	625.611	645.004	664.355
PRIMAS	4.912.188	5.064.466	5.211.336	5.372.887	5.534.074
VACACIONES	2.263.161	2.333.319	2.400.985	2.475.416	2.549.678
SALUD	0	0	0	0	0
PENSIONES	6.518.007	6.720.066	6.914.947	7.129.311	7.343.190
ARP	2.362.778	2.436.024	2.506.668	2.584.375	2.661.906
CAJA DE COMPENSACION	2.172.669	2.240.022	2.304.982	2.376.437	2.447.730
ICBF	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0
TOTAL	82.700.538	85.264.255	87.736.918	90.456.763	93.170.466

DATOS QUE VAN AL FLUJO DE CAJA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALARIOS	54.316.728	56.000.547	57.624.562	59.410.924	61.193.252
AUXILIO DE TRANPORTE	4.653.120	4.797.367	4.936.490	5.089.522	5.242.207
CESANTIAS	0	4.912.188	5.064.466	5.211.336	5.372.887
INTERESES A LAS CESANTIAS	0	589.698	607.979	625.611	645.004
PRIMAS	4.912.188	5.064.466	5.211.336	5.372.887	5.534.074
VACACIONES	2.263.161	2.333.319	2.400.985	2.475.416	2.549.678
SALUD	0	0	0	0	0
PENSIONES	6.518.007	6.720.066	6.914.947	7.129.311	7.343.190
ARP	2.362.778	2.436.024	2.506.668	2.584.375	2.661.906
CAJA DE COMPENSACION	2.172.669	2.240.022	2.304.982	2.376.437	2.447.730
ICBF	0	0	0	0	0
SENA	0	0	0	0	0
TOTAL	77.198.651	85.093.696	87.572.417	90.275.817	92.989.929

Fuente: Autores

Nómina de producción. En la nómina de producción se establecen cinco operarios que tienen un salario mínimo legal vigente y un Jefe de producción que tiene un salario de 1.150.000, cuentan con el auxilio de transporte, la empresa debe proceder a liquidar su respectiva nómina para determinar los diferentes conceptos que adeuda al trabajador y que debe descontarle o deducirle.

5.11 COSTOS UNITARIOS

Tabla 16: Costos unitarios

COSTO UNITARIO SIN MO Y SIN CIF					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUERTA ENTAMBORADA	**272.900**	281.360	289.519	298.494	307.449
COCINA 2 Mts	**1.126.000**	1.160.906	1.194.572	1.231.604	1.268.552

COSTOS TOTALES SIN MO Y SIN CIF					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
PUERTA ENTAMBORADA	**392.976.000**	**420.554.270**	**449.194.857**	**480.718.453**	**513.955.327**
COCINA 2 Mts	**540.480.000**	**578.409.805**	**617.800.670**	**661.156.685**	**706.869.059**
TOTAL	**933.456.000**	**998.964.075**	**1.066.995.527**	**1.141.875.139**	**1.220.824.386**
COSTO PROMEDIO	**486.175**	**501.246**	**515.783**	**531.772**	**547.725**

Fuente: Autores

Costos unitarios. En los costos unitarios de cada producto se tiene en cuenta los insumos para los productos que son dos, para identificarlos, aquí se determina la cantidad, el valor unitario y el costo total por cantidad de insumos a utilizar en los productos.

5.12 PROYECCIÓN DE VENTAS Y COSTOS

Tabla 17: Proyección de ventas y costos

PROYECCION DE VENTAS Y COSTOS					
PROYECCION VENTAS DE J.E.M S.A.S					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUERTA ENTAMBORADA	1.440	1.495	1.552	1.610	1.672
COCINA 2 Mts	480	498	517	537	557
TOTAL	1.920	1.993	2.069	2.147	2.229

PRECIO DE VENTA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUERTA ENTAMBORADA	327.480	337.632	347.423	358.193	368.939
COCINA 2 Mts	1.351.200	1.393.087	1.433.487	1.477.925	1.522.263

VENTAS TOTALES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUERTA ENTAMBORADA	471.571.200	504.665.124	539.033.828	576.862.144	616.746.393
COCINA 2 Mts	648.576.000	694.091.767	741.360.804	793.388.023	848.242.870
TOTAL VENTAS	1.120.147.200	1.198.756.890	1.280.394.632	1.370.250.166	1.464.989.263
PRECIO PROMEDIO	583.410	601.496	618.939	638.126	657.270

Fuente: Autores

Proyecciones de ventas y costos. Las proyecciones de ventas y costos están representadas por el total de unidades a producir determinado por el resultado de la demanda, el precio de venta y las ventas totales a realizar durante los cinco años de proyección de cada uno de los diferentes productos

5.13 IVA EN PESOS

Tabla 18: IVA en pesos

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	14.935.296	14.935.296	14.935.296	14.935.296	14.935.296	14.935.296	14.935.296	14.935.296	14.935.296	14.935.296	14.935.296	14.935.296	179.223.552	191.801.102	204.863.141	219.240.027	234.398.282
IVA PAGADO	13.621.234	13.621.234	13.621.234	13.621.234	13.621.234	13.621.234	13.621.234	13.621.234	13.621.234	13.621.234	13.621.234	13.621.234	163.454.806	174.925.737	186.838.530	199.950.484	213.775.061
IVA CAUSADO	1.314.062	1.314.062	1.314.062	1.314.062	1.314.062	1.314.062	1.314.062	1.314.062	1.314.062	1.314.062	1.314.062	1.314.062	15.768.746	16.875.365	18.024.611	19.289.542	20.623.221
IVA AL FLUJO	0	0	2.628.124	0	2.628.124	0	2.628.124	0	2.628.124	0	2.628.124	0	13.140.622	14.062.804	15.020.509	16.074.619	17.186.018
IVA AL AÑO SIGUIENTE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.628.124	2.812.561	3.004.102	3.214.924
IVA TOTAL AL FLUJO	0	0	2.628.124	0	2.628.124	0	2.628.124	0	2.628.124	0	2.628.124	0	13.140.622	16.690.928	17.833.070	19.078.720	20.400.941

MESES AÑO	12
IVA PAGADO AÑO	10
IVA POR PAGAR	2

Fuente: Autores

IVA en pesos. Es un gravamen que recae en general sobre la venta de bienes. Por regla general, sola otorga derecho a descuento, el IVA 16 % pagado en costos y gastos que se destine a las operaciones gravadas con el impuesto sobre las ventas. Los impuestos descontables por compras de bienes y servicios, que se destinen indistintamente operaciones gravadas, excluidas y exentas se imputaran proporcionalmente. Y se paga cada bimestre.

5.14 RECAUDOS Y PAGOS

Tabla 19: Recaudos y pagos

J.E.M S.A.S								
RECAUDOS								
DETALLE	ENE	DIC	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	
CONTADO	46.672.800	46.672.800	560.073.600	1.148.808.686	1.227.044.856	1.313.156.409	1.403.948.044	
CREDITO		46.672.800	**513.400.800**	46.672.800	49.948.204	53.349.776	57.093.757	61.041.219
TOTAL RECAUDO	**46.672.800**	**93.345.600**	**1.073.474.400**	**1.195.481.486**	**1.276.993.059**	**1.366.506.186**	**1.461.041.801**	
UENTAS POR COBRAR								
MESES AÑO	12							
RECAUDADO	11							
POR RECAUDAR	1							

J.E.M S.A.S								
PAGOS EN PESOS								
DETALLE	ENE	DIC	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	
CONTADO	38.894.000	38.894.000	466.728.000	**957.340.572**	**1.022.537.380**	**1.094.297.008**	**1.169.956.703**	
CREDITO		38.894.000	427.834.000	38.894.000	41.623.503	44.458.147	47.578.131	50.867.683
TOTAL PAGOS MOD	**38.894.000**	**77.788.000**	**894.562.000**	**996.234.572**	**1.064.160.883**	**1.138.755.155**	**1.217.534.834**	

MESES AÑO	12
RECAUDADO	11
POR RECAUDAR	1

Fuente: Autores

Recaudo en pesos. El recaudo de impuestos de aquellos productos cuyo precio esté regulado por el estado y percepción de subsidios. Con ello para efectos de la exclusión de la base gravable, en el caso los pagos serán del 50% contado y el 50% a crédito.

Pagos en pesos. El pago de impuestos de aquellos productos cuyo precio esté regulado por el estado y percepción de subsidios. Con ello para efectos de la exclusión de la base gravable, en el caso los pagos serán del 50% contado y el 50% a crédito.

5.15 ESTADOS DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN

Tabla 20: Estados de resultados sin financiación

ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION DE J.E.M S.A.S					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INGRESOS					
VENTAS	1.120.147.200	1.198.756.890	1.280.394.632	1.370.250.166	1.464.989.263
(-)COSTO	1.021.592.538	1.093.285.859	1.167.740.813	1.249.690.528	1.336.094.131
UTILIDAD BRUTA	**98.554.662**	**105.471.031**	**112.653.819**	**120.559.639**	**128.895.132**
GASTOS DE OPERACIÓN					
NOMINA ADMON Y VENTAS	12.616.033	13.007.130	13.384.337	13.799.252	14.213.229
GASTOS ADMINISTRACION	12.043.753	12.417.110	12.777.206	13.173.299	13.568.498
GASTOS DIFERIDOS	5.618.550	0	0	0	0
DEPRECIACION	3.423.533	3.423.533	3.423.533	1.779.000	1.779.000
GASTOS DE . VENTAS	3.316.920	3.419.745	3.518.917	3.628.004	3.736.844
ICA	3.696.486	3.955.898	4.225.302	4.521.826	4.834.465
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	**40.715.276**	**36.223.416**	**37.329.296**	**36.901.380**	**38.132.036**
UTILIDAD OPERACIONAL	**57.839.386**	**69.247.615**	**75.324.523**	**83.658.259**	**90.763.097**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS					
GASTOS FINANCIEROS	0				
GASTOS FINANCIEROS LEASING	0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**57.839.386**	**69.247.615**	**75.324.523**	**83.658.259**	**90.763.097**
IMPUESTO DE RENTA	14.459.847	17.311.904	18.831.131	20.914.565	22.690.774
CREE	5.205.545	6.232.285	6.779.207	7.529.243	8.168.679
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**38.173.995**	**45.703.426**	**49.714.185**	**55.214.451**	**59.903.644**
RESERVA LEGAL	3.817.399	4.570.343	4.971.419	5.521.445	5.990.364
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**34.356.595**	**41.133.083**	**44.742.767**	**49.693.006**	**53.913.279**
RESERVA LEGAL ACUMULADA	3.817.399	8.387.742	13.359.161	18.880.606	24.870.970
UTILIDAD ACUMULADA	34.356.595	75.489.679	120.232.446	169.925.451	223.838.731

Fuente: Autores

Estado de resultados sin financiación. En el estado de resultados sin financiación se toman en cuenta los costos, ventas totales del proyecto, los egresos e ingresos que la empresa efectúa, la diferencia con el estado de resultados con financiación reside en que se tienen en cuenta los gastos financieros del préstamo y se da una disminución en la utilidad acumulada y la reserva legal acumulada.

5.16 ESTADOS DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN

Tabla 21: Estados de resultados con financiación

ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION DE J.E.M S.A.S					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INGRESOS					
VENTAS	1.120.147.200	1.198.756.890	1.280.394.632	1.370.250.166	1.464.989.263
(-)COSTO	1.021.592.538	1.093.285.859	1.167.740.813	1.249.690.528	1.336.094.131
UTILIDAD BRUTA	**98.554.662**	**105.471.031**	**112.653.819**	**120.559.639**	**128.895.132**
GASTOS DE OPERACIÓN					
NOMINA DE ADMON Y VENTAS	12.616.033	13.007.130	13.384.337	13.799.252	14.213.229
GASTOS ADMINISTRACION	12.043.753	12.417.110	12.777.206	13.173.299	13.568.498
GASTOS DIFERIDOS	5.618.550	0	0	0	0
DEPRECIACION	3.423.533	3.423.533	3.423.533	1.779.000	1.779.000
GASTOS DE VENTA	3.316.920	3.419.745	3.518.917	3.628.004	3.736.844
ICA	3.696.486	3.955.898	4.225.302	4.521.826	4.834.465
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓI	**40.715.276**	**36.223.416**	**37.329.296**	**36.901.380**	**38.132.036**
UTILIDAD OPERACIONAL	**57.839.386**	**69.247.615**	**75.324.523**	**83.658.259**	**90.763.097**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS					
GASTOS FINANCIEROS	3.783.570	3.108.183	2.351.750	1.504.545	555.675
GASTOS FIN. LEASING	0	0	0	0	0
T. OTROS GASTOS E INGRESO	**3.783.570**	**3.108.183**	**2.351.750**	**1.504.545**	**555.675**
UT. NETA ANTES DE IMPUESTO	**54.055.816**	**66.139.432**	**72.972.773**	**82.153.714**	**90.207.421**
IMPUESTO DE RENTA	13.513.954	16.534.858	18.243.193	20.538.428	22.551.855
CREE	4.865.023	5.952.549	6.567.550	7.393.834	8.118.668
UT. NETA DESPUES DE IPUEST	**35.676.839**	**43.652.025**	**48.162.030**	**54.221.451**	**59.536.898**
RESERVA LEGAL	3.567.684	4.365.203	4.816.203	5.422.145	5.953.690
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**32.109.155**	**39.286.823**	**43.345.827**	**48.799.306**	**53.583.208**
RESERVA LEGAL ACUMULADA	3.567.684	7.932.886	12.749.089	18.171.234	24.124.924
UTILIDAD ACUMULADA	**32.109.155**	**71.395.977**	**114.741.804**	**163.541.110**	**217.124.318**

Fuente: Autores

Estado de resultado con financiación. Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o período determinado pueden arrojar información valiosa para la toma de decisiones que pueden beneficiar más adelante la organización.

