

MIMUNDONET

MARCELA BARON
ADRIANA CIFUENTES
YEIMI GARZON
MONICA RAMIREZ

CORPORACION DE EDUCACION SUPERIOR
UNITEC
FACULTAD DE SISTEMAS Y COMPUTADORES
BOGOTA D.C., 2003

MIMUNDONET

MARCELA BARON 31002015
ADRIANA CIFUENTES 36011088
YEIMI GARZON 36011066
MONICA RAMIREZ 36002013

Asesor JULIO BECERRA

CORPORACION DE EDUCACION SUPERIOR
UNITEC
FACULTAD DE SISTEMAS Y COMPUTADORES
BOGOTA D.C., 2003

INTRODUCCIÓN

Uno de los fenómenos de los últimos tiempos es la Internet. Alrededor de el se han desarrollado toda clase de negocios. Los "Café Internet" son muestra de ello.

El concepto surgió como un paso importante en el proceso de acercamiento de las personas a la Información, en consecuencia se interesa en conocer que es, como funciona y que posibilidades ofrece, por lo general, las personas se acercan a un Café Internet para tener allí su primer contacto con asesoría antes de hacer la inversión en un equipo que le permita acceder a Internet. El objetivo es que la gente aprenda a sacarle gusto y provecho a la gran red además de conocimiento, bajo la orientación de personas con experiencia en guiar a aquellos que no tengan los suficientes conocimientos para moverse por este ciberespacio, beneficiándose de un canal interactivo que permite comunicarse con otras personas gracias a posibilidades como el chatear o software telefónico.

~~CONFIDENTIAL~~

Por estas razones, los "Café Internet" permiten reunir la idea de ofrecer un ambiente que propicie la familiarización de las personas y en especial los niños con la tecnología. Deben ofrecer ambientes donde grandes y chicos se sientan libres para expresar sus dudas y temores resultado de la interacción con equipos, software e Internet, enriquecidas por espacios amables alrededor de un ambiente agradable y divertido.

Otro elemento a tener en cuenta es la organización de los equipos en el lugar, de modo que brinde un ambiente de privacidad.

Estas características se pueden enriquecer con servicios como bebidas o comidas livianas, de tal manera que la experiencia resulte mas grata.

También son lugares a los que acceden niños con conocimientos, que no tienen acceso a un computador o conexión a Internet en algún momento, pero que se interesan por hacer consultas, ya sea por tareas escolares o motivación propia de informarse sobre temas del momento o por buscar recreación y aprovechar un rato para el libre esparcimiento.

INDICE

NATURALEZA DEL PROYECTO

PROCESO CREATIVO
JUSTIFICACION DE LA EMPRESA
NOMBRE DE LA EMPRESA
DESCRIPCION DE LA EMPRESA
UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA
MISION DE LA EMPRESA
OBJETIVOS DE LA EMPRESA
VENTAJAS COMPETITIVAS
ANALISIS DE LA INDUSTRIA
PRODUCCION Y/O SERVICIOS DE LA EMPRESA
CALIFICACIONES PARA ENTRAR AL AREA
APOYOS

MERCADEO

OBJETIVOS DE MERCADEO
INVESTIGACION DE MERCADEO
TAMAÑO DEL MERCADO
CONSUMO APARENTE Y DEMANDA POTENCIAL
COMPETENCIAS
DISTRIBUCION Y PUNTOS DE VENTA
PROMOCION DEL PRODUCTO O SERVICIO
PUBLICIDAD
PRECIO Y POLITICAS DE VENTA
PLAN DE INTRODUCCION
RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO
ADMINISTRACION DE VENTAS

PRODUCCION

OBJETIVOS

ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION

DIAGRAMA DE FLUJO

CARACTERISTICAS DE LA TECNOLOGIA

EQUIPOS E INSTALACION

MATERIA PRIMA

CAPACIDAD INSTALADA

MANEJO DE INVENTARIOS

UBICACIÓN DE LA EMPRESA

DISEÑO Y DISTRIBUCION DE LA PLANTA Y OFICINAS

NATURALEZA DEL PROYECTO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En una situación como la que vivimos hoy se hace indispensable estar en contacto permanente con el resto del mundo, ya sea por investigación, por oportunidad de negocios, por diversión o por otras razones; debido a ello la tecnología se ha encargado de proporcionar una serie de herramientas que facilitan la vida diaria.

Una de estas herramientas es la que ha revolucionado el mundo en los últimos años y es la Internet. En la medida que este tipo de red se expande, se hace más necesario acceder a ella frecuentemente, pero como implica una inversión importante surge de ella la necesidad que se pretende satisfacer con el desarrollo del siguiente proyecto.

JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Existe la posibilidad de desarrollar este proyecto gracias a que el servicio a ofrecer esta orientado a una población infantil y juvenil, la cual debe conocer y manejar la herramienta porque de lo contrario quedaría rezagada en un mundo cambiante, por tanto se constituye como oportunidad de negocio.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

MIMUNDONET.Ltda, sería una empresa de servicios que cubriría expectativas en cuanto a la educación y recreación de los clientes. Su responsabilidad es de carácter limitado.

SECTORIZACION

| | |
|---|------------------------|
| <i>De acuerdo a la actividad</i> | <i>Servicios</i> |
| <i>De acuerdo a la procedencia del capital</i> | <i>Privada</i> |
| <i>De acuerdo con el tamaño</i> | <i>Pequeña Empresa</i> |
| <i>De acuerdo con el numero de propietarios</i> | <i>Sociedad</i> |

VENTAJAS COMPETITIVAS

La ventaja competitiva que posee el negocio es la orientación hacia los segmentos infantil y juvenil, ya que es una población que aun no ha sido explorada con relación a las necesidades de Internet y representa un potencial importante.

SERVICIOS DE LA EMPRESA

Se contarán con los siguientes servicios:

- 1. Internet: posibilidad de conectarse a la gran red de manera que el cliente tenga la posibilidad de realizar varias actividades al mismo tiempo como lo es escuchar música, charlar con alguien de otro país, transmitir datos, hacer consultas y muchas actividades más.*
- 2. Juegos Interactivos: ofrecer un servicio de recreación a los clientes por medio de juegos interactivos que permitan el aprendizaje y al mismo tiempo diversión, algunos de ellos son las enciclopedias, juegos de exploración, entre otros.*
- 3. Tutoriales: se contaría con guías agradables que permitan al usuario un aprendizaje más grato.*

DESCRIPCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Personas entre 6 y 14 años clasificadas en dos grupos:

- 6 y 9 años quienes se les denominara niños.*
- 10 y 14 años a quienes se les denominara jóvenes.*

Residentes en la localidad de Kennedy, de estrato socioeconómico 3, de la ciudad de Bogotá.

