

Seminario de Emprendimiento

Integrantes:

Alejandra León Vargas - 10240

Claudia Martínez - 12737

Johnny André Horta - 31909

UNIVERSIDAD ECCI

2016-07-01

UNA IDEA DE NEGOCIO

ÍNDICE

1	MISIÓN, VISIÓN, VALORES	3
2	ESTUDIO DEL ENTORNO	4
3	ATRIBUTOS DE UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	15
4	ESTUDIO DE NEGOCIO	18
4	ASPECTO AMBIENTAL	24
4	ASPECTO FINANCIERO	25

MISION

Ofrecer repuestos con los mejores estándares de calidad a los usuarios de diferentes marcas de vehículos, fabricando repuestos con excelentes materiales, y de esta manera cambiar el pensamiento de que los productos nacionales son de baja calidad.

VISION

Queremos llegar a ser reconocidos nacionalmente como una de las mejores empresas fabricantes de repuestos para vehículos, garantizando confiabilidad, calidad y respaldo en venta y posventa.

VALORES

Los valores que rigen a esta empresa se ven reflejados en cada repuesto que entregamos a nuestros clientes. Los principales valores son los siguientes: responsabilidad, ética, honestidad, compromiso personal, servicio al cliente.

POLITICA DE CALIDAD

Nos comprometemos a satisfacer a nuestros clientes entregando un producto según los requisitos establecidos y solicitados por el mismo; mejorando continuamente nuestro talento humano y en los procesos internos.

ESTUDIO DEL ENTORNO

¿Cómo generar ideas de negocio?

¿Cuál producto?	Junta o acople del semieje
¿Quién es el cliente potencial?	Los usuarios que manejan la marca de carros Renault
¿Cuál es la necesidad?	El producto de la competencia no es garantizado y su durabilidad es mínima.
¿Cómo?	Fabricando el producto con material mucho más resistente.
¿Por qué me preferirán?	Nuestro producto generara satisfacción del cliente tanto en presentación, calidad, durabilidad, confianza y ante todo un buen respaldo,

Valoración de ideas de negocio

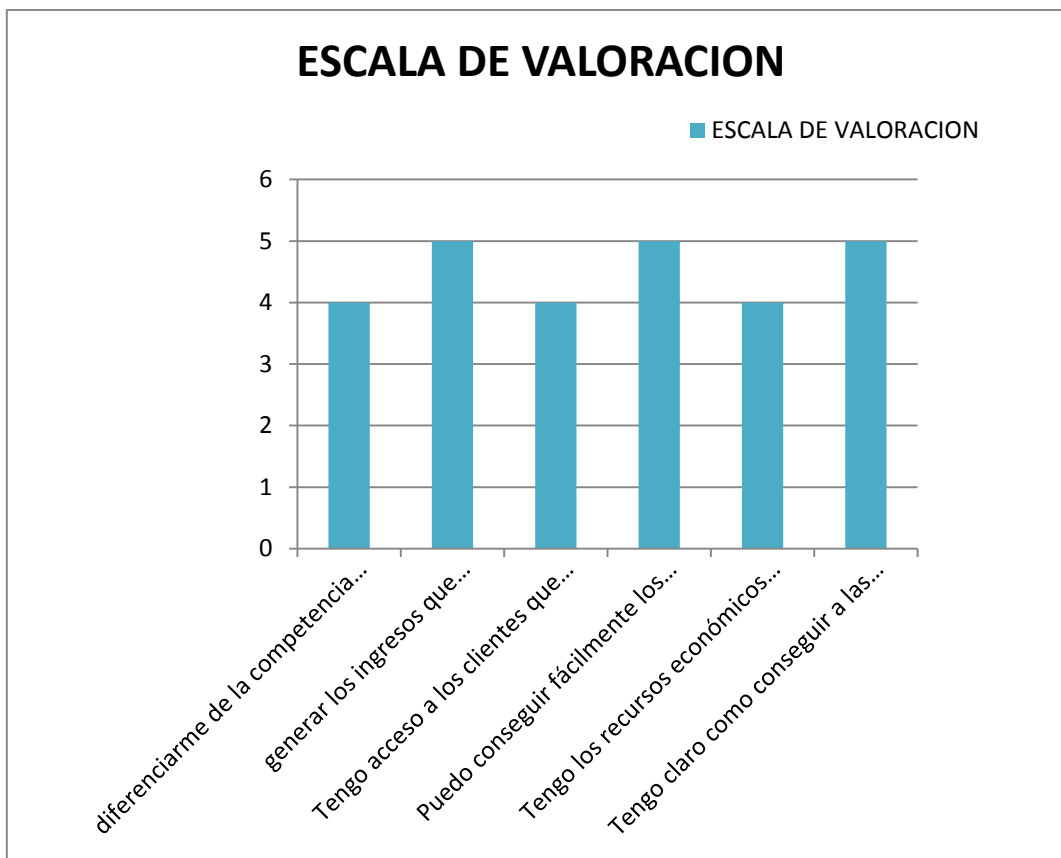
Matriz N° 1

ATRIBUTOS DE LA IDEA	ESCALA DE VALORACION				
	FALSO				VERDADERO
He encontrado una manera de diferenciarme de la competencia actual	1	2	3	4	5
Me parece que este negocio puede generar los ingresos que necesito y aspiro	1	2	3	4	5
Tengo acceso a los clientes que pueden estar interesados en el producto (bien o servicio)	1	2	3	4	5