5.17 FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN

El flujo de caja nos muestra la liquidez de la empresa, nos permite analizar la viabilidad del proyecto de inversión y verificar la rentabilidad de la organización para así tomar decisiones que favorezcan a la empresa. El flujo de caja permite saber en qué periodo se van a tener excedentes o disminuciones de dinero y cuánto va ser su monto.

El flujo de caja sin financiación cuenta con unos conceptos muy importantes en el estudio financiero como lo son:

EL VPN en el proyecto de inversión consiste en traer los ingresos y egresos al presente, puede ser positivo, negativo o mantenerse igual, se conoce como el valor del dinero en función del tiempo. Este valor está en $70.296.222, nos permite determinar que la inversión cumple con el objetivo básico financiero como lo es maximizar la inversión.

LA TIR es la tasa que iguala el valor presente neto a cero, es la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio. El valor de la TIR del proyecto es de 61,18%, lo que significa que es una tasa de rentabilidad promedio anual alta, la cual paga a los inversionistas más del 60% por invertir sus fondos allí.

EL B/C es el número de veces que los flujos de caja cubren las inversiones. La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar. La relación obtenida es 1,79, es mayor a 1, lo que significa que los ingresos netos son mayores a los egresos netos y en consecuencia, el proyecto generará ganancia a los dueños.

Tabla 22: Flujo de caja sin financiación

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN DE J.E.M S.A.S						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	(89.388.101)					
INGRESOS		1.252.697.952	1.387.282.589	1.481.856.200	1.585.746.212	1.695.440.083
EGRESOS		1.186.427.803	1.334.352.755	1.426.733.115	1.526.008.223	1.631.437.128
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		66.270.149	52.929.834	55.123.085	59.737.989	64.002.955
FLUJO FINANCIERO		0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO	(89.388.101)	66.270.149	52.929.834	55.123.085	59.737.989	64.002.955

FLUJO DE CAJA NETO	
DTF (EA)	4,39%
SPREAD (EA)	20,00%
COSTO DE OPORTUNIDAD	**25,27%**
VPN ($)	70.296.222
TIR (%)	**61,18%**
B/C (VECES)	**1,79**

Fuente: Autores

5.18 FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN

El flujo de caja con financiación nos muestra la liquidez de la empresa estando financiados por una entidad financiera, nos permite analizar la viabilidad del proyecto de inversión y verificar la rentabilidad de la organización para así tomar decisiones que favorezcan a la empresa.

El flujo de caja con financiación cuenta con unos conceptos muy importantes en el estudio financiero como lo son:

EL VPN. Este valor está en $ 82.726.918, con el cual determinamos que la inversión después de una financiación bancaria, incrementa el objetivo básico financiero como lo es maximizar la inversión respecto al flujo de caja sin financiación.

LA TIR del proyecto es de 93,20%, lo que significa que es una tasa de rentabilidad promedio anual alta, la cual paga a los inversionistas más del 90% por invertir sus fondos allí.

EL B/C obtenida es 2,54, es mayor a 1, lo que significa que los ingresos netos son mayores 2,5 veces mayor a los egresos netos y en consecuencia, el proyecto generará ganancia a los dueños.

Tabla 23: Flujo de caja con financiación

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN DE J.E.M S.A.S						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	(53.632.861)					
INGRESOS		1.252.697.952	1.387.282.589	1.481.856.200	1.585.746.212	1.695.440.083
EGRESOS		1.186.427.803	1.333.066.341	1.425.676.333	1.525.208.628	1.630.925.583
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		66.270.149	54.216.248	56.179.868	60.537.585	64.514.500
FLUJO FINANCIERO		9.411.793	9.411.793	9.411.793	9.411.793	9.411.793
FLUJO DE CAJA NETO	(53.632.861)	56.858.356	44.804.455	46.768.075	51.125.792	55.102.707

FLUJO DE CAJA NETO	
DTF (EA)	4,39%
SPREAC (EA)	20%
COSTO DE OPORTUNIDAD	**25,27%**
VPN ($)	82.726.918
TIR(%)	**93,20%**
B/C (VECES)	**2,54**

Fuente: Autores

5.19 BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN

El balance proyectado sin financiación es para saber cuál será su volumen de efectivo para un momento o periodo determinado, la empresa o proyecto debe realizar un balance general proyectado la cual permite saber si esta suficiente para atender compromisos internos y externos de la misma, para esto se necesita recurrir a diversos indicadores financieros.

Tabla 24: Balance general proyectado sin financiación

BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN- J.E.M S.A.S						
ACTIVOS CORRIENTES	**BALANCE INICIAL**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
CAJA BANCOS	69.940.951	136.211.100	189.140.934	244.264.019	304.002.008	368.004.963
C X C	0	46.672.800	49.948.204	53.349.776	57.093.757	61.041.219
INVENTARIOS	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	**69.940.951**	**182.883.900**	**239.089.138**	**297.613.795**	**361.095.765**	**429.046.182**
ACTIVOS FIJOS						
MAQUINARIA Y EQUIPOS	2.395.000	2.395.000	2.395.000	2.395.000	2.395.000	2.395.000
MUEBLES Y ENSERES	633.600	633.600	633.600	633.600	633.600	633.600
EQUIPO COMPUTO Y COMUNICACIÓN	4.300.000	4.300.000	4.300.000	4.300.000	4.300.000	4.300.000
VEHICULOS	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	3.423.533	6.847.067	10.270.600	12.049.600	13.828.600
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**13.828.600**	**10.405.067**	**6.981.533**	**3.558.000**	**1.779.000**	**0**
ACTIVOS DIFERIDOS						
DIFERIDOS	5.618.550	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	5.618.550	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**19.447.150**	**10.405.067**	**6.981.533**	**3.558.000**	**1.779.000**	**0**
TOTAL ACTIVOS	**89.388.101**	**193.288.966**	**246.070.671**	**301.171.795**	**362.874.765**	**429.046.182**
PASIVOS CORRIENTES						
C X P	0	38.894.000	41.623.503	44.458.147	47.578.131	50.867.683
CESANTIAS POR PAGAR	0	752.530	775.858	798.358	823.107	847.800
INTERESES A LAS CESANTIAS X PAGAR	0	90.340	93.140	95.841	98.812	101.777
CREE POR PAGAR	0	5.205.545	6.232.285	6.779.207	7.529.243	8.168.679
IMPUESTOS DE RENTA X PAGAR	0	14.459.847	17.311.904	18.831.131	20.914.565	22.690.774
IVA X PAGAR	0	2.628.124	2.812.561	3.004.102	3.214.924	3.437.204
ICA X PAGAR	0	3.696.486	3.955.898	4.225.302	4.521.826	4.834.465
TOTAL PASIVO CORRIENTE	**0**	**65.726.871**	**72.805.149**	**78.192.088**	**84.680.607**	**90.948.381**
PASIVOS NO CORRIENTES						
OBLIGACIONES BANCARIAS	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**	**65.726.871**	**72.805.149**	**78.192.088**	**84.680.607**	**90.948.381**
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	89.388.101	89.388.101	89.388.101	89.388.101	89.388.101	89.388.101
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	34.356.595	75.489.679	120.232.446	169.925.451	223.838.731
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	3.817.399	8.387.742	13.359.161	18.880.606	24.870.970
TOTAL PATRIMONIO	**89.388.101**	**127.562.096**	**173.265.522**	**222.979.707**	**278.194.158**	**338.097.802**
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	**89.388.101**	**193.288.966**	**246.070.671**	**301.171.795**	**362.874.765**	**429.046.182**
	0	0	0	0	0	0

Fuente: Autores

5.20 BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN

El balance proyectado con financiación es el total de los activos, pasivos y patrimonio, deben cuadrar y así permitirá que el gerente financiero de la organización tome las decisiones, ya sea hacer cambios para seguir con el proyecto o la cancelación del mismo, el balance general proyectado se desarrolla para saber si el proyecto va ser viable o no.

Tabla 25: Balance general proyectado con financiación

BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN - J.E.M S.A.S						
ACTIVOS CORRIENTES	**B. INICIAL**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
CAJA BANCOS	69.940.951	126.799.307	171.603.762	218.371.836	269.497.628	324.600.335
C X C	0	46.672.800	49.948.204	53.349.776	57.093.757	61.041.219
INVENTARIOS	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	**69.940.951**	**173.472.107**	**221.551.966**	**271.721.613**	**326.591.385**	**385.641.554**
ACTIVOS FIJOS						
MAQUINARIA Y EQUIPOS	2.395.000	2.395.000	2.395.000	2.395.000	2.395.000	2.395.000
MUEBLES Y ENSERES	633.600	633.600	633.600	633.600	633.600	633.600
EQUIPO COMPUTO Y	4.300.000	4.300.000	4.300.000	4.300.000	4.300.000	4.300.000
VEHICULOS	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	3.423.533	6.847.067	10.270.600	12.049.600	13.828.600
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**13.828.600**	**10.405.067**	**6.981.533**	**3.558.000**	**1.779.000**	**0**
OTROS ACTIVOS						
DIFERIDOS	5.618.550	0	0	0	0	0
TOTAL OTROS ACTIVOS	**5.618.550**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO	**19.447.150**	**10.405.067**	**6.981.533**	**3.558.000**	**1.779.000**	**0**
TOTAL ACTIVOS	**89.388.101**	**183.877.173**	**228.533.499**	**275.279.613**	**328.370.385**	**385.641.554**
PASIVOS CORRIENTES						
C X P	0	38.894.000	41.623.503	44.458.147	47.578.131	50.867.683
CESANTIAS X PAGAR	0	752.530	775.858	798.358	823.107	847.800
INTERESES A LAS CESANTIAS X	0	90.340	93.140	95.841	98.812	101.777
CREE POR PAGAR	0	4.865.023	5.952.549	6.567.550	7.393.834	8.118.668
IMPUESTOS DE RENTA X PAGAR	0	13.513.954	16.534.858	18.243.193	20.538.428	22.551.855
IVA X PAGAR	0	2.628.124	2.812.561	3.004.102	3.214.924	3.437.204
ICA X PAGAR	0	3.696.486	3.955.898	4.225.302	4.521.826	4.834.465
TOTAL PASIVO CORRIENTE	**0**	**64.440.457**	**71.748.367**	**77.392.493**	**84.169.062**	**90.759.451**
PASIVOS NO CORRIENTES						
OBLIGACIONES BANCARIAS	35.755.240	30.127.018	23.823.408	16.763.365	8.856.118	0
LEASING FINANCIERO	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**35.755.240**	**30.127.018**	**23.823.408**	**16.763.365**	**8.856.118**	**0**
TOTAL PASIVOS	**35.755.240**	**94.567.474**	**95.571.775**	**94.155.859**	**93.025.180**	**90.759.451**
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	53.632.861	53.632.861	53.632.861	53.632.861	53.632.861	53.632.861
UTILIDAD O PERDIDA	0	32.109.155	71.395.977	114.741.804	163.541.110	217.124.318
RESERVA LEGAL	0	3.567.684	7.932.886	12.749.089	18.171.234	24.124.924
TOTAL PATRIMONIO	**53.632.861**	**89.309.699**	**132.961.724**	**181.123.754**	**235.345.205**	**294.882.103**
TOTAL PASIVO MAS	**89.388.101**	**183.877.173**	**228.533.499**	**275.279.613**	**328.370.385**	**385.641.554**
	0	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**