NOTA: No se excluye la atención de cualquier otro usuario que requiera del servicio

ESPECIFICACIONES SERVICIO

El proyecto que se presenta plantea la creación de un Café Internet Infantil y Juvenil, por medio del cual se ofrecería un servicio de asesoría y acceso a Internet enfocado especialmente al sector infantil y juvenil.

MIMUNDONET Ltda., brindaría la posibilidad de acceder a Internet, computadores, impresoras, scanner y comidas, además, contaría con personal capacitado el cual asesoría al cliente que lo necesitara, logrando así prestar un mejor servicio a la comunidad.

CUAL ES EL SERVICIO

Brindar asesoría, usando como instrumento la tecnología y sus herramientas

NATURALEZA DEL PROYECTO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En una situación como la que vivimos hoy se hace indispensable estar en contacto permanente con el resto del mundo, ya sea por investigación, por oportunidad de negocios, por diversión o por otras razones; debido a ello la tecnología se ha encargado de proporcionar una serie de herramientas que facilitan la vida diaria.

Una de estas herramientas es la que ha revolucionado el mundo en los últimos años y es la Internet. En la medida que este tipo de red se expande, se hace más necesario acceder a ella frecuentemente, pero como implica una inversión importante surge de ella la necesidad que se pretende satisfacer con el desarrollo del siguiente proyecto.

PROCESO CREATIVO PARA DETERMINAR EL SERVICIO

Se tuvieron en cuenta una gran cantidad de opciones y aspectos como rentabilidad, costos de elaboración, precio al público, nivel de innovación, materia prima, costos de la materia prima, los cuales después de un análisis a fondo no representaban viabilidad y rentabilidad.

~~CONFIDENTIAL~~

Luego de la lluvia de ideas, se escogieron 3 posibilidades que se mencionan a continuación:

1. La elaboración de individuales desechables: se descarto porque no representaba gran innovación ya que este producto se encuentra en el mercado, era necesaria una inversión importante en infraestructura y tecnología si se deseaba producir o una trayectoria como empresa, infraestructura y solvencia económica para ser distribuidor directo de fabricante.
2. Elaboración de servilletas aislantes: También se destaco porque También implicaba un costo de inversión muy alto y no generaba rentabilidad alguna

JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Existe la posibilidad de desarrollar este proyecto gracias a que el servicio a ofrecer esta orientado a una población infantil y juvenil, la cual debe conocer y manejar la herramienta porque de lo contrario quedaría rezagada en un mundo cambiante, por tanto se constituye como oportunidad de negocio.

NOMBRE DE LA EMPRESA

MIMUNDONET.Ltda

NOMBRE DE LOS SOCIOS

MARCELA BARON 36002015

ADRIANA CIFUENTES 36011088

YEIMI GARZON 36011066

MONICA RAMÍREZ 36002013

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

MIMUNDONET.Ltda, seria una empresa de servicios que cubriría expectativas en cuanto a la educación y recreación de los clientes. Su responsabilidad es de carácter limitado.

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

| | |
|--|--|
| <i>CONSTITUCIÓN</i> | <i>Con las mismas solemnidades que la sociedad colectiva. En los estatutos se estipulara que la responsabilidad de los socios se limita a sus aportes y que estos han sido pagados íntegramente.</i> |
| <i>SITUACIÓN JURÍDICA</i> | <i>La sociedad una vez constituida legalmente forma una apersona jurídica distinta de los socios, individualmente considerados; los impuestos sobre renta y patrimonio los paga cada socio como en las colectivas. La sociedad paga un % sobre las utilidades.</i> |
| <i>NUMERO DE SOCIOS</i> | <i>De 2 a 25, máximo que permite la ley.</i> |
| <i>RESPONSABILIDAD DE CADA SOCIO</i> | <i>Limitada a sus aportes, y además a cualquier suma adicional que se indique en los estatutos.</i> |
| <i>NEGOCIABILIDAD DE LAS PARTICIONES</i> | <i>Solo puede cederse por escritura publica. Podrá cederse a otros socios extraños: si es a favor de un extraño deberá contar con la autorización de la mayoría prevista.</i> |

| | |
|---------------------------------------|--|
| <p><i>RAZON SOCIAL</i></p> | <p><i>La sociedad girara bajo una denominación o razón social en ambos casos seguida de la palabra "Limitada" o de su abreviatura "Lida.", que de no aparecer en los estatutos hará responsables a los asociados solidaria e ilimitadamente frente a terceros.</i></p> |
| <p><i>FUNCIONES DE LOS SOCIOS</i></p> | <p><i>Reunirse por lo menos una vez por año en la fecha en que determinen los estatutos, estudiar y aprobar las reformas de los estatutos, examinar o aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio, las cuentas que deben rendir los administradores, disponer de las utilidades sociales. Hacer las elecciones, elegir y remover las personas libremente. Consignar los informes de los administradores, sobre el estado de los negocios social, adoptar todas las medidas que reclamen el cumplimiento de los estatutos, constituir las reservas ocasionales.</i></p> |

| | |
|--|--|
| <p>DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES</p> | <p><i>Se hará en porción a la parte pagada de las cuotas o parte de interés de cada asociado, si en el contrato no se ha previsto validamente otra cosa; las cláusulas que priven de toda participación en las utilidades a algunos de los socios, sé tendrán por no escritas.</i></p> <p><i>Para distribuir utilidades deberá justificar por balances reales y fidedignos; no podrán distribuirse utilidades mientras no se cubran las perdidas de ejercicios anteriores.</i></p> |
| <p>DURACIÓN</p> | <p><i>Tiempo definido que debe fijarse en la escritura publica. La sociedad podrá continuar con los herederos.</i></p> |
| <p>CAUSALES DE DISOLUCIÓN</p> | <p><i>Por vencimiento del termino previsto.</i></p> <p><i>Por imposibilidad de desarrollar la empresa social.</i></p> <p><i>Por reducción del numero de asociados.</i></p> <p><i>Por declaración de quiebra de la sociedad.</i></p> <p><i>Por decisión de los socios.</i></p> |

| | |
|--|---|
| | <p><i>Por decisión de autoridad.</i></p> <p><i>Por pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50% o cuando el número de socios excede de 25.</i></p> |
|--|---|

UBICACIÓN GEOGRAFICA

País: Colombia.

Departamento: Cundinamarca.

Ciudad: Bogotá.

Dirección: Tr 71D 26 – 94S

Zona: Las Américas (Centro Comercial Plaza de las Américas)

Horario de Atención al Cliente: Lunes a Domingo de 7:30 AM a 10:00 PM.

Oficina: La oficina principal funcionara en el mismo sitio donde se encuentra la sede del Café Internet.