Puedo conseguir fácilmente los insumos (materia prima, equipos, herramientas) para el negocio	1	2	3	4	5
Tengo los recursos económicos para emprender un negocio como este	1	2	3	4	5
Tengo claro cómo conseguir a las personas que se necesitan para comenzar a operar este negocio	1	2	3	4	5
Total afirmaciones valoradas				3	3

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1	0	X	1	=	0
	0	X	2	=	0
	0	X	3	=	0
	3	X	4	=	12
	3	X	5	=	15
PUNAJE TOTAL					27

De 30 a 25 puntos = tiene usted una idea de negocio. Continúe explorando la forma de ponerla en práctica.



¿Es su idea una oportunidad de negocio?

MATRIZ N°2

EL NEGOCIO QUE USTED ESTA PENSANDO ...	ESCALA DE VALORACION									
	En desacuerdo					De acuerdo				
1) No requiere inversión	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) Posee un mercado y establecido	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) Se tiene clara la necesidad y el producto requerido	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4) Cuenta con una fuente confiable de provisión de insumos, materia prima	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) No tiene regulaciones gubernamentales adversas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6) No requiere de una cantidad de trabajadores	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7) Ganancia bruta del 100%	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8) La demanda es frecuente y continua	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9) Las condiciones tributarias son favorables	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10) Existe un sistema de distribución o comercialización sólido confiable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11) Los clientes pagan por adelantado	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12) Es fácil lograr un alto valor publicitario	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13) Está exento de responsabilidad civil alguna (no afecta a los usuarios)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14) No hay riesgo de obsolescencia la moda no impacta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15) Las condiciones medio ambientales no afectan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

16) No hay problema de derechos de propiedad intelectual	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17) No hay competidores que me desplacen en el corto plazo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18) Se puede manejar un precio al cual los clientes estén dispuestos a comprar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19) No exige tecnología sofisticada	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20) Conozco todos los aspectos y detalles del negocio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
TOTALES (frecuencias por columnas)	2	1	1	1	1	0	1	6	0	6

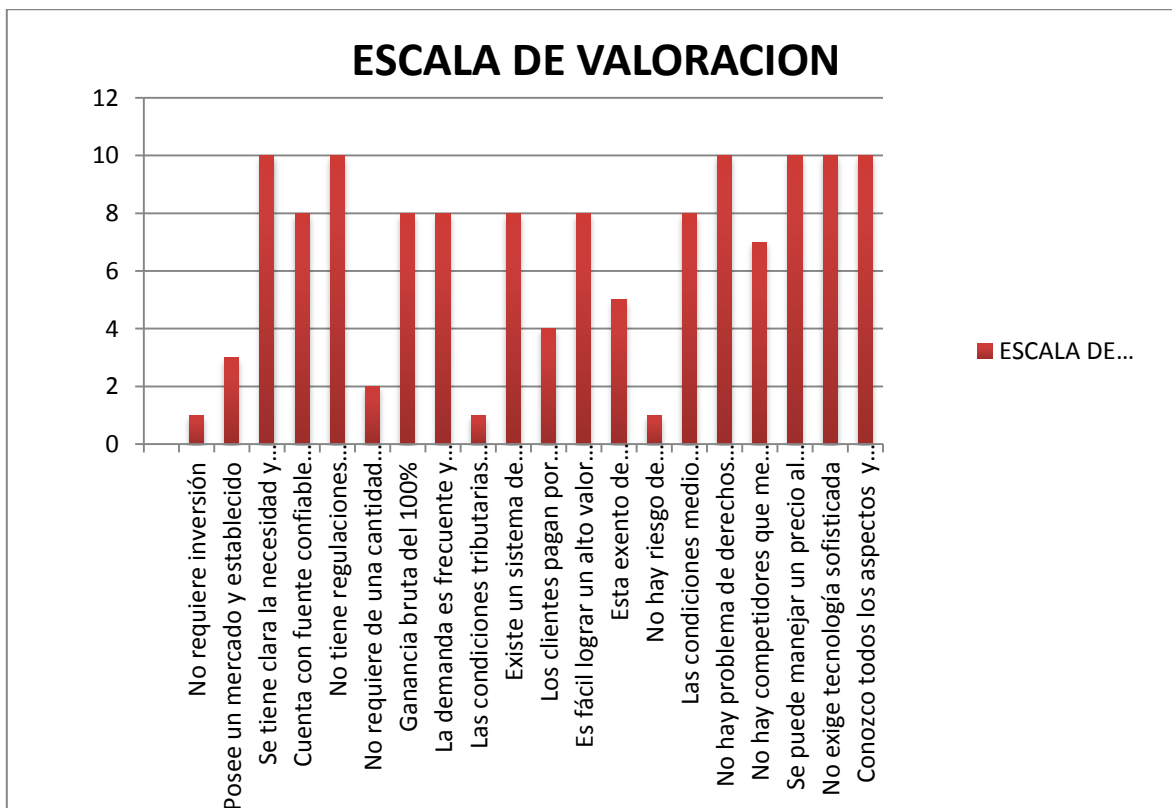
JUSTIFICACION:

1. **No requiere inversión:** Totalmente desacuerdo ya que si vamos fabricar un producto lo primero que tenemos en cuenta es la inversión que se va a tener que usar.
2. **Posee un mercado y establecido:** Desacuerdo debido a que nuestro producto a fabricar no se encuentra con facilidad en el mercado.
3. **Se tiene clara la necesidad y el producto requerido:** sí, los usuarios necesitan un acople para el semieje de buena calidad y garantía.
4. **Cuenta con una fuente confiable de provisión de insumos, materia prima:** en este momento nos encontramos con un proveedor, no nos hemos puesto la tarea de investigar en el mercado más proveedores sobre la materia prima.
5. **No requiere de una cantidad de trabajadores:** para fabricar nuestro producto requiere de 4 trabajadores.
6. **Ganancia bruta del 100%:** no se tiene ganancia bruta del 100% ya que se invierte en el material del producto, obtenemos el 80% de las ganancias.
7. **La demanda es frecuente y continúa:** de acuerdo ya que es un elemento que involucra que el producto sea de uso continuo.
8. **Las condiciones tributarias son favorables:** no, debido a que es una empresa nueva.

9. **Existe un sistema de distribución o comercialización sólido confiable:** si, porque ya tenemos identificados a nuestros posibles clientes potenciales.
10. **Los clientes pagan por adelantado:** según los pedidos solicitados las ventas pueden ser de contado, pago por anticipado y/o crédito no superior a 60 días.
11. **Es fácil lograr un alto valor publicitario:** iniciando no es fácil ya que es una empresa nueva, lo lograremos cuando seamos una empresa sólida en el mercado.
12. **Está exento de responsabilidad civil alguna (no afecta a los usuarios):** no estamos exentos ya que si el acople queda con algún defecto el usuario se vería afectado, pero por otra parte si el acople está perfecto y el usuario o un tercero realiza mal el montaje del mismo, pasaría a ser responsabilidad del cliente.
13. **No hay riesgo de obsolescencia la moda no impacta:** la moda impacta en un porcentaje muy mínimo ya que el acople por el momento es para tres (3) líneas de la marca Renault.
14. **No hay competidores que me desplacen en el corto plazo:** en el momento no tenemos competencia a corto plazo.
15. **Se puede manejar un precio al cual los clientes estén dispuestos a comprar:** nuestros precios serán asequibles y coherentes de modo que nuestros clientes no duden en comprarlos.
16. **No exige tecnología sofisticada:** no, no requiere tecnología sofisticada, lo que sí exige es mano de obra calificada.
17. **Conozco todos los aspectos y detalles del negocio:** totalmente de acuerdo ya que nosotros mismos los fabricamos y tenemos conocimiento del negocio.

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1	3	X	1	=	3
	1	X	2	=	2
	1	X	3	=	3
	1	X	4	=	4
	1	X	5	=	5
	0	X	6	=	0
	1	X	7	=	7
	6	X	8	=	48
	0	X	9	=	0
	6	X	10	=	60
PUNAJE TOTAL					132

De 139 a 100 puntos = falta claridad para ser oportunidad de negocio



ATRIBUTOS DE UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

El producto a fabricar, será elaborado en acero 4140 el cual se le dará su respectivo tratamiento térmico (ver medidas y especificaciones en la presentación).

Este acero es utilizado principalmente para piezas que sean sometidas a torque como es el caso de nuestro producto, es el material más idóneo para la fabricación de nuestro producto ya que ofrece una gran resistencia al torque, a la fricción y tiene un muy buen grado de flexión antes de romperse.

- **ASPECTOS DIFERENCIALES**

Nos diferenciaremos por tener un amplio respaldo con respecto a este producto, cumpliendo satisfactoriamente con los requerimientos de los clientes; además efectuando las entregas de dicho producto de la manera más rápida y segura.