Fuente: Autores

5.21 ANÁLISIS VERTICAL BGPSF

Tabla 26: Análisis vertical balance general proyectado sin financiación

ANALISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN- J.E.M S.A.S												
ACTIVOS CORRIENTES	BALANCE INICIAL	ANALISIS VERTICAL	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
CAJA BANCOS	70.397.745	81,48%	134.779.102	93,93%	185.831.491	96,81%	239.367.867	98,54%	297.499.754	99,41%	360.170.390	100,00%
C X C	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
INVENTARIOS	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	**70.397.745**	81,48%	**134.779.102**	93,93%	**185.831.491**	96,81%	**239.367.867**	98,54%	**297.499.754**	99,41%	**360.170.390**	100,00%
ACTIVOS FIJOS												
MAQUINARIA Y EQUIPOS	2.395.000	2,77%	2.395.000	1,67%	2.395.000	1,25%	2.395.000	0,99%	2.395.000	0,80%	2.395.000	0,66%
MUEBLES Y ENSERES	633.600	0,73%	633.600	0,44%	633.600	0,33%	633.600	0,26%	633.600	0,21%	633.600	0,18%
EQUIPO COMPUTO Y COMUNICACIÓN	1.750.000	2,03%	1.750.000	1,22%	1.750.000	0,91%	1.750.000	0,72%	1.750.000	0,58%	1.750.000	0,49%
VEHICULOS	6.500.000	7,52%	6.500.000	4,53%	6.500.000	3,39%	6.500.000	2,68%	6.500.000	2,17%	6.500.000	1,80%
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	0,00%	2.573.533	1,79%	5.147.067	2,68%	7.720.600	3,18%	9.499.600	3,17%	11.278.600	3,13%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**11.278.600**	13,05%	**8.705.067**	6,07%	**6.131.533**	3,19%	**3.558.000**	1,46%	**1.779.000**	0,59%	**0**	0,00%
ACTIVOS DIFERIDOS												
DIFERIDOS	4.718.550	5,46%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	4.718.550	5,46%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**15.997.150**	18,52%	**8.705.067**	6,07%	**6.131.533**	3,19%	**3.558.000**	1,46%	**1.779.000**	0,59%	**0**	0,00%
TOTAL ACTIVOS	**86.394.895**	100,00%	**143.484.168**	100,00%	**191.963.024**	100,00%	**242.925.867**	100,00%	**299.278.754**	100,00%	**360.170.390**	100,00%
PASIVOS CORRIENTES												
C X P	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
CESANTIAS POR PAGAR	0	0,00%	743.913	0,51%	766.974	0,40%	789.216	0,32%	813.682	0,27%	838.093	0,23%
INTERESES A LAS CESANTIAS X PAGAR	0	0,00%	89.305	0,06%	92.074	0,05%	94.744	0,04%	97.681	0,03%	100.611	0,03%
CREE POR PAGAR	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
IMPUESTOS DE RENTA X PAGAR	0	0,00%	14.422.746	9,87%	17.042.165	8,78%	18.554.964	7,57%	20.418.835	6,77%	22.188.819	6,12%
IVA X PAGAR	0	0,00%	2.647.385	1,81%	2.833.174	1,46%	3.026.118	1,23%	3.238.485	1,07%	3.462.394	0,96%
ICA X PAGAR	0	0,00%	3.696.486	2,53%	3.955.898	2,04%	4.225.302	1,72%	4.521.826	1,50%	4.834.465	1,33%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	**0**	0,00%	**21.599.835**	14,79%	**24.690.285**	12,72%	**26.690.345**	10,89%	**29.090.509**	9,65%	**31.424.381**	8,67%
PASIVOS NO CORRIENTES												
OBLIGACIONES BANCARIAS	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
LEASING FINANCIERO	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PASIVOS	**0**	0,00%	**21.599.835**	14,79%	**24.690.285**	12,72%	**26.690.345**	10,89%	**29.090.509**	9,65%	**31.424.381**	8,67%
PATRIMONIO												
CAPITAL SOCIAL	86.394.895	100,00%	86.394.895	59,15%	86.394.895	44,50%	86.394.895	35,24%	86.394.895	28,66%	86.394.895	23,84%
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	0,00%	34.268.445	23,46%	74.760.629	38,51%	118.847.223	48,48%	167.362.376	55,52%	220.083.009	60,74%
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	0,00%	3.807.605	2,61%	8.306.737	4,28%	13.205.247	5,39%	18.595.820	6,17%	24.453.668	6,75%
TOTAL PATRIMONIO	**86.394.895**	100,00%	**124.470.944**	85,21%	**169.462.260**	87,28%	**218.447.364**	89,11%	**272.353.090**	90,35%	**330.931.571**	91,33%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	**86.394.895**	100,00%	**146.070.780**	100,00%	**194.152.545**	100,00%	**245.137.709**	100,00%	**301.443.599**	100,00%	**362.355.952**	100,00%

Fuente: Autores

5.22 ANÁLISIS VERTICAL BGPCF

Tabla 27: Análisis vertical balance general proyectado con financiación

ANALISIS VERTICAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN - J.E.M S.A.S												
ACTIVOS CORRIENTES	B. INICIAL	ANALISIS VERTICAL	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
CAJA BANCOS	70.397.745	81,48%	125.682.467	93,52%	168.881.560	96,50%	214.342.697	98,37%	264.150.770	99,33%	318.219.188	100,00%
C X C	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
INVENTARIOS	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	**70.397.745**	81,48%	**125.682.467**	93,52%	**168.881.560**	96,50%	**214.342.697**	98,37%	**264.150.770**	99,33%	**318.219.188**	100,00%
ACTIVOS FIJOS												
MAQUINARIA Y EQUIPOS	2.395.000	2,77%	2.395.000	1,78%	2.395.000	1,37%	2.395.000	1,10%	2.395.000	0,90%	2.395.000	0,75%
MUEBLES Y ENSERES	633.600	0,73%	633.600	0,47%	633.600	0,36%	633.600	0,29%	633.600	0,24%	633.600	0,20%
EQUIPO COMPUTO Y COMUNICACIÓN	1.750.000	2,03%	1.750.000	1,30%	1.750.000	1,00%	1.750.000	0,80%	1.750.000	0,66%	1.750.000	0,55%
VEHICULOS	6.500.000	7,52%	6.500.000	4,84%	6.500.000	3,71%	6.500.000	2,98%	6.500.000	2,44%	6.500.000	2,04%
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	0,00%	2.573.533	1,92%	5.147.067	2,94%	7.720.600	3,54%	9.499.600	3,57%	11.278.600	3,54%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**11.278.600**	13,05%	**8.705.067**	6,48%	**6.131.533**	3,50%	**3.558.000**	1,63%	**1.779.000**	0,67%	**0**	0,00%
OTROS ACTIVOS												
DIFERIDOS	4.718.550	5,46%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL OTROS ACTIVOS	4.718.550	5,46%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**15.997.150**	18,52%	**8.705.067**	6,48%	**6.131.533**	3,50%	**3.558.000**	1,63%	**1.779.000**	0,67%	**0**	0,00%
TOTAL ACTIVOS	**86.394.895**	100,00%	**134.387.534**	100,00%	**175.013.093**	100,00%	**217.900.697**	100,00%	**265.929.770**	100,00%	**318.219.188**	100,00%
PASIVOS CORRIENTES												
C X P	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
CESANTIAS X PAGAR	0	0,00%	743.913	0,54%	766.974	0,43%	789.216	0,36%	813.682	0,30%	838.093	0,26%
INTERESES A LAS CESANTIAS X PAGAR	0	0,00%	89.305	0,07%	92.074	0,05%	94.744	0,04%	97.681	0,04%	100.611	0,03%
CREE POR PAGAR	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
IMPUESTOS DE RENTA X PAGAR	0	0,00%	13.508.527	9,84%	16.291.139	9,18%	17.986.713	8,16%	20.055.294	7,48%	22.054.552	6,88%
IVA X PAGAR	0	0,00%	2.647.385	1,93%	2.833.174	1,60%	3.026.118	1,37%	3.238.485	1,21%	3.462.394	1,08%
ICA X PAGAR	0	0,00%	3.696.486	2,69%	3.955.898	2,23%	4.225.302	1,92%	4.521.826	1,69%	4.834.465	1,51%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	**0**	0,00%	**20.685.617**	15,07%	**23.939.259**	13,49%	**26.122.095**	11,86%	**28.726.968**	10,71%	**31.290.114**	9,76%
PASIVOS NO CORRIENTES												
OBLIGACIONES BANCARIAS	34.557.958	40,00%	29.118.199	21,21%	23.025.669	12,97%	16.202.035	7,35%	8.559.566	3,19%	0	0,00%
LEASING FINANCIERO	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**34.557.958**	40,00%	**29.118.199**	21,21%	**23.025.669**	12,97%	**16.202.035**	7,35%	**8.559.566**	3,19%	**0**	0,00%
TOTAL PASIVOS	**34.557.958**	40,00%	**49.803.816**	36,27%	**46.964.928**	26,46%	**42.324.130**	19,21%	**37.286.534**	13,90%	**31.290.114**	9,76%
PATRIMONIO												
CAPITAL SOCIAL	51.836.937	60,00%	51.836.937	37,75%	51.836.937	29,21%	51.836.937	23,53%	51.836.937	19,33%	51.836.937	16,18%
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA.	0	0,00%	32.096.261	23,38%	70.804.007	39,90%	113.540.438	51,54%	161.191.817	60,10%	213.593.432	66,65%
RESERVA LEGAL	0	0,00%	3.566.251	2,60%	7.867.112	4,43%	12.615.604	5,73%	17.910.202	6,68%	23.732.604	7,41%
TOTAL PATRIMONIO	**51.836.937**	60,00%	**87.499.449**	63,73%	**130.508.056**	73,54%	**177.992.979**	80,79%	**230.938.956**	86,10%	**289.162.972**	90,24%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	**86.394.895**	100,00%	**137.303.264**	100,00%	**177.472.984**	100,00%	**220.317.109**	100,00%	**268.225.490**	100,00%	**320.453.086**	100,00%

Fuente: Autores

5.23 ANÁLISIS VERTICAL ERSF

Tabla 28: Análisis vertical estado de resultados sin financiación

ANALISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION J.E.M S.A.S										
	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
INGRESOS										
VENTAS	1.120.147.200	**100,00%**	1.198.756.890	**100,00%**	1.280.394.632	**100,00%**	1.370.250.166	**100,00%**	1.464.989.263	**100,00%**
(-)COSTO	1.020.870.246	**91,14%**	1.092.512.878	**91,14%**	1.166.915.190	**91,14%**	1.248.806.964	**91,14%**	1.335.149.478	**91,14%**
UTILIDAD BRUTA	**99.276.954**	**8,86%**	**106.244.012**	**8,86%**	**113.479.442**	**8,86%**	**121.443.202**	**8,86%**	**129.839.785**	**8,86%**
GASTOS DE OPERACIÓN										
NOMINA ADMON Y VENTAS	12.471.575	**1,11%**	12.858.194	**1,07%**	13.231.082	**1,03%**	13.641.245	**1,00%**	14.050.482	**0,96%**
GASTOS ADMINISTRACION	11.925.365	**1,06%**	12.295.052	**1,03%**	12.651.608	**0,99%**	13.043.808	**0,95%**	13.435.122	**0,92%**
GASTOS DIFERIDOS	4.718.550	**0,42%**	0	**0,00%**	0	**0,00%**	0	**0,00%**	0	**0,00%**
DEPRECIACION	2.573.533	**0,23%**	2.573.533	**0,21%**	2.573.533	**0,20%**	1.779.000	**0,13%**	1.779.000	**0,12%**
GASTOS DE . VENTAS	6.200.460	**0,55%**	6.392.674	**0,53%**	6.578.062	**0,51%**	6.781.982	**0,49%**	6.985.441	**0,48%**
ICA	3.696.486	**0,33%**	3.955.898	**0,33%**	4.225.302	**0,33%**	4.521.826	**0,33%**	4.834.465	**0,33%**
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	**41.585.970**	**3,71%**	**38.075.351**	**3,18%**	**39.259.587**	**3,07%**	**39.767.860**	**2,90%**	**41.084.511**	**2,80%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**57.690.984**	**5,15%**	**68.168.661**	**5,69%**	**74.219.854**	**5,80%**	**81.675.341**	**5,96%**	**88.755.274**	**6,06%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS		**0,00%**		**0,00%**		**0,00%**		**0,00%**		**0,00%**
GASTOS FINANCIEROS	0	**0,00%**	0	**0,00%**	0	**0,00%**	0	**0,00%**	0	**0,00%**
GASTOS FINANCIEROS LEASING		**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	**57.690.984**	**5,15%**	**68.168.661**	**5,69%**	**74.219.854**	**5,80%**	**81.675.341**	**5,96%**	**88.755.274**	**6,06%**
IMPUESTO DE RENTA	14.422.746	**1,29%**	17.042.165	**1,42%**	18.554.964	**1,45%**	20.418.835	**1,49%**	22.188.819	**1,51%**
CREE	5.192.189	**0,46%**	6.135.179	**0,51%**	6.679.787	**0,52%**	7.350.781	**0,54%**	7.987.975	**0,55%**
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**43.268.238**	**3,86%**	**51.126.496**	**4,26%**	**55.664.891**	**4,35%**	**61.256.506**	**4,47%**	**66.566.456**	**4,54%**
RESERVA LEGAL	4.326.824	**0,39%**	5.112.650	**0,43%**	5.566.489	**0,43%**	6.125.651	**0,45%**	6.656.646	**0,45%**
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**38.941.414**	**3,48%**	**46.013.846**	**3,84%**	**50.098.402**	**3,91%**	**55.130.855**	**4,02%**	**59.909.810**	**4,09%**