SECTORIZACION

| | |
|---|------------------------|
| <i>De acuerdo a la actividad</i> | <i>Servicios</i> |
| <i>De acuerdo a la procedencia del capital</i> | <i>Privada</i> |
| <i>De acuerdo con el tamaño</i> | <i>Pequeña Empresa</i> |
| <i>De acuerdo con el numero de propietarios</i> | <i>Sociedad</i> |

MISIÓN

Ofrecer a los clientes la posibilidad de aprender y conectarse con el mundo, permitiéndoles desarrollar sus habilidades informáticas para forjar así un mejor futuro.

Comprometidos con el avance tecnológico y cultural de nuestro país, generando beneficios económicos a los socios y bienestar social a los empleados encaminados así a la consolidación empresarial.

VISION

Ser líderes en el mercado de Café Internet dirigido al segmento infantil y juvenil, abanderando culturas tecnológicas que ayuden a forjar un mejor mañana.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

GENERAL

El objetivo es diseñar una compañía viable para su creación con un crecimiento sostenible que proporcione rendimientos económicos a los socios, permitiendo prestar un buen servicio, a un costo accesible a un considerable número de personas.

ESPECIFICOS

- *Identificar el mercado objetivo.*
- *Determinar la estructura de costos.*
- *Diseñar estrategias de mercadeo.*
- *Calcular el tiempo en el que se recupera la inversión inicial y el punto de equilibrio.*

VENTAJAS COMPETITIVAS

La ventaja competitiva que posee el negocio es la orientación hacia los segmentos infantil y juvenil, ya que es una población que aun no ha sido explorada con relación a las necesidades de Internet y representa un potencial importante.

SERVICIOS DE LA EMPRESA

Se contarán con los siguientes servicios:

- 1. Internet: posibilidad de conectarse a la gran red de manera que el cliente tenga la posibilidad de realizar varias actividades al mismo tiempo como los es escuchar música, charlar con alguien de otro país, transmitir datos, hacer consultas y muchas actividades más.*
- 2. Juegos Interactivos: ofrecer un servicio de recreación a los clientes por medio de juegos interactivos que permitan el aprendizaje y al mismo tiempo diversión, algunos de ellos son las enciclopedias, juegos de exploración, entre otros.*
- 3. Tutoriales: se contaría con guías agradables que permitan al usuario un aprendizaje más grato.*

4. *Varios – Papelería: se ofrecerá también al cliente la posibilidad de comprar disquetes, scanner imágenes y/o textos, realizar impresiones de sus temas de interés, entre muchas cosas más.*
5. *Varios – Comidas: También se ofrecerán algunos alimentos que sean agradables a los clientes permitiéndoles así pasar un rato a gusto.*

CALIFICACIONES PARA ENTRAR AL AREA

- *Personal capacitado.*
- *Actitud de servicio al cliente.*
- *Conocimientos relacionados con el funcionamiento del computador.*
- *Conocimiento en cuanto al manejo del software.*

APOYOS

1 PUBLICISTA (Mercadeo y Publicidad)

1 CONTADOR

FASE DE MERCADEO

OBJETIVO DEL MERCADEO

Diseñar las estrategias de comunicación, comercialización, precios y penetración de mercado, resultantes de la investigación de mercados aplicada al sector objetivo.

DESCRIPCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Personas entre 6 y 14 años clasificadas en dos grupos:

- *6 y 9 años quienes se les denominara niños.*
- *10 y 14 años a quienes se les denominara jóvenes.*

Residentes en la localidad de Kennedy, de estrato socioeconómico 3, de la ciudad de Bogotá.

NOTA: No se excluye la atención de cualquier otro usuario que requiera del servicio.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se hará una investigación de mercado para recopilar Información sobre los hábitos de uso, frecuencias de visita y tendencias, para identificar las preferencias e integrarlas al proyecto y así poder encaminar las actividades para satisfacer las necesidades del mercado.

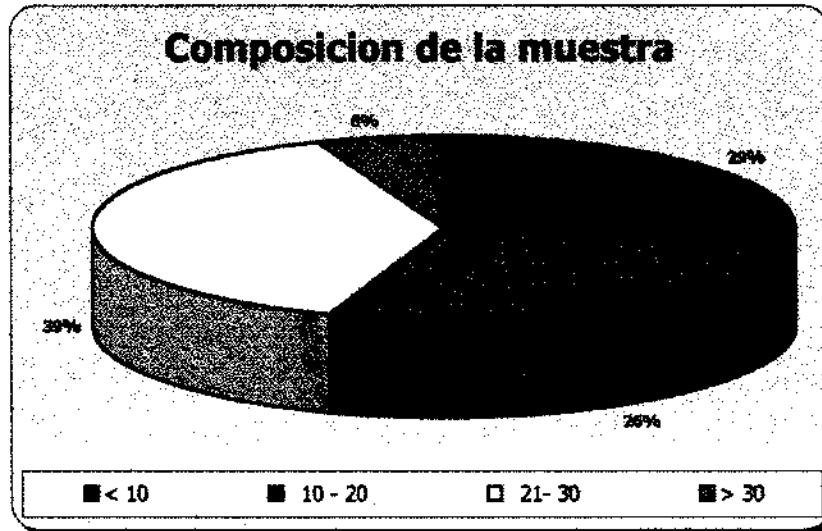
| FICHA TECNICA | |
|------------------------------|--|
| INSTRUMENTO | <i>Formulario de Encuesta</i> |
| Nº DE ENCUESTADOS | 90 |
| Nº DE ENCUESTAS NULAS | 3 |
| CIUDAD | <i>Bogotá</i> |
| LOCALIDAD | <i>Kennedy</i> |
| BARRIOS | <i>Mandalay Hipotecho</i> <i>Kennedy Hipotecho Occidental</i> <i>San Eusebio Provivienda Oriental</i> <i>Villa Claudia Provivienda</i> <i>Villa Adriana Alquería la Fragua</i> <i>Américas Alquería la fragua norte</i> <i>Nueva York Alquería la fragua</i> <i>Timiza La Campiña</i> |