- **AMBITO GEOGRAFICO**

Con respecto al ámbito geográfico como primera instancia la idea será cumplir con las necesidades de los clientes en la ciudad de Bogotá y así irnos expandiendo poco a poco por todas las regiones del país y erradicar finalmente la escases de estos repuestos , la cual afecta a los propietarios de dichos automóviles.

- **PUBLICO OBJETIVO**

Este producto será distribuido y vendido a todo propietario de dichos automóviles y a todas aquellas personas propietarias de almacenes de ventas de repuestos que deseen obtener nuestro producto, para la distribución y venta del mismo, ayudando de esta manera a suplir las necesidades las personas que requieran el producto y por otra parte contribuyendo con nuestra principal misión.

- **CLIENTE Y CONSUMIDOR**

Por otra parte el cliente, podrá estar en plena confianza de que el producto que comprara y obtendrá, será un excelente producto con una excelente durabilidad y un respaldo excepcional.

- **COMPETENCIA**

1. **DESCRIPCION DE LA COMPETENCIA** : La principal competencia seria los productos fabricados por una empresa argentina, la cual importa dicho producto a un bajo costo pero a su vez con una calidad no muy idónea

para el trabajo que se desea, aparte con muy poco respaldo en los sectores de ventas de repuestos en la ciudad de Bogotá.

2. **COMPARACION CON LA COMPETENCIA:** A comparación de la competencia nuestro producto será fabricado con un material el doble o hasta el triple de fuerte que el de la competencia, por el cual podremos dar hasta 1 año de garantía, a diferencia de la competencia que no ofrece garantía por su producto después de comprado, y que por estudios y sondeos realizados hemos llegado a la confirmación de que el producto de la competencia su máxima duración de trabajo son aproximadamente 6 meses,

- **PRECIO**

Aun no se tiene determinado el precio en el cual se venderá el producto, ya que se tiene que hacer un estudio del mercado, materia prima, desgaste de maquinaria, inversión de material etc.

LA COMPETENCIA ACTUAL Y DISPONIBLE

- **La competencia actual:**

En este momento en el mercado observamos que la competencia a nivel nacional no se encuentra nuestro producto sin embargo a nivel internacional exactamente en Argentina se encuentran fabricantes. Posiblemente encontraremos a nivel nacional competencias que tengan imitaciones del producto pero no va hacer la misma calidad.

- **Desde el punto de vista del consumidor:**

El consumidor se encuentra actualmente insatisfecho ya que la espera del producto que viene de Argentina y el tiempo de ensamble generan pérdidas y demora en la entrega.

Desde el punto de vista de su estrategia competitiva (análisis de fortalezas y debilidades de cada competidor)

- **El ámbito geográfico.**

Con respecto al ámbito geográfico como primera instancia la idea será cumplir con las necesidades de los clientes en la ciudad de Bogotá y así irnos expandiendo poco a poco por todas las regiones del país y erradicar finalmente

la escases de estos repuestos , la cual afecta a los propietarios de dichos automóviles.

- **¿Qué estrategia está siguiendo?**

Nuestra estrategia es cumplir con la satisfacción del cliente tanto en la presentación, calidad, durabilidad y confianza, brindando el respaldo de la garantía.

- **¿Qué recursos posee?**

La maquinaria necesaria para elaborar nuestro producto.

- **Atractivos de mercado para las empresas**

Nuestro atractivo en el mercado va ser la garantía, la calidad y la buena presentación del producto fabricado.

- **Comprender la estructura y la dinámica del mercado**

El producto es denominado en el mercado como “junta o acople” semieje el cual va ubicado en la parte del eje de tracción del carro, el cual permite transmitir el torque del motor a las ruedas del carro. Con ayuda de otros componentes.

El producto a fabricar, será elaborado en acero 4140 al cual se le dará su respectivo tratamiento térmico (ver medidas y especificaciones en la presentación).

Este acero es utilizado principalmente para piezas que sean sometidas a torque como es el caso de nuestro producto, es el material más idóneo para la fabricación de nuestro producto ya que ofrece una gran resistencia al torque, a la fricción y tiene un muy buen grado de flexión antes de romperse.

- **DISTRIBUCIÓN**

Es un sistema que mueve físicamente los productos desde donde se producen al sitio en que se puedan tomar posesión de ellos y utilizarlos, transportando el producto desde un punto de producción hasta los consumidores.

Niveles de canal de distribución:

- Fabricantes a comprador industrial.

- Fabricantes a distribuidor industrial y de distribuidor de industria a comprador industrial.
- Fabricantes a agentes y de agentes al comprador industrial

Una empresa nueva por lo general se enfrenta a un mercado limitado y casi siempre usa intermediarios existentes, en lo posible generar lo mejor y que no sea un problema que el intermediario maneje toda la línea de la empresa.