Fuente: Autores

5.24 ANÁLISIS VERTICAL ERCF

Tabla 29: Análisis vertical estado de resultados con financiación

ANALISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION DE J.E.M S.A.S										
	AÑO 1	ANALISIS VERTICAL	AÑO 2	ANALISIS VERTICAL	AÑO 3	ANALISIS VERTICAL	AÑO 4	ANALISIS VERTICAL	AÑO 5	ANALISIS VERTICAL
INGRESOS										
VENTAS	1.120.147.200	100,00%	1.198.756.890	100,00%	1.280.394.632	100,00%	1.370.250.166	100,00%	1.464.989.263	100,00%
(-)COSTO	1.020.870.246	91,14%	1.092.512.878	91,14%	1.166.915.190	91,14%	1.248.806.964	91,14%	1.335.149.478	91,14%
UTILIDAD BRUTA	99.276.954	8,86%	106.244.012	8,86%	113.479.442	8,86%	121.443.202	8,86%	129.839.785	8,86%
GASTOS DE OPERACIÓN		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
NOMINA DE ADMON Y VENTAS	12.471.575	1,11%	12.471.575	1,04%	13.231.082	1,03%	13.641.245	1,00%	14.050.482	0,96%
GASTOS ADMINISTRACION	11.925.365	1,06%	12.295.052	1,03%	12.651.608	0,99%	13.043.808	0,95%	13.435.122	0,92%
GASTOS DIFERIDOS	4.718.550	0,42%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
DEPRECIACION	2.573.533	0,23%	2.573.533	0,21%	2.573.533	0,20%	1.779.000	0,13%	1.779.000	0,12%
GASTOS DE VENTA	6.200.460	0,55%	6.392.674	0,53%	6.578.062	0,51%	6.781.982	0,49%	6.985.441	0,48%
ICA	3.696.486	0,33%	3.955.898	0,33%	4.225.302	0,33%	4.521.826	0,33%	4.834.465	0,33%
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	41.585.970	3,71%	37.688.732	3,14%	39.259.587	3,07%	39.767.860	2,90%	41.084.511	2,80%
UTILIDAD OPERACIONAL	57.690.984	5,15%	68.555.280	5,72%	74.219.854	5,80%	81.675.341	5,96%	88.755.274	6,06%
GASTOS FINANCIEROS	3.656.875	0,33%	3.004.104	0,25%	2.273.001	0,18%	1.454.165	0,11%	537.068	0,04%
GASTOS FIN. LEASING	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL OTROS GASTOS E INGRESOS	3.656.875	0,33%	3.004.104	0,25%	2.273.001	0,18%	1.454.165	0,11%	537.068	0,04%
UT. NETA ANTES DE IMPUESTOS	54.034.109	4,82%	65.551.175	5,47%	71.946.854	5,62%	80.221.177	5,85%	88.218.206	6,02%
IMPUESTO DE RENTA	13.508.527	1,21%	16.387.794	1,37%	17.986.713	1,40%	20.055.294	1,46%	22.054.552	1,51%
CREE	4.322.729	0,39%	5.244.094	0,44%	5.755.748	0,45%	6.417.694	0,47%	7.057.456	0,48%
UT. NETA DESPUES DE IPUESTOS	40.525.582	3,62%	49.163.382	4,10%	53.960.140	4,21%	60.165.883	4,39%	66.163.655	4,52%
RESERVA LEGAL	4.052.558	0,36%	4.916.338	0,41%	5.396.014	0,42%	6.016.588	0,44%	6.616.365	0,45%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	36.473.024	3,26%	44.247.043	3,69%	48.564.126	3,79%	54.149.294	3,95%	59.547.289	4,06%

Fuente: Autores

5.25 ANÁLISIS HORIZONTAL BGPSF

Para el análisis horizontal se tomó en cuenta y se realizó unas comparaciones con cada año, el análisis horizontal, lo que se busca es determinar la variación absoluta y relativa que haya sufrido cada partida de los estados financieros en un periodo respecto a otro. Determina cual fuel el crecimiento o decrecimiento de una cuenta en un periodo determinado. Es el análisis que permite determinar si el comportamiento de la empresa en un periodo fue bueno o malo.

Tabla 30: Análisis horizontal balance general proyectado sin financiación

ANALISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN- J.E.M S.A.S																
ACTIVOS CORRIENTES	B. 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
CAJA BANCOS	70.397.745	134.779.102	64.381.357	91,45%	185.831.491	51.052.389	37,88%	239.367.867	53.536.376	28,81%	297.499.754	58.131.887	24,29%	360.170.390	62.670.637	21,07%
C X C	0	46.672.800	46.672.800	0,00%	49.948.204	3.275.404	7,02%	53.349.776	3.401.573	6,81%	57.093.757	3.743.981	7,02%	61.041.219	3.947.462	6,91%
INVENTARIOS	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	70.397.745	181.451.902	111.054.157	157,75%	235.779.694	54.327.793	29,94%	292.717.643	56.937.949	24,15%	354.593.511	61.875.868	21,14%	421.211.610	66.618.099	18,79%
ACTIVOS FIJOS																
MAQUINARIA Y EQUIPOS	2.395.000	2.395.000	0	0,00%	2.395.000	0	0,00%	2.395.000	0	0,00%	2.395.000	0	0,00%	2.395.000	0	0,00%
MUEBLES Y ENSERES	633.600	633.600	0	0,00%	633.600	0	0,00%	633.600	0	0,00%	633.600	0	0,00%	633.600	0	0,00%
EQUIPO COMPUTO Y COMUNICACIONS	1.750.000	1.750.000	0	0,00%	1.750.000	0	0,00%	1.750.000	0	0,00%	1.750.000	0	0,00%	1.750.000	0	0,00%
VEHICULOS	6.500.000	6.500.000	0	0,00%	6.500.000	0	0,00%	6.500.000	0	0,00%	6.500.000	0	0,00%	6.500.000	0	0,00%
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	2.573.533	2.573.533	0,00%	5.147.067	2.573.533	100,00%	7.720.600	2.573.533	50,00%	9.499.600	1.779.000	23,04%	11.278.600	1.779.000	18,73%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11.278.600	8.705.067	(2.573.533)	(22,82%)	6.131.533	(2.573.533)	(29,56%)	3.558.000	(2.573.533)	(41,97%)	1.779.000	(1.779.000,0)	(50,00%)	0	(1.779.000)	(100,00%)
ACTIVOS DIFERIDOS																
DIFERIDOS	4.718.550	0	(4.718.550)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	4.718.550	0	(4.718.550)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	15.997.150	8.705.067	(7.292.083)	(45,58%)	6.131.533	(2.573.533)	(29,56%)	3.558.000	(2.573.533)	(41,97%)	1.779.000	(1.779.000,0)	(50,00%)	0	(1.779.000)	(100,00%)
TOTAL ACTIVOS	86.394.895	190.156.968	103.762.074	120,10%	241.911.228	51.754.259	27,22%	296.275.643	54.364.415	22,47%	356.372.511	60.096.868	20,28%	421.211.610	64.839.099	18,19%
PASIVOS CORRIENTES																
C X P	0	38.894.000	38.894.000	0,00%	41.623.503	2.729.503	0,00%	44.458.147	2.834.644	0,00%	47.578.131	3.119.984	0,00%	50.867.683	3.289.552	0,00%
CESANTIAS POR PAGAR	0	743.913	743.913	0,00%	766.974	23.061	3,10%	789.216	22.242	2,90%	813.682	24.466	3,10%	838.093	24.410	3,00%
INTERESES A LAS CESANTIAS X PAGAR	0	89.305	89.305	0,00%	92.074	2.768	3,10%	94.744	2.670	2,90%	97.681	2.937	3,10%	100.611	2.930	3,00%
CREE POR PAGAR	0	5.192.189	5.192.189	0,00%	6.135.179	942.991	0,00%	6.679.787	544.607	0,00%	7.350.781	670.994	0,00%	7.987.975	637.194	0,00%
IMPUESTOS DE RENTA X PAGAR	0	14.422.746	14.422.746	0,00%	17.042.165	2.619.419	18,16%	18.554.964	1.512.798	8,88%	20.418.835	1.863.872	10,05%	22.188.819	1.769.983	8,67%
IVA X PAGAR	0	2.647.385	2.647.385	0,00%	2.833.174	185.788	7,02%	3.026.118	192.945	6,81%	3.238.485	212.367	7,02%	3.462.394	223.909	6,91%
ICA X PAGAR	0	3.696.486	3.696.486	0,00%	3.955.898	259.412	7,02%	4.225.302	269.405	6,81%	4.521.826	296.523	7,02%	4.834.465	312.639	6,91%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	65.686.024	65.686.024	0,00%	72.448.967		0,00%	77.828.279	5.379.311	0,00%	84.019.421	6.191.142	0,00%	90.280.039	6.260.618	0,00%
PASIVOS NO CORRIENTES																
OBLIGACIONES BANCARIAS	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	65.686.024	65.686.024	0,00%	72.448.967		0,00%	77.828.279	5.379.311	0,00%	84.019.421	6.191.142	0,00%	90.280.039	6.260.618	0,00%
PATRIMONIO																
CAPITAL SOCIAL	86.394.895	86.394.895	0	0,00%	86.394.895	0	0,00%	86.394.895	0	0,00%	86.394.895	0	0,00%	86.394.895	0	0,00%
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	0	34.268.445	34.268.445	0,00%	74.760.629	40.492.185	0,00%	118.847.223	44.086.594	58,97%	167.362.376	48.515.153	40,82%	220.083.009	52.720.633	31,50%
RESERVA LEGAL ACUMULADA	0	3.807.605	3.807.605	0,00%	8.306.737	4.499.132	0,00%	13.205.247	4.898.510	0,00%	18.595.820	5.390.573	40,82%	24.453.668	5.857.848	31,50%
TOTAL PATRIMONIO	86.394.895	124.470.944	38.076.050	44,07%	169.462.260	44.991.316	36,15%	218.447.364	48.985.104	28,91%	272.353.090	53.905.725	24,66%	330.931.571	58.578.481	21,51%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	86.394.895	190.156.968	103.762.074	120,10%	241.911.228	51.754.259	27,22%	296.275.643	54.364.415	22,47%	356.372.511	60.096.868	20,28%	421.211.610	64.839.099	18,19%