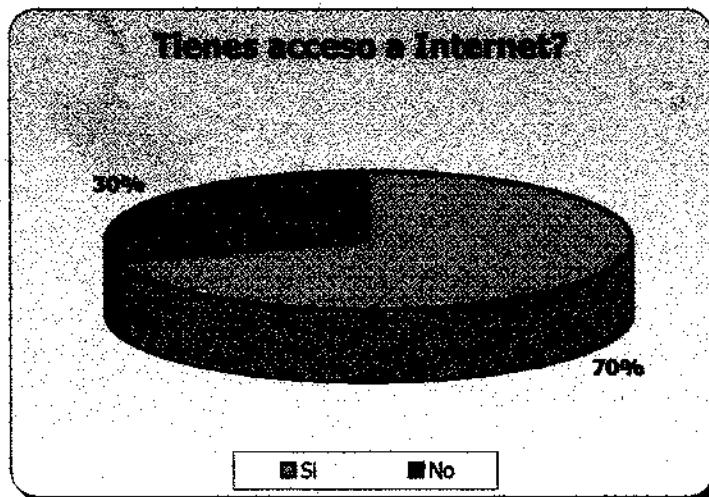
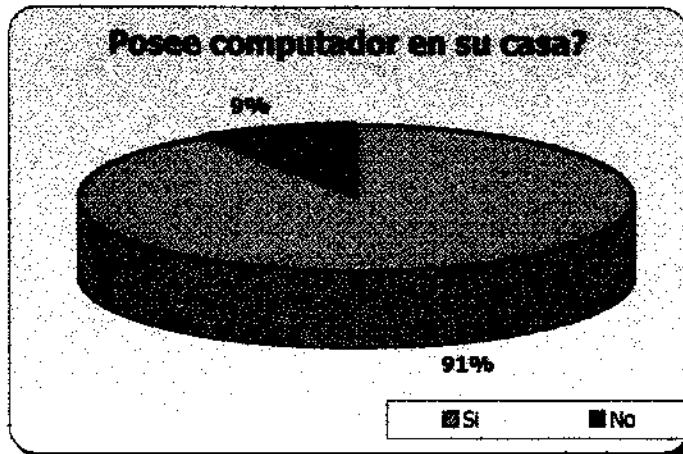
| | | |
|--|----------------------------------|--------------------------|
| | <i>Lagos de Timiza</i> | <i>Delicias</i> |
| | <i>Provivienda Occidental</i> | <i>Marsella</i> |
| | <i>Lusitania</i> | <i>Ciudad Kennedy</i> |
| | <i>Hipotecho sur</i> | <i>Bavaria</i> |
| | <i>Villa Alsacia</i> | <i>Las 2 avenidas</i> |
| | <i>Nuevo Techo</i> | <i>Castilla</i> |
| | <i>Pio XII</i> | <i>Vision de Oriente</i> |
| | <i>La pampa</i> | <i>Vergel Occidental</i> |
| | <i>Vergel Oriental</i> | <i>Verede el Tintal</i> |
| | <i>Osorio</i> | <i>Corabastos</i> |
| | <i>Ciudad Kennedy Oriental</i> | |
| | <i>Ciudad Kennedy norte</i> | |
| | <i>Ciudad Kennedy Central</i> | |
| | <i>Ciudad Kennedy Occidental</i> | |
| | <i>Ciudad Kennedy Sur</i> | |
| | <i>Timiza A</i> | <i>Renania Urapanes</i> |
| | <i>Tundama</i> | <i>Santa Catalina</i> |
| | <i>Boita</i> | <i>Timiza B</i> |
| | <i>Tocarema</i> | <i>Jacqueline</i> |
| | <i>Villa Nelly II</i> | <i>Catalina</i> |
| | <i>Catalina II</i> | <i>Roma</i> |
| | <i>La Cecilia</i> | <i>El Rubi</i> |

| | | |
|-------------------------|------------------------|---------------------------|
| | <i>Class</i> | <i>Gran Britalia</i> |
| | <i>El Caramelo</i> | <i>Jorge Uribe Botero</i> |
| | <i>Casablanca</i> | <i>Casablanca Sur</i> |
| | <i>Pastrana</i> | <i>Llano Grande</i> |
| | <i>Saucedal</i> | <i>Osorio</i> |
| | <i>Osorio XI</i> | <i>Osorio XII</i> |
| | <i>Tairona</i> | <i>Patio Bonito III</i> |
| | <i>Patio Bonito II</i> | <i>Patio Bonito</i> |
| | <i>Campo Hermoso</i> | <i>Calandaima</i> |
| | <i>El paraíso Bosa</i> | <i>El paraíso</i> |
| | <i>Dindalito</i> | <i>Tintalito</i> |
| | <i>El Jazmín</i> | <i>Galán</i> |
| | <i>Los Almendros</i> | <i>Las Acacias</i> |
| | <i>Las Margaritas</i> | <i>Ciudad de Cali</i> |
| <i>TIPO DE MUESTREO</i> | | <i>Aleatorio</i> |

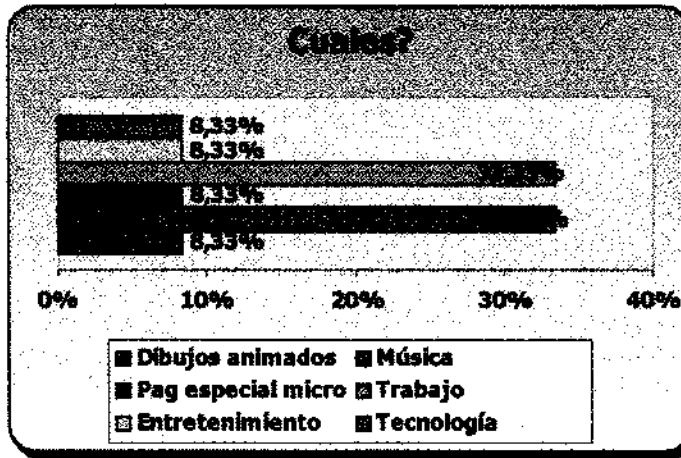
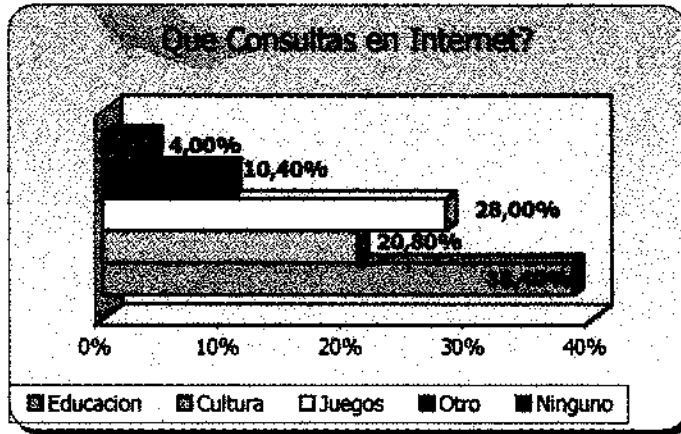
ANÁLISIS DE RESULTADOS