- **Tamaño actual y potencial del mercado.**

El mercado actual es grande ya que a nivel de Bogotá vemos que hay mucho sector donde es útil el producto que saldrá a la venta encontramos en el sector del siete de agosto, en la primera de mayo en varios puntos de la ciudad nombrada anteriormente.

ATRIBUTOS DE UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

- Su materialización debe estar al alcance

El producto a fabricar, será elaborado en acero 4140 al cual se le dará su respectivo tratamiento térmico. Este acero es utilizado principalmente para piezas que sean sometidas a torque como es el caso de nuestro producto, es el material más idóneo para la fabricación de nuestro producto ya que ofrece una gran resistencia al torque, a la fricción y tiene un muy buen grado de flexión antes de romperse.

- **Acceso a recursos financieros propios y/o externos**

El recurso que empleamos para sacar el producto a la luz es finamerica, ya que es fácil adquirir un crédito con ellos y fue un apoyo para sacar adelante

EVALUANDO LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.

MATRIZ N° 3

CRITERIOS	SI	NO
Responde a una necesidad	X	
Puedo realizar el producto necesitado	X	
Se tiene claro el perfil del cliente potencial	X	
Resulta de una manera diferente de ver el sector	X	
La puedo desarrollar a partir de mis propias capacidades y posibilidades actuales	X	
Existe un volumen atractivo de clientes	X	

Penetración de mercado:

- **El negocio se enfoca en los mercados y productos en los cuales tiene alto conocimiento:** el producto en este momento del mercado se tiene conocimiento básico ya que se está arrancando desde cero.
- **Se tiene conocimiento de la competencia:** conocemos que la competencia del mercado se encuentra en Argentina.
- **Se conocen las necesidades de los clientes:** si ya que el producto de la competencia es de mala calidad.
- **Se requiere invertir en investigaciones de mercado:** si ya que se brinda calidad.

Estrategias

- Nosotros como empresa de un producto fabricado por nosotros mismos podemos brindar al usuario descuentos y promociones en las ventas.
- Se puede incrementar el uso del producto atrayendo clientes con publicidad.
- Conservar siempre la calidad de nuestro producto.
- Tener un mercado estable.

- Mantener siempre mercados geográficos.
- Tener conocimiento del cliente que desea el producto.

Diversificación

Fabricar repuestos no solo para Renault sino otras igualmente comerciales para ser más competentes.

- **Estrategias de diversificación horizontal:** aunque la necesidad del momento son los acoples del semieje, se podría indagar qué otra necesidad específica tienen los usuarios.
- **Estrategia de integración vertical:** Debido a que seremos los fabricantes ofreceremos nuestros productos en almacenes mayoristas y minoristas del producto.
- **Estrategias de diversificación concéntrica:** se fabricarían productos similares para otras marcas de autos para podernos extender y atraer nuevos clientes.

LAS 5 FUERZAS DE PORTER

1. **Poder de negociación con los clientes:** daremos precios asequibles a los clientes, preferiblemente las ventas serán al por mayor para mejores precios y mayores ventas.
2. **Poder de negociación con proveedores:** se cotizaría con diferentes proveedores para así tener opciones de compra de materia prima, tendremos varios ya que si en algún momento alguno no nos puede proveer o nos queda mal lograremos acudir a otro.
3. **Barreras de entrada (amenaza de nuevos entrantes):** El producto no se puede sustituir ya que es un producto de medidas específicas, si se pone otro se puede dañar el semieje.
4. **Barreras de salida (productos sustitutivos):** Algunas maneras de sustituir sería por precios y/o tipo de material del producto.
5. **Rivalidad entre los competidores:** en el momento el principal rival se encuentra fuera del país, la ventaja que tenemos sobre ellos es que nuestro producto es de mejor calidad, tiene garantía y que estamos en el país.

ESTUDIO DE NEGOCIO

<p>Social clave: Distribuidores de materiales, empresas de tratamiento térmico, empresas de artes gráficas (cajas, empaques), distribuidores de lubricantes.</p>	<p>Actividades clave: Red de vendedores, tienda online, abarcar mercados por ofertas.</p>	<p>Propuestas de valor: Producto metalmecánico de fabricación nacional, hecho con materiales idóneos para su función, con los mejores controles de calidad y con un periodo de duración de hasta dos veces más que otros.</p>	<p>Relación con los clientes: Calidad en servicio, por medio telefónico, redes sociales, web, correo electrónico.</p>	<p>Segmentos de clientes: Empresas distribuidoras de repuestos de la marca Renault, clientes que busquen un producto de calidad y que sean portadores de vehículos de dicha marca.</p>
<p>Estructura de Costos: Mantenimiento de maquinaria, pago a proveedores, gastos generales, pago a personal, pagos a empresas transportadoras.</p>		<p>Fuentes de ingresos: Venta y distribución de producto metalmecánico.</p>		