Fuente: Autores

5.26 ANÁLISIS HORIZONTAL BGPCF

Tabla 31: Análisis horizontal balance general proyectado con financiación

ANALISIS HORIZONTAL BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN- J.E.M S.A.S																
ACTIVOS CORRIENTES	B. 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
CAJA BANCOS	70.397.745	125.682.467	55.284.723	78,53%	168.881.560	43.199.092	34,37%	214.342.697	45.461.137	26,92%	264.150.770	49.808.073	23,24%	318.219.188	54.068.418	20,47%
C X C	0	46.672.800	46.672.800	0,00%	49.948.204	3.275.404	7,02%	53.349.776	3.401.573	6,81%	57.093.757	3.743.981	7,02%	61.041.219	3.947.462	6,91%
INVENTARIOS	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	70.397.745	172.355.267	101.957.523	144,83%	218.829.763	46.474.496	26,96%	267.692.473	48.862.710	22,33%	321.244.527	53.552.054	20,01%	379.260.408	58.015.881	18,06%
ACTIVOS FIJOS																
MAQUINARIA Y EQUIPOS	2.395.000	2.395.000	0	0,00%	2.395.000	0	0,00%	2.395.000	0	0,00%	2.395.000	0	0,00%	2.395.000	0	0,00%
MUEBLES Y ENSERES	633.600	633.600	0	0,00%	633.600	0	0,00%	633.600	0	0,00%	633.600	0	0,00%	633.600	0	0,00%
EQUIPO COMPUTO Y	1.750.000	1.750.000	0	0,00%	1.750.000	0	0,00%	1.750.000	0	0,00%	1.750.000	0	0,00%	1.750.000	0	0,00%
VEHICULOS	6.500.000	6.500.000	0	0,00%	6.500.000	0	0,00%	6.500.000	0	0,00%	6.500.000	0	0,00%	6.500.000	0	0,00%
(-) DEPRECIACION ACUMULADA	0	2.573.533	2.573.533	0,00%	5.147.067	2.573.533	100,00%	7.720.600	2.573.533	50,00%	9.499.600	1.779.000	23,04%	11.278.600	1.779.000	18,73%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11.278.600	8.705.067	(2.573.533)	(22,82%)	6.131.533	(2.573.533)	(29,56%)	3.558.000	(2.573.533)	(41,97%)	1.779.000	(1.779.000)	(50,00%)	0	(1.779.000)	(100,00%)
OTROS ACTIVOS																
DIFERIDOS	4.718.550	0	(4.718.550)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL OTROS ACTIVOS	4.718.550	0	(4.718.550)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	15.997.150	8.705.067	(7.292.083)	(45,58%)	6.131.533	(2.573.533)	(29,56%)	3.558.000	(2.573.533)	(41,97%)	1.779.000	(1.779.000)	(50,00%)	0	(1.779.000)	(100,00%)
TOTAL ACTIVOS	86.394.895	181.060.334	94.665.439	109,57%	224.961.297	43.900.963	24,25%	271.250.473	46.289.176	20,58%	323.023.527	51.773.054	19,09%	379.260.408	56.236.881	17,41%
PASIVOS CORRIENTES																
C X P	0	38.894.000	38.894.000	0,00%	41.623.503	2.729.503	0,00%	44.458.147	2.834.644	0,00%	47.578.131	3.119.984	0,00%	50.867.683	3.289.552	0,00%
CESANTIAS X PAGAR	0	743.913	743.913	0,00%	766.974	23.061	3,10%	789.216	22.242	2,90%	813.682	24.466	3,10%	838.093	24.410	3,00%
INTERESES A LAS CESANTIAS X	0	89.305	89.305	0,00%	92.074	2.768	3,10%	94.744	2.670	2,90%	97.681	2.937	3,10%	100.611	2.930	3,00%
CREE POR PAGAR	0	4.863.070	4.863.070	0,00%	5.864.810	1.001.740	0,00%	6.475.217	610.407	0,00%	7.219.906	744.689	0,00%	7.939.639	719.733	0,00%
IMPUESTOS DE RENTA X PAGAR	0	13.508.527	13.508.527	0,00%	16.291.139	2.782.612	20,60%	17.986.713	1.695.574	10,41%	20.055.294	2.068.581	11,50%	22.054.552	1.999.257	9,97%
IVA X PAGAR	0	2.647.385	2.647.385	0,00%	2.833.174	185.788	7,02%	3.026.118	192.945	6,81%	3.238.485	212.367	7,02%	3.462.394	223.909	6,91%
ICA X PAGAR	0	3.696.486	3.696.486	0,00%	3.955.898	259.412	7,02%	4.225.302	269.405	6,81%	4.521.826	296.523	7,02%	4.834.465	312.639	6,91%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	64.442.686	64.442.686	0,00%	71.427.572	6.984.885	10,84%	77.055.458	5.627.887	7,88%	83.525.005	6.469.547	8,40%	90.097.436	6.572.431	7,87%
PASIVOS NO CORRIENTES																
OBLIGACIONES BANCARIAS	34.557.958	29.118.199	(5.439.759)	(15,74%)	23.025.669	(6.092.530)	(20,92%)	16.202.035	(6.823.634)	(29,63%)	8.559.566	(7.642.470)	(47,17%)	0	(8.559.566)	(100,00%)
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	34.557.958	29.118.199	(5.439.759)	(15,74%)	23.025.669	(6.092.530)	(20,92%)	16.202.035	(6.823.634)	(29,63%)	8.559.566	(7.642.470)	(47,17%)	0	(8.559.566)	(100,00%)
TOTAL PASIVOS	34.557.958	93.560.885	59.002.928	170,74%	94.453.241	892.355	0,95%	93.257.494	-1.195.747	-1,27%	92.084.571	(1.172.923)	(1,26%)	90.097.436	(1.987.135)	(2,16%)
PATRIMONIO																
CAPITAL SOCIAL	51.836.937	51.836.937	0	0,00%	51.836.937	0	0,00%	51.836.937	0	0,00%	51.836.937	0	0,00%	51.836.937	0	0,00%
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA.	0	32.096.261	32.096.261	0,00%	70.804.007	38.707.747	120,60%	113.540.438	42.736.431	60,36%	161.191.817	47.651.379	41,97%	213.593.432	52.401.614	32,51%
RESERVA LEGAL	0	3.566.251	3.566.251	0,00%	7.867.112	4.300.861	120,60%	12.615.604	4.748.492	60,36%	17.910.202	5.294.598	41,97%	23.732.604	5.822.402	32,51%
TOTAL PATRIMONIO	51.836.937	87.499.449	35.662.512	68,80%	130.508.056	43.008.607	49,15%	177.992.979	47.484.923	36,38%	230.938.956	52.945.977	29,75%	289.162.972	58.224.016	25,21%
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	86.394.895	181.060.334	94.665.439	109,57%	224.961.297	43.900.963	24,25%	271.250.473	46.289.176	20,58%	323.023.527	51.773.054	19,09%	379.260.408	56.236.881	17,41%

Fuente: Autores

5.27 ANÁLISIS HORIZONTAL ERSF

Tabla 32: Análisis horizontal estado de resultados sin financiación.

ANALISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACION DE J.E.M S.A.S													
	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
INGRESOS													
VENTAS	1.120.147.200	1.198.756.890	78.609.690	6,56%	1.280.394.632	81.637.742	6,81%	1.370.250.166	89.855.534	7,02%	1.464.989.263	94.739.097	6,91%
(-)COSTO	1.020.870.246	1.092.512.878	71.642.632	6,56%	1.166.915.190	74.402.312	6,81%	1.248.806.964	81.891.774	7,02%	1.335.149.478	86.342.514	6,91%
UTILIDAD BRUTA	99.276.954	106.244.012	6.967.058	6,56%	113.479.442	7.235.430	6,81%	121.443.202	7.963.760	7,02%	129.839.785	8.396.583	6,91%
GASTOS DE OPERACIÓN													
NOMINA ADMON Y VENTAS	12.471.575	12.858.194	386.619	3,01%	13.231.082	372.888	2,90%	13.641.245	410.164	3,10%	14.050.482	409.237	3,00%
GASTOS ADMINISTRACION	11.925.365	12.295.052	369.686	3,01%	12.651.608	356.557	2,90%	13.043.808	392.200	3,10%	13.435.122	391.314	3,00%
GASTOS DIFERIDOS	4.718.550	0	(4.718.550)	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
DEPRECIACION	2.573.533	2.573.533	0	0,00%	2.573.533	0	0,00%	1.779.000	(794.533)	(30,87%	1.779.000	0	0,00%
GASTOS DE . VENTAS	6.200.460	6.392.674	192.214	3,01%	6.578.062	185.388	2,90%	6.781.982	203.920	3,10%	6.985.441	203.459	3,00%
ICA	3.696.486	3.955.898	259.412	6,56%	4.225.302	269.405	6,81%	4.521.826	296.523	7,02%	4.834.465	312.639	6,91%
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	41.585.970	38.075.351	(3.510.619)	(9,22%	39.259.587	1.184.236	3,11%	39.767.860	508.273	1,29%	41.084.511	1.316.650	3,31%
UTILIDAD OPERACIONAL	57.690.984	68.168.661	10.477.677	15,37%	74.219.854	6.051.193	8,88%	81.675.341	7.455.487	10,05%	88.755.274	7.079.933	8,67%
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
GASTOS FINANCIEROS LEASING	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	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	57.690.984	68.168.661	10.477.677	15,37%	74.219.854	6.051.193	8,88%	81.675.341	7.455.487	10,05%	88.755.274	7.079.933	8,67%
IMPUESTO DE RENTA	14.422.746	17.042.165	2.619.419	15,37%	18.554.964	1.512.798	8,88%	20.418.835	1.863.872	10,05%	22.188.819	1.769.983	8,67%
CREE	5.192.189	6.135.179	942.991	15,37%	6.679.787	544.607	8,88%	7.350.781	670.994	10,05%	7.987.975	637.194	8,67%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	38.076.050	44.991.316	6.915.267	15,37%	48.985.104	3.993.788	8,88%	53.905.725	4.920.621	10,05%	58.578.481	4.672.756	8,67%
RESERVA LEGAL	3.807.605	4.499.132	691.527	15,37%	4.898.510	399.379	8,88%	5.390.573	492.062	10,05%	5.857.848	467.276	8,67%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	34.268.445	40.492.185	6.223.740	15,37%	44.086.594	3.594.409	8,88%	48.515.153	4.428.559	10,05%	52.720.633	4.205.480	8,67%

Fuente: Autores

5.28 ANÁLISIS HORIZONTAL ERCF

Tabla 33: Análisis horizontal estado de resultados con financiación

ANALISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACION DE J.E.M S.A.S													
	AÑO 1	AÑO 2	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 3	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 4	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	AÑO 5	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
INGRESOS													
VENTAS	1.120.147.200	1.198.756.890	78.609.690	6,56%	1.280.394.632	81.637.742	6,81%	1.370.250.166	89.855.534	7,02%	1.464.989.263	94.739.097	6,91%
(-)COSTO	1.020.870.246	1.092.512.878	71.642.632	6,56%	1.166.915.190	74.402.312	6,81%	1.248.806.964	81.891.774	7,02%	1.335.149.478	86.342.514	6,91%
UTILIDAD BRUTA	99.276.954	106.244.012	6.967.058	6,56%	113.479.442	7.235.430	6,81%	121.443.202	7.963.760	7,02%	129.839.785	8.396.583	6,91%
GASTOS DE OPERACIÓN													
NOMINA DE ADMON Y VENTAS	12.471.575	12.858.194	386.619	3,01%	13.231.082	372.888	2,90%	13.641.245	410.164	3,10%	14.050.482	409.237	3,00%
GASTOS ADMINISTRACION	11.925.365	12.295.052	369.686	3,01%	12.651.608	356.557	2,90%	13.043.808	392.200	3,10%	13.435.122	391.314	3,00%
GASTOS DIFERIDOS	4.718.550	0	-4.718.550	#¡DIV/0!	0	0	#¡DIV/0!	0	0	#¡DIV/0!	0	0	#¡DIV/0!
DEPRECIACION	2.573.533	2.573.533	0	0,00%	2.573.533	0	0,00%	1.779.000	(794.533)	(30,87%	1.779.000	0	0,00%
GASTOS DE VENTA	6.200.460	6.392.674	192.214	3,01%	6.578.062	185.388	2,90%	6.781.982	203.920	3,10%	6.985.441	203.459	3,00%
ICA	3.696.486	3.955.898	259.412	6,56%	4.225.302	269.405	6,81%	4.521.826	296.523	7,02%	4.834.465	312.639	6,91%
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	41.585.970	38.075.351	-3.510.619	-9,22%	39.259.587	1.184.236	3,11%	39.767.860	508.273	1,29%	41.084.511	1.316.650	3,31%
UTILIDAD OPERACIONAL	57.690.984	68.168.661	10.477.677	15,37%	74.219.854	6.051.193	8,88%	81.675.341	7.455.487	10,05%	88.755.274	7.079.933	8,67%
GASTOS FINANCIEROS	3.656.875	3.004.104	(652.771)	(21,73%	2.273.001	(731.104)	(24,34%	1.454.165	(818.836,0)	(36,02%	537.068	(917.096)	(63,07%
GASTOS FIN. LEASING	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
T. OTROS GASTOS E INGRESOS	3.656.875	3.004.104	(652.771)	(21,73%	2.273.001	(731.104)	(24,34%	1.454.165	(818.836)	(36,02%	537.068	(917.096)	(63,07%
UT. NETA ANTES DE IMPUESTOS	54.034.109	65.164.557	11.130.448	17,08%	71.946.854	6.782.297	10,41%	80.221.177	8.274.323	11,50%	88.218.206	7.997.029	9,97%
IMPUESTO DE RENTA	13.508.527	16.291.139	2.782.612	17,08%	17.986.713	1.695.574	10,41%	20.055.294	2.068.581	11,50%	22.054.552	1.999.257	9,97%
CREE	4.863.070	5.864.810	1.001.740	17,08%	6.475.217	610.407	10,41%	7.219.906	744.689	11,50%	7.939.639	719.733	9,97%
UT. NETA DESPUES DE IPUESTOS	35.662.512	43.008.607	7.346.096	17,08%	47.484.923	4.476.316	10,41%	52.945.977	5.461.053	11,50%	58.224.016	5.278.039	9,97%
RESERVA LEGAL	3.566.251	4.300.861	734.610	17,08%	4.748.492	447.632	10,41%	5.294.598	546.105	11,50%	5.822.402	527.804	9,97%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	32.096.261	38.707.747	6.611.486	17,08%	42.736.431	4.028.684	10,41%	47.651.379	4.914.948	11,50%	52.401.614	4.750.235	9,97%

Fuente: Autores

5.29 RAZONES FINANCIERAS PARA ERSF

La razón es la comparación de dos cantidades, para indicar cuantas veces una de ellas contiene a la otra. Con respecto al capital de trabajo, para realizar dicha razón se tuvo en cuenta el total de activos corrientes menos el total de pasivos corrientes que tiene un valor para el año 1 de 117.157.029 este valor sigue aumentando para los otros años y termina en el año 5 con un valor de 338.097.802.

Para la razón corriente se divide el total activo corriente con el pasivo corriente que en el año 1 tiene un valor de 2,78 y para los siguientes años va aumentando terminando en el año 5 con un valor de 4,72.

El endeudamiento financiero del proyecto se divide el total de activos con el total pasivo para el año 1 tiene un porcentaje de 34,00% que va disminuyendo para los siguientes años y termina en el año 5 con un porcentaje de 21,20%.

Los rendimientos sobre activos se divide la utilidad neta después de impuestos con el total patrimonio que para el año 1 y se multiplica por 100, estos tienen un porcentaje de 2993% en el año 1, y para los años 2 , 3, 4 y 5 tienen una disminución porcentual.