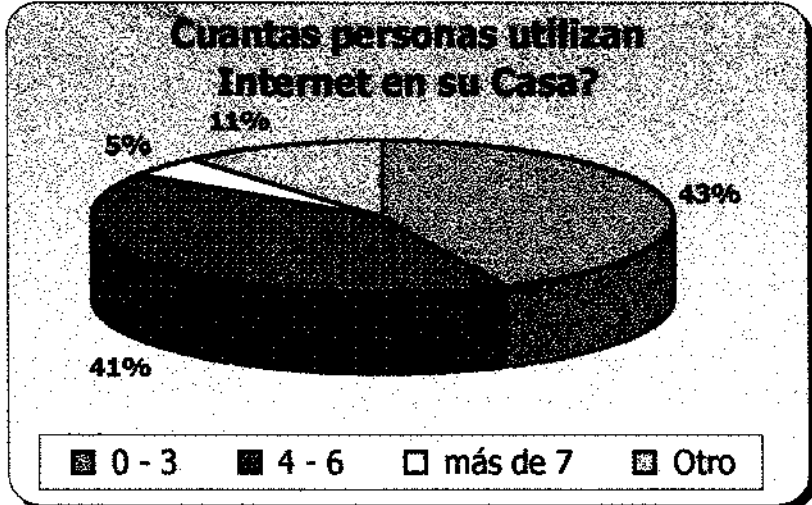
Se encuestaron personas de diferentes edades, con el fin de validar las opiniones con respecto al Café Internet Infantil y Juvenil, teniendo cuidado de aplicar una fracción importante de las encuestas al grupo objetivo, para este caso se aplicó el 55.20% de la muestra.



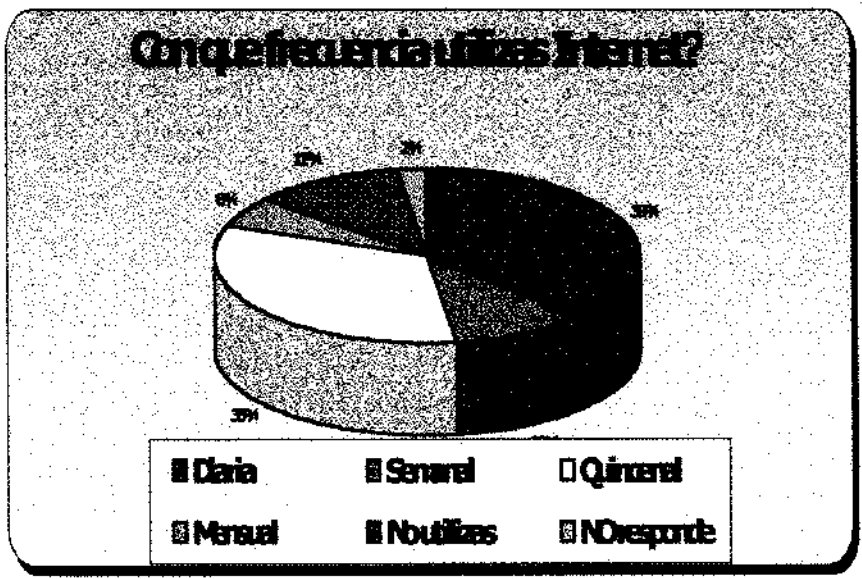
Aunque el 91% de los encuestados posee computador en su casa tan solo el 70% cuenta con acceso a Internet.

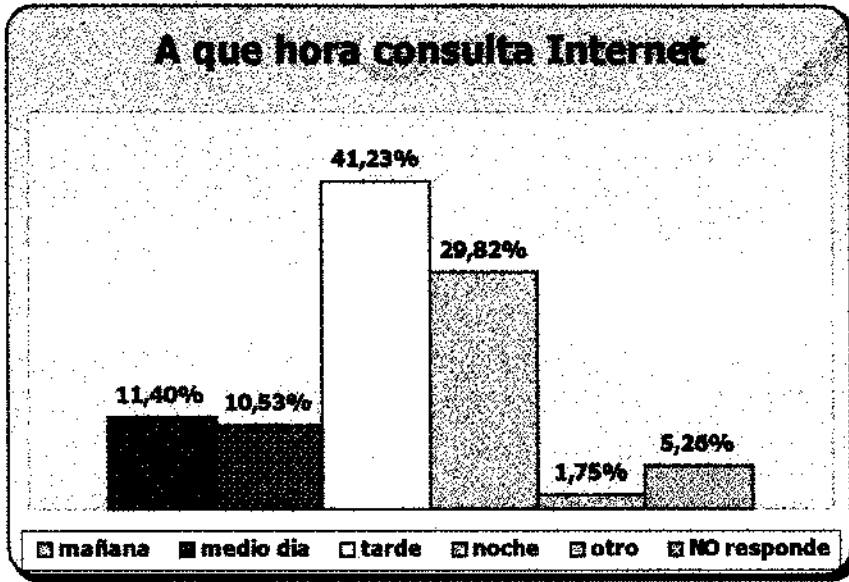


En cuanto a los temas de mayor consulta la encuesta dio como resultado otros temas de interés como lo es música con un 33.33% y trabajo con un 33.33%; seguido por los juegos con un 28%

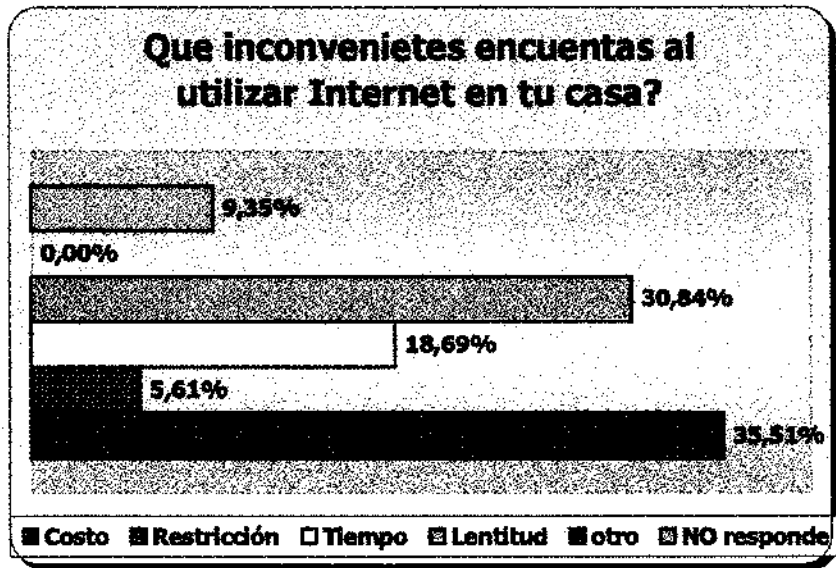


La cantidad de personas que utilizan el Internet en la mayoría de los hogares oscila entre 0 y 3 personas con un 43%.