DIMENSIONES DEL PRODUCTO (ACOPLE O JUNTA DE SEMI-EJE)

- 1. PRODUCTO BASICO :** Producto metalmecánico (Solución a daño de vehículo)
- 2. PRODUCTO GENERICO:** Funcionamiento del carro, unir dos piezas del eje de tracción, llantas.
- 3. PRODUCTO ESPERADO:** Producto de excelente calidad, con buena durabilidad, funcional, seguro, de fácil instalación, y de fácil acceso para la compra del mismo.
- 4. PRODUCTO AUMENTADO:** Distribución a cualquier lugar del país, venta del producto las 24 horas, obsequio de grasa para la instalación, llavero de la empresa (obsequio), domicilio sin costo a nivel Bogotá.
- 5. PRODUCTO POTENCIAL:** Producto seguro, 100% confiable, de gran durabilidad con gran acogida en el mercado automotriz, con gran autonomía de funcionamiento.

SEGMENTACION DEL MERCADO (ACOPLE O JUNTA DE SEMI-EJE)

- **PASO 1 : DETERMINAR EL MERCADO OBJETIVO**
El producto metalmecánico estará disponible para toda aquella persona, almacén, distribuidor mayorista, que tenga alguna relación con la marca Renault, específicamente se venderá en sectores de venta y distribución de partes automotrices.
- **PASO 2: UTILIZACION DE LAS VARIABLES DE SEGMENTACION**
 - 1. VARIABLE GEOGRAFICA:** En Bogotá, se distribuirá en los sectores del 7 de agosto, la primera sur, prado veraniego, barrio Carvajal; En el resto del país en todos aquellos sitios de venta y distribución de repuestos de marca Renault.

2. VARIABLE ESPECÍFICAS: almacenes con gran demanda de repuestos, preferiblemente con pago de contado, volumen de pedidos grandes, empresas y distribuidoras con años de reconocimiento.

- **PASO 3 y 4: DETERMINAR LOS SEGMENTOS y CARACTERIZAR LOS SEGMENTOS:**

1. CLIENTES PARTICULARES: Portadores de vehículos marca Renault, que estén en busca de dicho repuesto.
2. DISTRIBUIDORES MAYORISTAS: Empresarios con ganas de distribuir y comercializar nuestro producto a nivel nacional
3. ALMACENES PEQUEÑOS: microempresarios en busca de productos nuevos y de buena calidad que no estén en el mercado.
4. POSIBLES COMPREDORES EXTRANJEROS: Empresarios extranjeros que lleguen al país en busca de productos nacionales de excelente calidad y duración, para llevarlos y distribuirlos en su país.

- **PASO 5: DETERMINAR LA ESTRATEGIA COMERCIAL A UTILIZAR**

La estrategia que se aplicara será de tipo indiferenciada ya que todos los posibles compradores se les llegara de la misma forma, la cual es mostrando el producto y diciendo sus grandes ventajas y beneficios con respecto a los de la competencia.

TRABAJADOR (Gerente), ARL TIPO 1 (0.522%)

Salario: \$ 2'000.000

Seguridad social: \$ 500.440

Prestaciones sociales: \$ 418.266

Parafiscales: \$ 180.000

Total: \$ 3.098.706

SEGURIDAD SOCIAL:

- **Salud** => $\$2'000.000 * 12.5\% = \$ 250.000$
- **Pensión** => $\$ 2'000.000 * 12\% = \$ 240.000$
- **Arl** => $\$ 2'000.000 * 0.522\% = \10.440

TOTAL = \$ 500.440

PRESTACIONES SOCIALES:

- **Cesantías** => $\$ 2'000.000 * 8.33\% = \$ 166.600$
- **Int. Cesantías** => $\$ 166.600 * 1\% = \$ 1.666$
- **Prima** => $2'000.000 * 8.33\% = \$ 166.600$
- **Vacaciones** => $\$ 2'000.000 * 4.17\% = \$ 83.400$

TOTAL = \$ 418.266

PARAFISCALES:

- **Sena** => $\$ 2'000.000 * 2\% = \$ 40.000$
- **ICBF** => $\$ 2'000.000 * 3\% = \$ 60.000$
- **Caja Com. Familiar** => $\$ 2'000.000 * 4\% = \$ 80.000$

TOTAL = \$ 180.000

TRABAJADOR # 1 (Mecanizado y acabado), ARL TIPO 3 (2.436%)

Salario: \$850.000

Seguridad social: \$ 228.956

Prestaciones sociales: \$ 190.773

Parafiscales: \$ 76.500

Total: 1.346.229

SEGURIDAD SOCIAL:

- **Salud** => $\$850.000 * 12.5\% = \$ 106.250$
- **Pensión** => $\$ 850.000 * 12\% = \$ 102.000$
- **Arl** => $\$ 850.000 * 2.436\% = \20.706