El rendimiento sobre patrimonio se divide la utilidad neta antes de impuesto con el total patrimonio que para el año 1 tiene un porcentaje de 29,93% y para los años 2, 3, 4 y 5 tiene una disminución en sus porcentajes.

Para hallar los márgenes brutos se dividen la utilidad bruta con las ventas que para el año 1 tienen un porcentaje de 8.80% y se mantiene igual los siguientes años.

Para hallar el margen operacional se divide la utilidad operacional con las ventas que para el año 1 tiene un porcentaje de 5,16%, para los siguientes

años va aumentando los porcentajes y termina en al año 5 con un porcentaje de 6,20%.

El margen neto se obtiene de la división de la utilidad neta antes de impuesto con las ventas que para el año 1 es de 3,41% y va obteniendo un aumento en los años y finaliza en el año 5 con un porcentaje de 13,71%.

Tabla 34: Razones financieras para estados financieros sin financiación

J.E.M S.A.S					
RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACION					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO	117.157.029	166.283.988	219.421.707	276.415.158	338.097.802
RAZON CORRIENTE	2,78	3,28	3,81	4,26	4,72
ENDEUDAMIENTO	34,00%	29,59%	25,96%	23,34%	21,20%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	2993%	2638%	2230%	1985%	1772%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	29,93%	26,38%	22,30%	19,85%	17,72%
MARGEN BRUTO	8,80%	8,80%	8,80%	8,80%	8,80%
MARGEN OPERACIONAL	5,16%	5,78%	5,88%	6,11%	6,20%
MARGEN NETO	3,41%	8,57%	10,44%	12,32%	13,71%

Fuente: Autores

5.30 RAZONES FINANCIERAS PARA ERCF

La razón es la comparación de dos cantidades, para indicar cuantas veces una de ellas contiene a la otra. Con respecto al capital de trabajo, para realizar dicha razón se tuvo en cuenta el total de activos corrientes menos el total de pasivos corrientes que tiene un valor para el año 1 de 109.031.650 este valor sigue aumentando para los otros años y termina en el año 5 con un valor de 294.882.103.

Para hallar la razón corriente se divide el total activo corriente con el pasivo corriente que en el año 1 tiene un valor de 2,69 y para los siguientes años va aumentando terminando en el año 5 con un valor de 4,25.

Para hallar el endeudamiento financiero del proyecto se divide el total de activos con el total pasivo para el año 1 tiene un porcentaje de 51,43% que va disminuyendo para los siguientes años y termina en el año 5 con un porcentaje de 23,53%.

Para hallar los rendimientos sobre activos se divide la utilidad neta después de impuestos con el total patrimonio que para el año 1 y se multiplica por 100, estos tienen un porcentaje de 3994% en el año 1, y para los años 2, 3, 4 y 5 tienen una disminución porcentual.

Para hallar el rendimiento sobre patrimonio se divide la utilidad neta antes de impuesto con el total patrimonio que para el año 1 tiene un porcentaje de 39,95% y para los años 2, 3, 4 y 5 tiene una disminución en sus porcentajes.

Para hallar los márgenes brutos se dividen la utilidad bruta con las ventas que para el año 1 tienen un porcentaje de 8.80% y se mantiene igual para los siguientes años.

Para hallar el margen operacional se divide la utilidad operacional con las ventas que para el año 1 tiene un porcentaje de 5,16%, para los siguientes años va aumentando los porcentajes y termina en al año 5 con un porcentaje de 6,20%.

El margen neto se obtiene de la división de la utilidad neta antes de impuesto con las ventas que para el año 1 es de 3,19% y va obteniendo un aumento en los años y finaliza en el año 5 con un porcentaje de 4,06%.

Tabla 35: Razones financieras para estados financieros con financiación.

J.E.M S.A.S					
RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACION					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAPITAL DE TRABAJO	109.031.650	149.803.599	194.329.120	242.422.323	294.882.103
RAZON CORRIENTE	2,69	3,09	3,51	3,88	4,25
ENDEUDAMIENTO	51,43%	41,82%	34,20%	28,33%	23,53%
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	3994,73%	3283,05%	2659,07%	2303,91%	2019,01%
RENDIMIENTO SOBRE PATRIMONIO	39,95%	32,83%	26,59%	23,04%	20,19%
MARGEN BRUTO	8,80%	8,80%	8,80%	8,80%	8,80%
MARGEN OPERACIONAL	5,16%	5,78%	5,88%	6,11%	6,20%
MARGEN NETO	3,19%	3,64%	3,76%	3,96%	4,06%

Fuente: Autores

5.31 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio consiste en el nivel de producción que el proyecto alcanza para cubrir los costos y gastos con los ingresos obtenidos, si el proyecto o empresa incrementa las ventas lograra ubicarse por encima del punto de equilibrio y tendrá un beneficio positivo

Tabla 36: Punto de equilibrio

J.E.M S.A.S																	
TABLA 37 PUNTO DE EQUILIBRIO																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQULIBRIO PARA EL ESTADO DE RESULTADO SIN FIANCIACION	48	38	38	39	38	38	43	38	38	39	38	38	474	500	511	527	539
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQULIBRIO PARA EL ESTADO DE RESULTADO CON FIANCIACION	51	41	41	42	41	41	45	40	40	41	40	41	504	523	528	537	543

Fuente: Autores

5.32 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD MARGEN BRUTO

El análisis de sensibilidad consiste en identificar variables del proyecto con mayor pesos relativo comparando valores originales del VPN, la TIR y el B/C aplicando la variación porcentual para señalar los efectos en los resultados del proyecto.

Variable: Disminución margen brutos del 4% Esto se hace con el fin de comparar los cambios que se presentan el porcentaje que se utiliza en análisis de sensibilidad.

Tabla 37: Análisis de sensibilidad margen bruto

J.E.M S.A.S
ANALISIS DE SENSIBILIDAD

DISMINUCION MARGEN BRUTOS	4%

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION

	VALORES ORIGINALES	VALORES MODIFICADOS
VPN	70.296.222	(14.445.108)
TIR	61,18%	17,18%
B/C	1,79	0,84

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION

	VALORES ORIGINALES	VALORES MODIFICADOS
VPN	82.726.918	(2.014.412)
TIR	93,20%	23,44%
B/C	2,54	0,96

Fuente: Autores

6 CONCLUSIONES

El trabajo de investigación que se llevó a cabo servirá como material investigativo en el área administrativa para identificar, evaluar y calificar las variables que influyen en la viabilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de cocinas y puertas con diseños exclusivos ubicada en el Municipio de Santiago de Cali. A medida que se adquirían los conocimientos impartidos por los docentes de cada asignatura durante todo el proceso de formación en la academia, se fueron aplicando en el desarrollo de la investigación.

Este análisis contiene información relevante del estudio de mercadeo, técnico, organizacional-legal y financiero que sirve como base para sustentar las diferentes variables que influyen en pro y en contra del proyecto elaborado.

El grupo investigador concluye que la viabilidad del presente estudio de emprendimiento influye en la adquisición de procedimientos bien estructurados que se deben reflejar en cada una de las áreas involucradas en el proceso de producción y comercialización de cocinas y puertas con diseños exclusivos, adoptando estándares de calidad óptimos para el bienestar de los clientes potenciales.

Para desarrollar el proyecto se requiere de equipos especializados que se adoptarán para optimizar los procesos de producción, los insumos se encuentran actualmente asequibles en el mercado local, y se cuenta con el sitio adecuado para la producción del producto final, ajustado a las exigencias de cada cliente.

El sector que se beneficiará de este proyecto será el de la construcción, dado que el mercado objetivo está dirigido a ocho de las principales constructoras de la ciudad de Cali, en las cuales se llevan a cabo proyectos importantes de vivienda. El personal idóneo requerido para el área comercial y operativo será seleccionado por el gerente quien a su vez, hace parte de la junta directiva.

La investigación indico que el proyecto es financieramente rentable y que al cabo de un año de puesta en marcha la organización, se recuperaría la inversión inicial que aportarán los socios.

7 RECOMENDACIÓNES

Para abarcar un nicho de mercado más amplio se debe pensar en abrir una planta de producción con inversión tecnológica de punta, contemplar la adquisición de maquinaria y equipos para la optimización de la misma y crear estrategias de mercadeo capacitando al departamento comercial para incentivarlo al dinamismo y la versatilidad, en donde la herramienta que conduzca a la maximización de clientes sea el CRM o gestión de relación con los clientes la cual ayudará a conocer el comportamiento de los clientes y aumentará la facturación lo cual se ve representado en ganancias para la organización.

BIBLIOGRAFIA

Aiken, L. R. (2003). *Tests psicológicos y evaluación*. Pearson Educación.

Agüero, P. M. Z., Cabrera, N., & Manuel, Z. A. P. (2012). *Liderazgo Empresarial*. Venezuela: EAE. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books/about/Liderazgo_Empresarial.html?id=QdSgtgAACAAJ&redir_esc=y

Alcaldía de Santiago de Cali, & Departamento Administrativo de Planeación. (2014). *Cali en cifras 2013*. Recuperado 26 de mayo de 2015, a partir de http://planeacion.cali.gov.co/Publicaciones/Cali_en_Cifras/Caliencifras2013.pdf

Alcaraz Rodríguez, R. (2011). *El emprendedor de éxito* (4a Ed.). México: McGraw-Hill.

Alles, M. (2013). *Diccionario de competencias*. La trilogía. Tomo 1: Las 60 competencias más utilizadas. Ediciones Granica.

Alles, M. A. (2008). *Dirección estratégica de recursos humanos gestión por competencias* (2a. Ed). Buenos Aires: Granica.

Alonso, J. C., Arcos, M. A., Solano, J. A., Llanos, R. V., & Gallego, A. I. (2007). Una mirada descriptiva a las comunas de Cali. Recuperado 25 de octubre de 2015, a partir de http://www.icesi.edu.co/jcalonso/images/pdfs/Publicaciones/una_mirada_descriptiva_a_las_comunas_de_cali.pdf

Álvarez Collazos, A. (1993). *Administración de sueldos y salarios* (5a. Ed). Colombia: S.N.

Amaru Maximiano, A. C. (2008). *Administración para emprendedores fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. México: Prentice Hall.

Amaru Maximiano, A. C. (2009). *Fundamentos de administración: teoría general y proceso administrativo* (Editor Pablo Miguel Guerrero Rosas). México: Pearson Educación, Prentice Hall.

Arbós, L. C. (2012). *Gestión de la calidad total*: Organización de la producción y dirección de operaciones. Ediciones Díaz de Santos.

Arce, A. M. L. (2006). *Modelo de evaluación por competencias laborales*. Publicaciones Cruz O., S.A.

Banco de la República de Colombia. (2013). Índice de precios del productor (IPP) | Banco de la República (banco central de Colombia). Recuperado 22 de mayo de 2015, a partir de http://www.banrep.gov.co/es/ipp

Belio, J., & Sainz, A. (2007). *Claves para gestionar precio, producto y marca: cómo afrontar una guerra de precios*. Especial Directivos.

Benassini, M. (2009*). Introducción a la investigación de mercados: enfoque para América Latina* (2a. Ed). México: Pearson Educación.

Bernal Torres, C. A. (2007). *Introducción a la administración de las organizaciones: enfoque global e integral*. México: Pearson Educación: Prentice Hall.

Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3a Ed.). Bogotá: Prentice Hall.

Bernal Torres, C. A. (2013). *Proceso administrativo: para las organizaciones del siglo XXI* (2. Ed.). Colombia: Pearson Educación.

Berumen, S. A. (2009). *Competitividad, clusters e innovación.* México: Trillas.

Besley, S. (2009). *Fundamentos de administración financiera* (14a. Ed). México: Cengage Learning.

Best, R. J. (2007). *Marketing estratégico* (4a Ed). Madrid: Pearson educación.

Besterfield, D. H. (2009). *Control de calidad* (8. Ed). México: Pearson Educación.

Bilancio, G. (2008). *Marketing: las ideas, el conocimiento y la acción*. México: Pearson Educación.

Blanchard, K., Carlos, J. P., & Randolph, A. (2006). *Empowerment: Tres claves para que el proceso de facultar a los empleados funcione en su empresa*. Editorial Norma.

Bobadilla, L. M. G. (2011). + *Ventas* (4a. Ed.). Madrid: ESIC Editorial. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=bVwcFC7nDI4C&pg=RA2-PA73&dq=Es+un+proceso,+es+una+serie+de+pasos+concretos+y+ordenados.+Para+poder+realizar+una+venta,+en+general,+necesitaremos+ir+paso+a+paso+en+un+proceso+que+nos+lleve+a+la+realizaci%C3%B3n+final+de+esta+venta&hl=es&sa=X&ved=0CBwQ6AEwAGoVChMIstTi2IfFxwIVRgeSCh0Dwwkp#v=onepage&q=Es%20un%20proceso%2C%20es%20una%20serie%20de%20pasos%20concretos%20y%20ordenados.%20Para%20poder%20realizar%20una%20venta%2C%20en%20general%2C%20necesitaremos%20ir%20paso%20a%20paso%20en%20un%20proceso%20que%20nos%20lleve%20a%20la%20realizaci%C3%B3n%20final%20de%20esta%20venta&f=false

Bohlander, G. (2008). *Administración de recursos humanos* (14a. Ed). México: Cengage Learning.