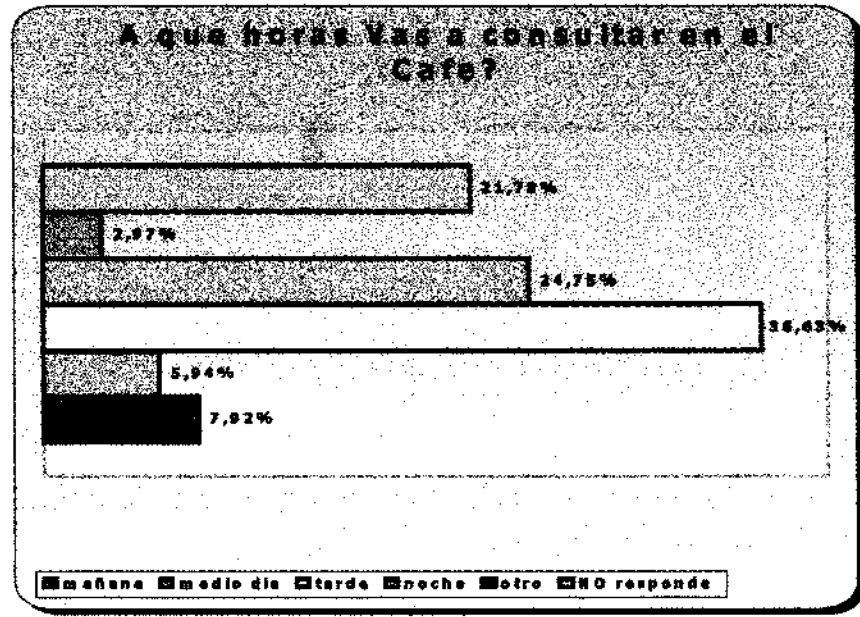
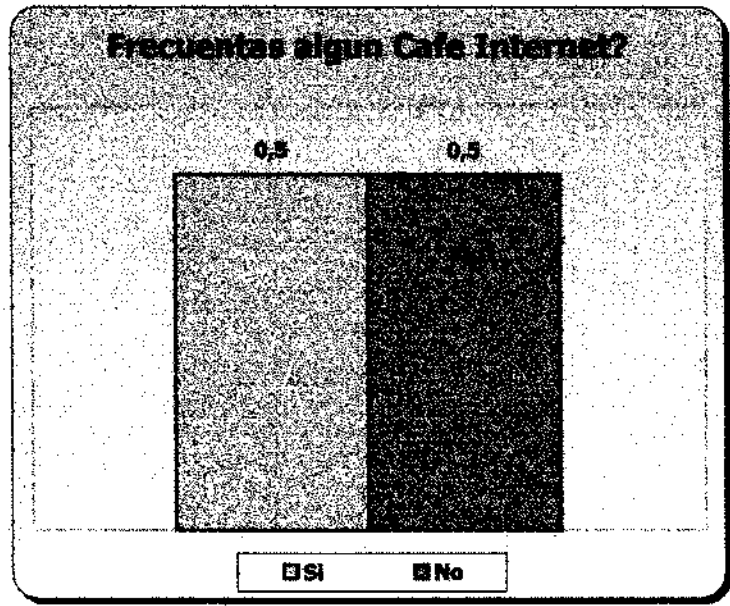




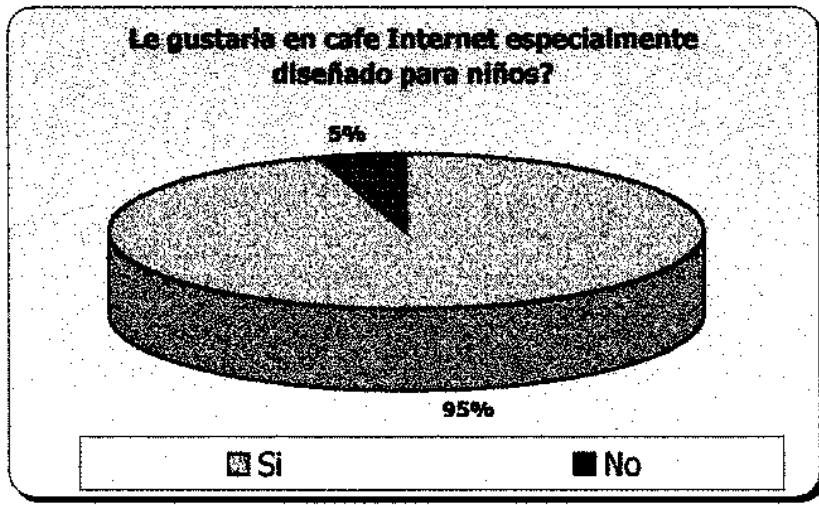
En cuanto a frecuencia del uso de Internet se observa como resultado que se utiliza diariamente con un 38% y quincenalmente con un 33% además la hora de mayor consulta es en horas de la tarde con un 43.23% como muestra el grafico.



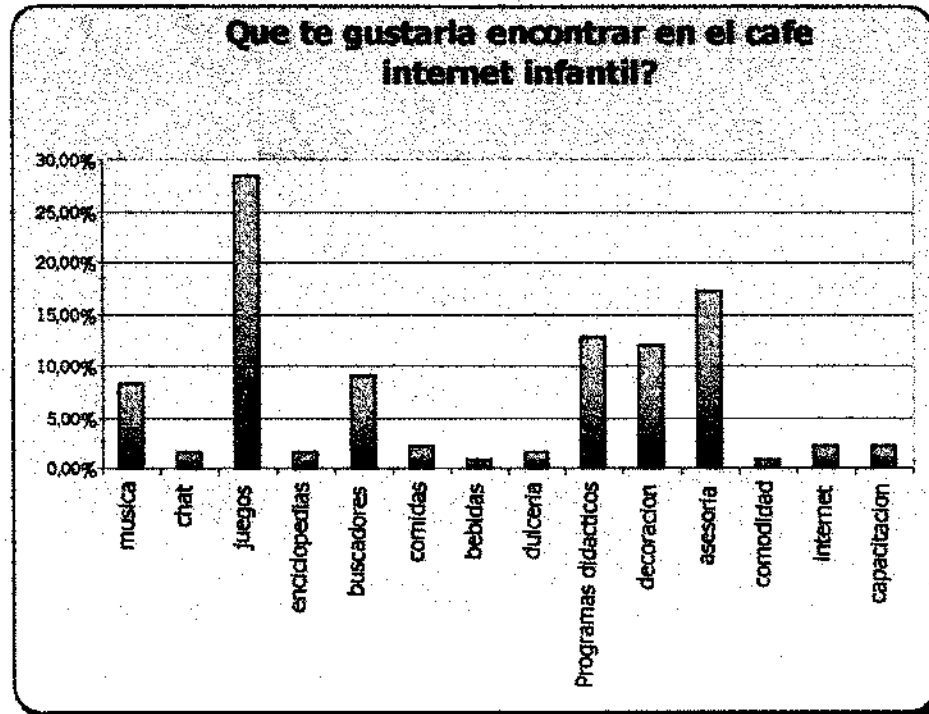
El mayor inconveniente que se encuentran las personas al conectarse desde su casa es el costo con un 35.51%.