TOTAL = \$ 228.956

PRESTACIONES SOCIALES:

- **Cesantías** => $\$ 927.700 * 8.33\% = \$ 77.277$
- **Int. Cesantías** => $\$ 77.277 * 1\% = \$ 77.277$
- **Prima** => $\$ 927.700 * 8.33\% = \$ 77.277$
- **Vacaciones** => $\$ 850.000 * 4.17\% = \$ 35.445$

TOTAL = \$ 190.773

PARAFISCALES:

- **Sena** => $\$ 850.000 * 2\% = \$ 17.000$
- **ICBF** => $\$ 850.000 * 3\% = \$ 25.500$
- **Caja Com. Familiar** => $\$ 850.000 * 4\% = \$ 34.000$

TOTAL = \$ 76.500

TRABAJADOR # 2 (TRATAMIENTO TERMICO), ARL TIPO 3 (2.436%)

Salario: \$950.000

Seguridad social: \$ 255.892

Prestaciones sociales: \$ 211.686

Parafiscales: \$ 85.500

Total: 1.503.78

SEGURIDAD SOCIAL:

- **Salud** => $\$950.000 * 12.5\% = \$ 118.750$
- **Pensión** => $\$ 950.000 * 12\% = \$ 114.000$

- **Arl** => \$ 950.000 * 2.436% = \$ 23.142

TOTAL = \$ 255.892

PRESTACIONES SOCIALES:

- **Cesantías** => \$ 1.027.700 * 8.33% = \$ 85.607
- **Int. Cesantías** => \$ 85.607 * 1% = \$ 856
- **Prima** => \$ 1.027.700 * 8.33% = \$ 85.607
- **Vacaciones** => \$ 950.000 * 4.17% = \$ 39.615

TOTAL = \$ 211.686

PARAFISCALES:

- **Sena** => \$ 950.000* 2% = \$ 19.000
- **ICBF** => \$ 950.000* 3% = \$ 28.500
- **Caja Com. Familiar** => \$ 950.000* 4% = \$ 38.500

TOTAL = \$ 85.500

ASPECTO AMBIENTAL

ASPECTO	CARACTERISTICA	ENTIDAD QUE EXPIDE LA NORMA	NORMA	FECHA DE EXPEDICIÓN DE LA NORMA	ARTICULO	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIÓN
AIRE	Emisiones Atmosféricas	Presidencia de la republica	Decreto 1697	1997	3 - 24	Solo podra efectuarse dentro de los limites permitidos. Gas natural o que requieran permisos de emisores.	
	Emisiones de Ruido	Ministerio de ambiente	Resolucion 627	2006	5 - 6 - 9 sector C -10 -14	Zonas con usos permitidos comerciales, almacenes, locales o instalaciones de tipo comercial, talleres de mecánica automotriz e industrial. Dia 70 y Noche 60.	
		Presidencia de la republica	Decreto 948	1995	5 - 14 - 15 - 22 - 24 - 47 - 48	Condiciones de estudios de ruidos, que cumplan con las normas establecidas.	
AGUA	Uso eficiente y ahorro del agua	Congreso de Colombia	Ley 373 de 1997	1997	5 - 7 - 17	<p>Reúso obligatorio del agua: Las aguas utilizadas, sean éstas de origen superficial, subterráneo o lluvias, en cualquier actividad que genere afluentes líquidos, deberán ser reutilizadas en actividades primarias y secundarias cuando el proceso técnico y económico así lo ameriten y aconsejen según el análisis socio-económico y las normas de calidad ambiental.</p> <p>Consumos básicos y máximos: Es deber de la Comisión Reguladora de Agua Potable y Saneamiento Básico de las C.A.Rs y demás autoridades ambientales, establecer consumos básicos en función de los usos del agua, desincentivar los consumos máximos de cada usuario.</p> <p>Sanciones: Las entidades ambientales dentro de su correspondiente jurisdicción en ejercicio de las facultades policivas otorgadas por el artículo 83 de la Ley 99 de 1993, aplicarán las sanciones establecidas por el artículo 85 de esta ley, a las entidades encargadas de prestar el servicio de acueducto y a los usuarios que desperdicien el agua.</p>	
ENERGIA	Uso racional y eficiente de la energía	Congreso de Colombia	Ley 697 de 2001, Reglamentada por el Decreto Nacional 3683 de 2003	2001	3 - 7 - 9 - 10	<p>Definiciones, para efectos de interpretar y aplicar la presente ley. Estimulos y sansiones</p> <p>Promoción del uso de fuentes no convencionales de energía. El Ministerio de Minas y Energía formulará los lineamientos de las políticas, estrategias e instrumentos para el fomento y la promoción de las fuentes no convencionales de energía.</p> <p>El Gobierno Nacional a través de los programas que se diseñen, incentivará y promoverá a las empresas que importen o produzcan piezas, calentadores, paneles solares, generadores de biogás, motores eólicos, y/o cualquier otra tecnología o producto que use como fuente total o parcial las energías no convencionales, ya sea con destino a la venta directa al público o a la producción de otros implementos, orientados en forma especifica a proyectos en el campo URE, de acuerdo a las normas legales vigentes.</p>	