Burbano Ruiz, J. E. (2011). *Presupuestos: un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión, y control de recursos* (4a. Ed). Colombia: McGraw-Hill.

Cadavid Arango, L. A. (2008). *Fundamentos de derecho comercial, tributario y contable* (3a Ed.). Bogotá: McGraw Hill.

Cámara de Comercio de Cali. (s. f.). Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Recuperado 18 de noviembre de 2014, a partir de http://www.ccc.org.co/servicios/registros-publicos/mercantil/tramites/constituciones-reformas-y-nombramientos/sociedad-por-acciones-simplificada-sas

Cárdenas, H, R. A. (2006). *Cómo lograr la calidad en bienes y servicios* (2a. Ed.). México: Limusa / Noriega.

Castells, O, M., & Vilaseca Requena, J. (Eds.). (2007). *Entorno innovador, iniciativa emprendedora y desarrollo local*. Barcelona: Ediciones Octaedro.

Chain, N. S. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Pearson Educación.

Chiavenato, I. (1988). *Administración de recursos humanos*. Bogotá: McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (1995). *Introducción a la teoría general de la administración* (4a Ed). Bogotá: McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (1999). *Introducción a la teoría general de la administración* (5a Ed). Bogotá: McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (7a. Ed.). México D.F: McGraw-Hill

Chiavenato, I. (2009*). Gestión del talento humano* (3a Ed). México: McGraw Hill Interamericana.

Chopra, S. (2008). *Administración de la cadena de suministro: estrategia, planeación y operación* (3a. Ed). México: Prentice Hall.

Coinvertir. (2003). perfil sectorial sector Maderas y muebles. Recuperado 14 de noviembre de 2015, a partir de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Maderas.pdf

Collier, D. A., & Evans, J. R. (2009). *Administración de operaciones: bienes, servicios y cadenas de valo*r (2a. Ed). México: Cengage Learning.

Colombia (Ed.). (1991). *Constitución política de Colombia* 1991.

Colombia. Leyes, decretos, etc. (2012a). *Cartilla laboral Legis 2012* (26a. Ed). Colombia: Legis Editores.

Colombia. Leyes, decretos, etc. (2012b). *Guía legis para la pequeña empresa 2012* (17a. Ed). Colombia: Legis.

Colomer, J. V., & Machuca, M. M. (2010). *Los pilares del marketing*. Barcelona: Universitat Politécnica de Catalunya. Iniciativa Digital Politècnica. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=ykVpBgAAQBAJ&pg=PA16&lpg=PA16&dq=Puede+crearse+alrededor+de+un+producto,+un+servicio+o+cualquier+cosa+que+entra%C3%B1e+valor&source=bl&ots=uGweIqLjv6&sig=KlkFsaYGLGqNrGYJO2Hlcj44nOw&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Puede%20crearse%20alrededor%20de%20un%20pro

ducto%2C%20un%20servicio%20o%20cualquier%20cosa%20que%20entra%C3%B1e%20valor&f=false

Consejo privado de competitividad. (2012*). Informe nacional de competitividad* 2012 - 2013.

Córdoba Padilla, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.

Covey, S. R. (1997). Siete hábitos de la gente altamente efectiva, La revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa. Barcelona: Paidos.

Cuevas Villegas, C. F. (1995). Análisis de costos: planeación y control. Cali: ICESI.

Cummings, T. G. (2007). Desarrollo organizacional y cambio (8a. Ed). México: Cengage Learning.

Daft, R. L. (2010). Introducción a la administración (6a. Ed). México: Cengage Learning.

De Bono, E. (1994). *El pensamiento creativo: el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. Barcelona: Ediciones Paidós.

De Cenzo, D. A., Robbins Stephen P, & García Arroyo, M. T. (2008). *Administración de recursos humanos*. México: Limusa Wiley.

Delgado Sanchez, D. (2012). *Influencia del clima organizacional en el proceso de implementación de un sistema gestión de calidad*. Santiago de Cali: Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.

Dessler, G. (2001). Administración de personal. Pearson Educación

Dessler, G. (2009). *Administración de recursos humanos* (11a. Ed). México: Prentice Hall Pearson Educación.

Dessler, G., & Varela Juárez, R. A. (2004). *Administración de recursos humanos: enfoque latinoamericano* (2a. edición). México: Pearson Educación.

Diario El País. (2015). Venta de vivienda en Cali creció 3,0 % en primer trimestre del 2015. Recuperado 14 de noviembre de 2015, a partir de http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/venta-vivienda-cali-crecio-30-primer-trimestre-2015

Diario El tiempo. (1998). Cocinas integrales, un estilo de vida moderna - Archivo Digital de Noticias de Colombia y el Mundo desde 1.990. Recuperado 14 de noviembre de 2015, a partir de http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-793494

Docters, R. G., & Sánchez, E. (Eds.). (2005). *Cómo ganar el juego de las utilidades la utilización del PRECIO y la MARCA como herramientas estratégicas*. Colombia: Grupo Editorial Norma.

Douglas A. (2010). *Estadística aplicada a los negocios y la economía* (15a. Ed). México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Douma, S. (2009). *Enfoques económicos para el análisis de las organizaciones* (4a. edición). Madrid: Pearson.

Dubrin, A. J. (2008). *Relaciones humanas Comportamiento humano en el trabajo*. México: Pearson.

Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing: teoría y experiencia* (1a Ed.). Buenos Aires: Ediciones Granica S.A. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=FpvOL1kpfKoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Echevarría, S. G. (1994). Introducción a la economía de la empresa. Ediciones Díaz de Santos.

El congreso de la república de Colombia. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones, Pub. L. No. 905 (2004). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14501

El congreso de la república de Colombia. Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo., Pub. L. No. 1429 (2010). Recuperado a partir de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html

El congreso de la república de Colombia. Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo., Pub. L. No. 789 (2002). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6778

El congreso de la república de Colombia. De fomento a la cultura del emprendimiento, Pub. L. No. 1014 (2006). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=18924

El congreso de la república de Colombia. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa, Pub. L. No. 590 (2000). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672

El congreso de la república de Colombia. Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada., Pub. L. No. 1258 (2008). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34130

El congreso de la república de Colombia. Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales, Pub. L. No. 232 (1995). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=316

El congreso de la república de Colombia. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones, Pub. L. No. 1480 (2011). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=44306

El Director General de Impuestos y Aduanas Nacionales. Por la cual la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN, adopta la Clasificación de Actividades Económicas – CIIU revisión 4 adaptada para Colombia., Pub. L. No. 000139 (2012).

El presidente de la república de Colombia. Por la cual se reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979 y se dictan otras disposiciones., Pub. L.

No. Decreto 3075 (1997). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3337

Emprende Pyme. (2008). ¿Qué es ser emprendedor? | Emprende Pyme. Recuperado 30 de abril de 2014, a partir de http://www.emprendepyme.net/que-es-ser-emprendedor.html

Estallo, M. de los Á. G., & Fuente, F. G. de la. (2013). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. ESIC Editorial.

Flippo, E. B. (1978). *Principios de administración de personal* (1a. Ed.). San José: McGraw-Hill Interamericana. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books/about/Principios_de_administraci%C3%B3n_de_persona.html?id=RFUQPAAACAAJ&redir_esc=y

Francés, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa: con el cuadro de mando integral*. México: Pearson Educación.

Freire, A. (2005). *Pasión por emprender: de la idea a la cruda realidad*. Colombia: Norma.

Gaiber, L. (2012). Emprendimientos Económicos Solidarios. Argentina. Recuperado a partir de http://web.tau.org.ar/upload/89f0c2b656ca02ff45ef61a4f2e5bf24/emprendimientos_econ_micos_solidarios.pdf

Galindo Ruiz, C. J. (2008). *Manual para la creación de empresas* (3a Ed). Colombia: Ecoe Ediciones.

García Córdoba, F. (2005). *El cuestionario: recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario*. México: Limusa Noriega Editores.

Garcia Serna, O. L. (1994). *Administración financiera: fundamentos y aplicaciones* (2a. Ed). Medellín: Prensa Moderna Impresora.

García, R. F. (2009). *Responsabilidad social corporativa*. España: Editorial Club Universitario. Recuperado a partir de https://books.google.es/books?id=295vqLhaTioC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Generalidades del Valle del Cauca. (s. f.). Recuperado a partir de http://www.visitandocolombia.com/generalidades-valle-del-cauca

Gibson, J. L. (2006). *Organizaciones: comportamiento, estructura, procesos* (12a. Ed). México: McGraw-Hill Interamericana.

Gitman, L. J. (2001). *El futuro de los negocios*. México: Thomson.

Gnazzo, L. E., & Ledesma, C. A. (Eds.). (2007). *Gestión de los negocios internacionales* (Editora María Fernanda Castillo). México: Pearson Educación.

Gómez Arias, J. A. (2012). *La gerencia verde: una proyección a la sustentabilidad corporativa*. Colombia: Universidad Sergio Arboleda.

Gómez Escobar, S. (1996). *Legislación laboral teoría y práctica* (3a ed.). Bogotá: McGraw Hill.

Granados Carvajal, S. (2012). *Las normas ISO y la competitividad de las empresas colombianas*. Santiago de Cali: Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.

Griffin, R. W. (2010). *Comportamiento organizacional gestión de personas y organizaciones* (9a. Ed). México: Cengage Learning Editores.

Hamel, G. (2008). *El Futuro de la Administración*. Bogotá: Editorial Norma. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=zr04aelBHnoC&pg=PA23&lpg=PA23&dq=Para+nuestros+efectos,+la+innovaci%C3%B3n+administrativa+es+cualquier+cosa+que+modifique+sustancialmente+la+manera+como+se+administra,+o+que+modifique+ostensiblemente+las+formas+habituales+de+organizaci%C3%B3n+y,+con+ello,+promueva+los+fines+de+la+empresa.++En+otras+palabras,+la+innovaci%C3%B3n+administrativa+modifica+la+manera+como+los+gerentes+hacen+lo+que+hacen+para+mejorar+el+desempe%C3%B1o+de+la+organizaci%C3%B3n.&source=bl&ots=La-lTsNVcF&sig=1M64gRXHGD78NX_DChTguVMG1uw&hl=es&sa=X&ei=ilQ-Vb7dH474yQTV34GIBQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Handy, C. (2006). *La organización, por dentro: Por qué las personas y las organizaciones se comportan como lo hacen*. Bilbao: Deusto.

Harrington, H. J., & Hamington, J. S. (1997). *Administración total del mejoramiento continuo: la nueva generación*. Colombia: McGraw-Hill Interamericana.

Heizer, J. (2007). *Dirección de la producción y de operaciones: decisiones estratégicas* (8a. Ed). España: Pearson, Prentice Hall.

Hellriegel, D. (1998). *Administración* (9a Ed). México: International Thomson.

Heredia Álvaro, J. A. (2004). *La gestión de la fábrica modelos para mejorar la competitividad*. España: Ediciones Díaz de santos.

Hernandez Sampieri, R. (2007). Fundamentos de metodología de la investigación. México: McGraw-Hill: Interamericana.

Hernández y Rodríguez, S. (2006). *Introducción a la administración: teoría general administrativas: origen, evolución y vanguardia* (4a Ed). México: McGraw-Hill.

Hernández Zúñiga, A. (2009). *Seguridad e higiene industrial*. México: Limusa / Noriega.

Hillier, F. S. (2010). *Métodos cuantitativos para administración* (3a. Ed). México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Hitt, M. A. (2006). *Administración* (9a. Ed). México: Pearson Educación.

Hitt, M. A. (2008). *Administración estratégica competitividad y globalización, conceptos y casos* (7a. Ed). México: Cengage Learning.

Ibarra Valdés, D. (2008). *La organización emprendedora*. México: Limusa.

Iniesta, L. (2004). *Diccionario de marketing y publicidad*. Barcelona: Gestión 2000. Recuperado a partir de https://books.google.es/books?id=E65X10k9WIYC&printsec=frontcover&dq=diccionario+de+marketing&hl=es&sa=X&ei=EvldVcXGB6f9sASNs4PgCg&sqi=2&ved=0CCEQ6wEwAA#v=onepage&q=diccionario%20de%20marketing&f=false

Jijena Sánchez, R., & Woscoboinik, G. (2007). *Marketing para eventos: orientado a proveedores y organizadores* (2a Ed). Buenos Aires: Urgeman Editor.

Johnson, G. (2006). *Dirección estratégica* (7a.edición ed.). España: Pearson Educación.

Johnson, G. (2010). *Fundamentos de estrategia*. Madrid: Pearson Educación.

Johnson, P. F. (2010). *Administración de compras y abastecimientos* (14a. Ed). México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Kaplan, R. S., Norton, D. P., & Santapau, A. (1997). *Cuadro de mando integral: The Balance Score Card* (2a. Ed). Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Keller, K. L. (2004). *Harvard Business Review nuevas tendencias en marketing*. Buenos Aires: Deusto.