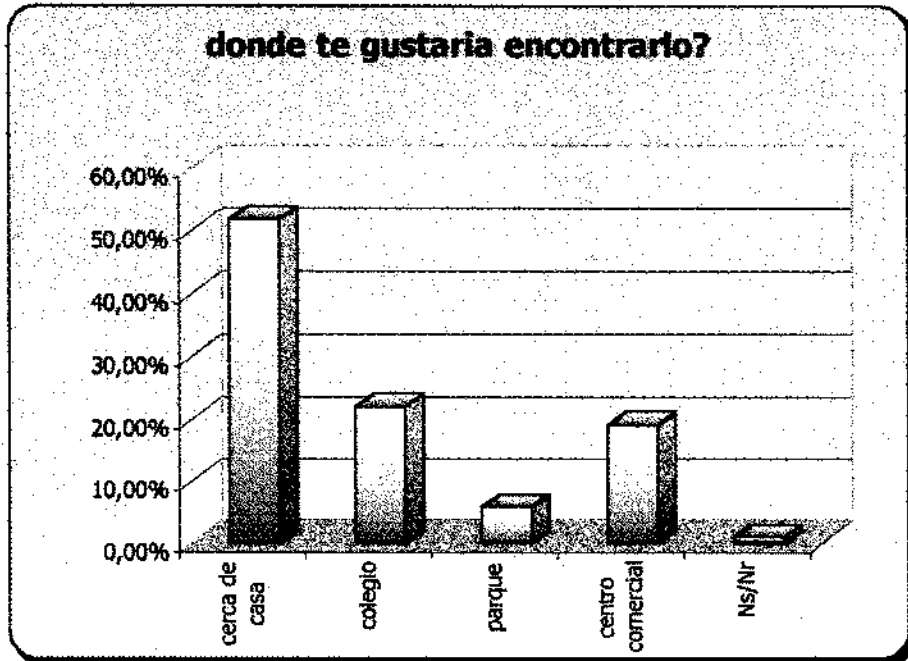
Aunque el 50% de la población encuestada contesto que si frecuenta algún Café Internet, la hora en que mayor consultas de hacen es en horas de la tarde con un 36.63% seguido de noche con un 24.75%.



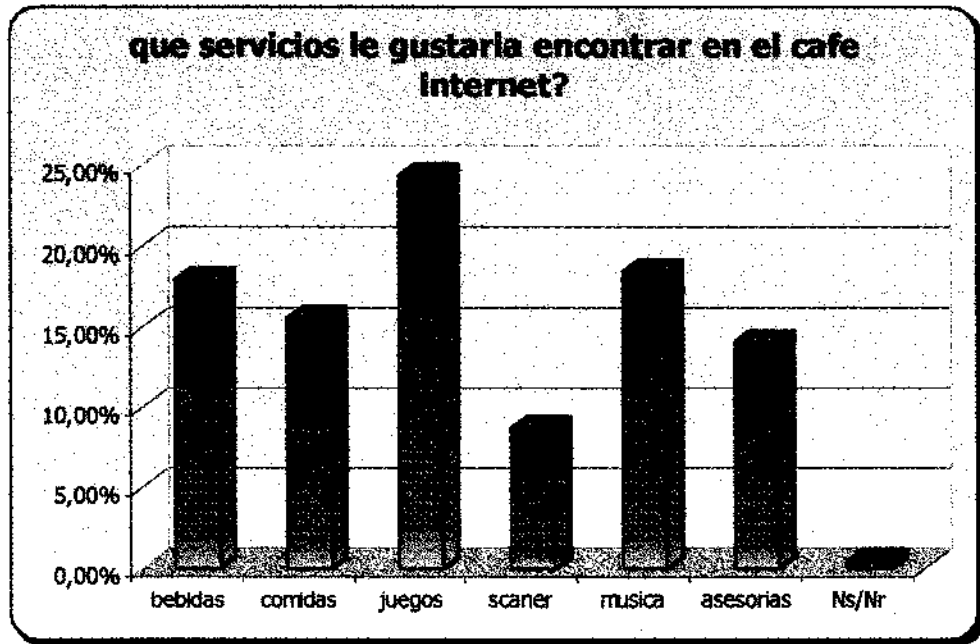
Según los resultados de la encuesta podemos darnos cuenta que la mayoría de la población encuestada se encuentra de acuerdo con la idea de un Café Internet diseñado para niños con un 95%.



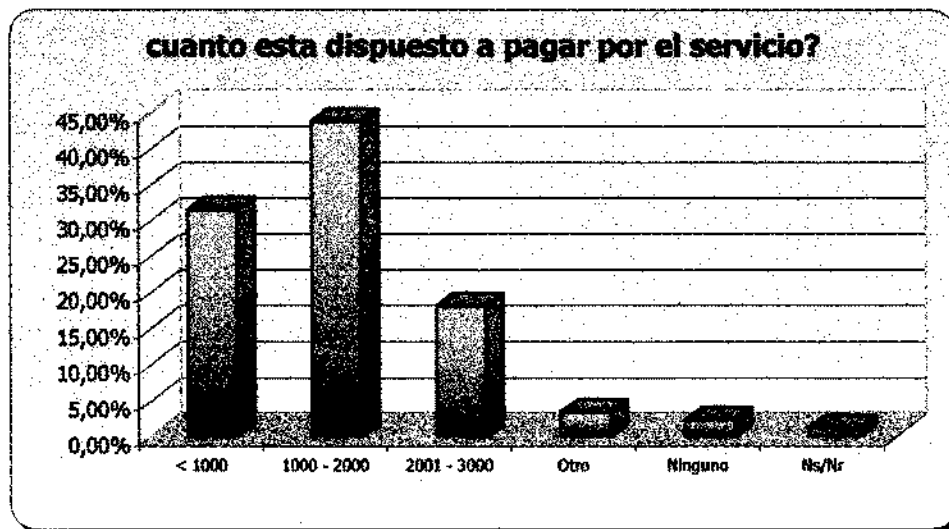
La mayoría de la población encuestada coincidió en que lo que le gustaría encontrar en un Café Internet sería juegos con un 28.36%.



Los resultados en esta pregunta fueron que quisieran encontrar el Café Internet Infantil cerca de Casa con un 51.92%.



Lo que más quisieran encontrar en el Café Internet Infantil serían juegos respaldado con un 24.39%.



Observando los resultados se observa que el precio del servicio el cual estaría dispuestos a pagar sería entre 1.000 y 2.000 pesos, respaldado con un 43.82%.

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Resultado de la recopilación de información, se observo que las personas que utilizan la conexión a Internet desde su casa lo hacen diariamente pero un inconveniente es el costo elevado de la conexión.