ASPECTO FINANCIERO

Estado de resultados

Acumulado Del 1 de Junio del 2016 al 30 de Junio del 2016

- **Ventas**

- **Ingresos**

Precio de venta = \$ 90.000

Unidades a vender = 200

Ventas netas = \$ 18'000.000

- **Costos**

Materia Prima = \$ 1'000.000

Mano de obra = \$ 4'000.000

Tratamiento térmico = \$ 600.000

Caja = \$ 100.000

Total = \$ 5'700.000

Utilidad Bruta = \$ 12'300.000

- **GASTOS DE OPERACIÓN**

- **Gastos de ventas**

Sueldo trabajador # 1= \$ 1'000.000

Sueldo trabajador # 2= \$ 1'000.000

Total = \$ 2'000.000

- **Gastos de administración**

Arriendo = \$ 1'200.000

Gerente = \$ 2'000.000

Agua = \$ 100.000

Luz = \$ 200.000

Teléfono = \$ 90.000

Depreciaciones = \$ 250.833

Total = \$ 3'840.833

- **Gastos no operacionales**

Financieros = \$ 56.532

Total = \$ 56.532

UTILIDAD O PÉRDIDA = \$ 6´402.635

DAP Soluciones Mecánicas

Estado de resultados

**Acumulado Del 1 de Junio del 2016 al 30
de Junio del 2016**

41 INGRESOS OPERACIONALES

Ingresos de ventas	<u>18.000.000,00</u>	
TOTAL INGRESOS	18.000.000,00	
TOTAL COSTO DE VENTAS	<u>(5.700.000,00)</u>	31,67%
UTILIDAD BRUTA	12.300.000,00	68,33%

51 OPERACIONALES DE ADMINISTRACION

Gastos de Personal	(2.000.000,00)	
Arrendamientos	(1.200.000,00)	
Servicio	(390.000,00)	
Depreciaciones	<u>(250.833,00)</u>	
TOTALES	(3.887.222,00)	21,60%

52 OPERACIONALES DE VENTAS

Gastos de Personal	<u>(2.000.000,00)</u>	-
TOTALES	(2.000.000,00)	11,11%
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	(5.887.222,00)	32,71%
UTILIDAD / PERDIDA OPERACIÓN	6.412.778,00	35,63%

53 NO OPERACIONALES

Financieros	<u>(56.532,00)</u>	-
TOTALES	(56.532,00)	-0,31%
TOTALES	(56.532,00)	-0,31%
UTILIDAD NETA OPERATIVA ANTES DE IMPUESTO	<u>6.356.246,00</u>	35,31%
UTILIDAD O PÉRDIDA	6.356.246,00	35,31%

Balance General de Apertura

1. Aporte de los socios:

- Jhonny Horta hace un aporte de \$ 4.000.000 en efectivo
- Alejandra León hace un aporte de \$ 4.000.000 en efectivo
- Claudia Martínez hace un aporte de \$ 4.000.000 en efectivo

2. Se requieren los siguientes activos:

- Escritorio (\$ 500.000)
- Silla (\$ 250.000)
- Maquinaria (\$ 25.000.000)
- Computador Portátil (\$ 1.800.000)

Estos activos los debe pagar la empresa.

3. Tenemos una cartera de \$ 4.000.000

PUNTO DE EQUILIBRIO

costo fijo	5.840.533
costo variable unitario	57.703
Precio	90.000
unidades esperadas a vender	200
costo unitario total	28.500
Punto de equilibrio	180,8363755
Utilidades	0

unidades	Ventas	costos	utilidades
60	5.400.000,00	9.302.692,90	(3.902.692,90)
80	7.200.000,00	10.456.746,20	(3.256.746,20)
100	9.000.000,00	11.610.799,50	(2.610.799,50)
120	10.800.000,00	12.764.852,80	(1.964.852,80)
140	12.600.000,00	13.918.906,10	(1.318.906,10)
160	14.400.000,00	15.072.959,40	(672.959,40)
180	16.200.000,00	16.227.012,70	(27.012,70)
180,8363755	16.275.273,80	16.275.273,80	(0,00)
200	18.000.000,00	17.381.066,00	618.934,00
220	19.800.000,00	18.535.119,30	1.264.880,70
240	21.600.000,00	19.689.172,60	1.910.827,40
260	23.400.000,00	20.843.225,90	2.556.774,10

Título del gráfico