Kinnear, T. (1998). Investigación de mercados un enfoque aplicado (5a Ed.). Bogotá D.C: McGraw-Hill.

Kleiman, A., & Kleiman, E. K. de. (2004). *Matrices: aplicaciones matemáticas en economía y administración*. México: Limusa.

Kotler, P. (2006). *Dirección de marketing* (12a Ed). Madrid: Pearson Educación.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de marketing* (12a Ed.). México: Pearson Educación. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=CoHT8SmJVDQC&printsec=frontcover&dq=direccion+de+marketing+kotler&hl=es&sa=X&ved=0CBwQ6wEwAGoVChMI7aPMhsbJxwIVxJIeCh2gnwEd#v=onepage&q=direccion%20de%20marketing%20kotler&f=false

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing* (6a Ed.). México: Pearson Educación. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Kreitner, R., & Kinicki, A. (1997). *Comportamiento de las organizaciones* (3a. Ed.). Madrid: McGraw-Hill. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=EZZyPQAACAAJ&dq=Comportamiento+de+las+Organizaciones+Kreitner&hl=es&sa=X&ei=emZgVbKFN4aqNovlgcgK&ved=0CB4Q6wEwAA

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2006). *Marketing* (8a Ed.). México: Thomson.

Legis. (2010). *Cartilla laboral Legis* (24a Ed.). Bogotá: Legis.

Limas Suárez, S. J. (2011). *Marketing empresarial, dirección como estrategia competitiva*. Bogotá: Ediciones de la U.

Lizano, N. G., Porras, M. R., & Saborío, N. C. (2002). La Administración Escolar Para El Cambio Y El Mejoramiento de Las Instituciones Educativas. Editorial Universidad de Costa Rica.

Long, D. (2011). *Logística internacional: administración de la cadena de abastecimiento global*. México: Limusa / Noriega.

López Ramírez, N. I., Quintero Vilella, H. E., & Canales Pastrana, R. R. (Eds.). (2009). *Ciencia, tecnología y ambiente* (3a. Ed.). México: Cengage Learning.

López Rey, S. (2006). *Implantación de un sistema de calidad los diferentes sistemas de calidad existentes en la organización*. Vigo: Editorial Ideaspropias, DL.

López Rey, S. (2011). *Sistemas de calidad implantación de diferentes sistemas en la organización*. Colombia: Ediciones de la U.

López Ruiz, V. R., & Nevado Peña, D. (2006). *Gestione y controle el valor integral de su empresa: análisis integral: modelos, informes financieros y capital intelectual para rediseñar la estrategia: (desarrollo de un caso real)*. España: Díaz de Santos.

López, C. (2006). Organizaciones y políticas públicas: una mirada desde el noroeste. Juan Carlos Martínez Coll.

López, M. J. N. (1999). La selección de personal: guía práctica para directivos y mandos de las empresas. FC Editorial.

Lora, E. (1997). *Introducción a la macroeconomía colombiana* (3a Ed.). Colombia: Tercer Mundo, Fedesarrollo.

Ludevid, M., Anglada, M. L., & Ollé, M. (1989). *Cómo crear su propia empresa: factores clave de gestión* (2a. Ed). Barcelona: Marcombo. Recuperado a partir de https://books.google.es/books?id=tSLLL9MQFaIC&pg=PA94&dq=punto+de+equilibrio&hl=es&sa=X&ei=hyBFVZ2ZCIKlsAXH84DwDA&ved=0CC0Q6AEwAw#v=onepage&q&f=false

Luther, W. (2003). El plan de mercadeo. Editorial Norma.

Martín, V. E. E. (1987). Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología). Editorial Limusa.

Martinez Ruiz, H. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Cengage Learning.

Manual Manejo S.A.S. (2011). Ventajas | Manual Manejo S.A.S. Recuperado a partir de http://manualsas.blogspot.com.co/p/ventajas.html

McGregor, D. (2010). *El lado humano de las empresas*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Méndez Álvarez, C. E. (2011). Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales (4a. Ed.). México: Limusa / Noriega.

Mercado, S. H. (2002). *Relaciones públicas aplicadas: un camino hacia la productividad*. México: Thomson-Learning.

Ministerios de Trabajo y Seguridad Social. (1995). *Ley de seguridad social ley 100 de 1993*. Bogotá: Publicaciones Sena.

Ministerio de agricultura y desarrollo rural. (2015). Colombia : potencial de reforestación comercial. Recuperado 14 de noviembre de 2015, a partir de http://www.profor.info/sites/profor.info/files/docs/%5BFINAL%5D%20Diagnostico_PROFOR%20Potencial%20de%20Reforestaci%C3%B3n%20Comercial%20en%20Colombia_18feb15.pdf

Montoya, A., Montoya, I., & Castellanos, O. (2010). Situación de la competitividad de las Pyme en Colombia: elementos actuales y retos. Recuperado 25 de octubre de 2015, a partir de http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/agrocol/rt/printerFriendly/17600/37350

Mora García, L. A. (2008). *Indicadores de la gestión logística* (2a. Ed). Bogotá: Eco ediciones.

Mora García, L. A. (2010). *Modelos de optimización de la gestión logística*. Colombia: Ecoe ediciones.

Moro, M. L. S. (2003). *Los consumidores del siglo XXI* (2a. Ed). Madrid: ESIC Editorial. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=jT7EhV8BEuIC&pg=PA12&lpg=PA12&dq=Se+convierte+en+el+centro+de+todas+las+actividades+de+marketing,+por+lo+que+es+esencial+comprender+que+es+lo+que+le+motiva,+como+compra+y+como+utiliza+los+productos+adquiridos&source=bl&ots=ZZRUQqsYTP&sig=_C12GlRymi6aaOHyfD7iQPrbFJk&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Se%20convierte%20en%20el%20centro%20de%20todas%20las%20actividades%20de%20marketing%2C%20por%20lo%20que%20es%20esencial%20comprender%20que%20es%20lo%20que%20le%20motiva%2C%20como%20compra%20y%20como%20utiliza%20los%20productos%20adquiridos&f=false

Moya, J. P. (1996). *Estrategia, gestión y habilidades directivas: un manual para el nuevo directivo*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=pf6q26UnpGkC&pg=PA9&dq=las+cuatro+fuerzas+de+porter&hl=es&sa=X&ved=0CD8Q6wEwBmoVChMIq7LKltnJxwIViJkeCh2ctAC3#v=onepage&q=las%20cuatro%20fuerzas%20de%20porter&f=false

Mullins, J. W., & Boyd, H. W. (2006). *Administración del marketing: un enfoque en la toma estratégica de decisiones* (5a. Ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana editores. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books/about/Administraci%C3%B3n_del_marketing.html?id=FSr9AQAACAAJ&hl=es

Muñoz Negrón, D. F. (2009). *Administración de operaciones: enfoque de administración de procesos de negocios*. México: Cengage Learning.

Nagle Thomas T. (2002). *Estrategia y tácticas de precios: una guía para tomar decisiones rentables* (3a Ed.). Madrid: Pearson Educación.

Namakforoosh, M. N. (2000). Metodología de la investigación. Editorial Limusa.

Nash, M. (1988). *Cómo incrementar la productividad del recurso humano: mediante técnicas que abarcan toda la relación laboral*. Colombia: Norma.

Núñez, G. E. (2014). Madera, un sector contra las tablas. Recuperado 14 de noviembre de 2015, a partir de http://confidencialcolombia.com/es/1/304/11406/Madera-un-sector-contra-las-tablas-madera-sector-muebles-productos-exportación-cierre-mercado-venezolano-dumping-Fedemadera-Alejandra-Ospitia.htm

Optadmon. (2014). optadmon - Los 4 fantásticos. Recuperado 22 de febrero de 2014, a partir de http://optadmon.wikispaces.com/Los+4+fantasticos

Orozco, J. de J. M. (2013). Evaluación financiera de proyectos: 10 casos prácticos resueltos en Excel. ECOE EDICIONES

Papalia, D. E., Feldman, R. D., & Martorell, G. (2012). *Desarrollo humano* (12a. Ed.). McGraw-Hill. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=ii5vnQEACAAJ&dq=desarrollo+humano+papalia&hl=es&sa=X&ei=Qu1fVY_rK8OYgwTKxIDIAQ&redir_esc=y

Parra Guerrero, F. (2005). *Gestión de stocks* (3a. Ed). Madrid: ESIC Editorial.

Pedrós, D. M., & Gutiérrez, A. M. (2005). La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral. Ediciones Díaz de Santos.

Piedra, J. C. C. (1988). La administración en la empresa rural. EUNED.

Pindyck Robert S. (2009). *Microeconomía* (7a. Ed.). Madrid: Pearson Educación.

Pine II, B. J. (1994). *La clientelización de los mercados: la nueva frontera en la competencia comercial*. Colombia: Legis.

Porret Gelabert, M. (2010). *Gestión de personas manual para la gestión del capital humano en las organizaciones* (4a. Ed). Madrid: ESIC Editorial.

Prado, E. G. (2014). UF0529 - Atención al cliente y tramitación de consultas de servicios financieros. Ediciones Paraninfo, S.A.

Proexport. (2011). Productos personalizados, Colombia.com. Recuperado 28 de mayo de 2014, a partir de http://www.colombia.com/tecnologia/noticias/sdi/19270/productos-personalizados-y-realidad-aumentada

Raufflet, E. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. México: Pearson.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22a Ed). México: Real Academia Española.

Remo. (2011). ¿Qué es la pirámide de las necesidades de Maslow? Recuperado 25 de octubre de 2015, a partir de http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-piramide-de-maslow

Resa García, M. (2008). *Contabilidad de sociedades* (12a. Ed). México: Cengage Learning Editores.

Reygadas, L. (2002). *Ensamblando culturas: diversidad y conflicto en la globalización de la industria*. Barcelona: Gedisa.

Riaz Khadem. (2009). Alineación Total. Editorial Norma.

Rice, F. P. (1997). *Desarrollo humano: estudio del ciclo vital* (2a. Ed.). Pearson Educación. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=ZnHbCKUCtSUC&pg=PA545&dq=desarrollo+humano+papalia&hl=es&sa=X&ei=Qu1fVY_rK8OYgwTKxIDIAQ&redir_esc=y#v=onepage&q=desarrollo%20humano%20papalia&f=false

Riggs, J. L. (2003). *Sistemas de producción: planeación, análisis y control* (3a. Ed.). México: Limusa Wiley.

Rincón Arango, B. (2011). *Mejoramiento logístico en el almacenamiento de un operador logístico de contenedores*. Santiago de Cali: Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.

Rivera Martínez, F., & Hernández Chávez, G. (2010). *Administración de proyectos: guía para el aprendizaje*. México: Pearson Educación.

Robbins, S. P. (2009). *Comportamiento organizacional* (13a. Ed.). México: Pearson Educación.

Robbins, S. P., Coulter, M., & Dávila Martínez, J. F. J. (2005). Administración (8a.Ed.) México: Pearson Educación, Prentice Hall.

Robles Miras, M. (2006). *La contabilidad y su análisis: ¿ciencia?, ¿arte?, ¿prestidigitación?* España: Díaz de Santos.

Rodan. (2007). *Economía Fácil: Empresa Producción y Costes*. *Economía Fácil*. Recuperado a partir de http://economia-facil.blogspot.com/2007/10/empresa-produccion-y-costes-38.html

Sánchez, E. F., Peón, J. M. M., & Ordás, C. J. V. (1997). *La competitividad de la empresa*. Universidad de Oviedo. Recuperado a partir de https://books.google.com.co/books?id=kQnzohZdMs4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (1996). Ley 344 de 1996 por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. Recuperado 22 de febrero de 2014, a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=345

Siliceo, A. (2006). Capacitación y desarrollo de personal. Editorial Limusa.

Tamayo y Tamayo, M. (1993). El proceso de la investigación científica fundamentos de investigación con manual de evaluación de proyectos (2a. Ed.). México: Limusa.

Varela Juárez, R. A. (2007). *Administración de la compensación: sueldos, salarios y prestaciones* (Edición de Javier Reyes Martínez). México: Pearson Educación.

Velázquez Mastretta, G. (2010). *Administración de los sistemas de producción* (6a. Ed.). México: Limusa / Noriega.

Véliz Capuñay, C. (2011). *Estadística para la administración y los negocios*. México: Pearson Educación.

Vértice, E. (2007). Selección de personal. Editorial Vértice.

Warren, C. S. (2000). *Contabilidad financiera* (7a. Ed). México: International Thomson Editores.

Warren, C. S. (2010). *Contabilidad administrativa* (10a. Ed). México: Cengage Learning.

Werther, W. B., & Davis, K. (2008). Administración de personal y recursos humanos. McGraw-Hill.

Wilson, M. H., & Paredes, A. P. (2005). Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Convenio Andrés Bello.

Yip, G. S. (1993). *Globalización estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional*. Colombia: Norma.

Yukl, G. (2008). *Liderazgo en las organizaciones* (6a. Ed). Madrid: Pearson/Prentice Hall