También se observó que de la cantidad de personas encuestadas el 50% asiste a un café Internet, lo cual representa la potencialidad del mercado potencial, además se indicó que les gustaría que se ubicara cerca de casa, y desearían encontrar juegos, atención personalizada que lo asesore y bebidas.

En cuanto al costo de la hora de Internet, estarían dispuestos a cancelar entre \$1.000 y \$2.000.

En cuanto al horario de atención al público, se considera que el establecido cumple con el requerimiento de tarde y noche que se destaca con mayores horas de preferencia con un 64.38%.

Esta información se debe tener en cuenta en el momento de la planeación y toma de decisiones, y en el montaje, considerando las preferencias reveladas en cuanto a temas del software, la proyección y adecuación de los costos de modo que se ajuste a los rangos de pago señalados ó a la clarificación de valores agregados que justifiquen un valor mayor.

TAMAÑO DEL MERCADO

Según las investigaciones realizadas en la localidad de Kennedy existen 38 colegios, de los cuales 8 de ellos quedan cercanos al centro comercial Plaza de las Américas

CONSUMO APARENTE Y DEMANDA POTENCIAL

Tomando como zona geográfica y con una población de 100 encuestados se toman los siguientes datos arrojados por la encuesta para determinar la demanda potencial y el consumo aparente.

De 100 personas aproximadamente 50 utilizarían el servicio, es decir un 50%, el costo promedio del consumo es de \$2.000, el cliente promedio asiste a un café Internet mínimo 3 veces a la semana. El calculo es el siguiente:

*((3 veces a la semana * 4 semanas)*12 meses)= 144 días al año.*

100 encuestados 144 días al año * \$2.000 costo de la navegación = 28'800.000*

es decir que la demanda total del mercado es de \$28'800.000 millones.

COMPETENCIA

| NOMBRE | UBICACION | TELEFONO | VENTAJAS O FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|------------------------|---------------------------|-----------------|--|---|
| INSTITUTO FONTITEC | Calle 22 No 94 - 05 | 2679788 | Se paga media hora y se navega una hora completa | Un poco costoso para el sector. Valor hora \$5.000 |
| NOTI NET LINEA | Calle 41 No. 20 - 50 | 2325998 | Buenas ofertas | Alejado de colegios Valor hora \$2.000 HAPPY HOUR \$1.500 |
| CENTRO NET DE COLOMBIA | Carrera 13 No. 45 - 82 | 2884652 | Ubicado en un sector muy transitado | Tarifa \$3.000 |
| CIBER SPACE | Calle 51 No. 24 - 37 | 2486174 | Cercano a Conjuntos residenciales. | Ubicado en sector residencial y es un poco costoso Valor \$3.500 |
| PLATYPUS | Calle 16 No. | 3413104 | Ubicado en un | Costo de la hora |



| | | | | |
|--|--------|--|--|--------------------------------|
| | 2 - 43 | | sector comercial, bastante transitado en el día. | y costo de las impresiones. |
|--|--------|--|--|--------------------------------|

DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA

La empresa adquirirá un local dentro del centro comercial Plaza de Las Américas, el cual será el único punto de atención de la empresa.

VENTAJA

MIMUNDONET LTDA, cuenta con una excelente ubicación ya que el centro comercial en el cual se ubicara la empresa cuenta con personas transitando constantemente en el transcurso del día, además, cerca de este se encuentra un gran parque de diversiones, el cual atrae gran cantidad de personas y especialmente niños los cuales representan el mercado objetivo de la empresa.

COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

Se realizaran una serie de actividades las cuales estarán enfocadas en crear, mantener o cambiar las actitudes y comportamientos del mercado objetivo con respecto al servicio que se va a ofrecer.

PUBLICIDAD

Como herramienta para llevar a cabo la publicidad de la empresa, se distribuirán volantes que informen a las personas acerca de los servicios y características que ofrece la empresa, buscando de esta manera atraer a los clientes para que conozcan el servicio y se cree en ellos una preferencia por los servicios y la atención que ofrece la empresa, logrando de esta forma mostrar al cliente los atributos del servicio haciendo que el cliente cambie su Café Internet anterior por "El Mejor Café Internet Infantil" que conoce .

Los volantes serán distribuidos dentro del centro comercial y alrededores.

LOGO DE LA EMPRESA

(Ver Anexo No.1)

ESLOGAN DE LA EMPRESA

(Ver Anexo No.2)

NOMBRE DE LA EMPRESA

(Ver Anexo No.3)

FIJACIÓN DE PRECIOS

Este tipo de decisión esta sujeta tanto a los factores internos, como lo son los objetivos fijados por mercadeo y externos de la empresa, que son los que incluyen al mercado, la demanda y la competencia.

Después de evaluar los factores externos utilizando como instrumento una encuesta (Ver Anexo No.4) se pudo determinar un precio cómodo para los clientes y conveniente para la empresa

POLÍTICAS DE VENTAS

Los parámetros básicos para establecer las políticas de ventas de la empresa están directamente relacionados con el propósito de incrementar las ventas a corto, mediano y largo plazos logrando crear una participación mayor en el mercado del servicio.

Por tal motivo, la empresa realizara promociones, descuentos, cupones obsequio que incentiven y motiven a los clientes a seguir adquiriendo y usando el servicio.

Todo esto se realizara basándose en los incrementos y en el cumplimiento de los objetivos propuestos.

PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

Un procedimiento a seguir para incursionar en el mercado del Internet, consiste en la elaboración de propuestas que sean innovadoras y que incrementen el nivel productivo de la empresa, como lo son las promociones, la publicidad del mismo negocio, logrando de esta manera aumentar el mercado objetivo.

RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO

| DEBILIDADES | OPORTUNIDADES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• <i>Un solo punto de atención.</i>• <i>Poca experiencia.</i> | <ul style="list-style-type: none">• <i>Ubicación estratégica.</i>• <i>Amplio horario de atención al cliente.</i> |
| FORTALEZAS | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none">• <i>Excelente equipo humano.</i>• <i>Excelentes equipos para la</i> | <ul style="list-style-type: none">• <i>Competencia en el lugar.</i> |

| | |
|---|--|
| <p><i>prestación del servicio.</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Precios cómodos y accesibles.</i>• <i>Personal capacitado.</i> | |
|---|--|

FASE DE PRODUCCION

OBJETIVOS DE PROCESO DE PRODUCCIÓN

El objetivo de la empresa es prestar un servicio de excelente calidad, que permita al cliente conseguir el satisfacción y aprovechamiento del servicio sin encontrar inconvenientes para su uso.

CORTO PLAZO

Durante este periodo de tiempo se espera las utilidades que genere la producción de los servicios de la empresa incrementen en un 2% , logrando así aumentar el margen de utilidad.

MEDIANO PLAZO

Se espera un incremento del 5% de la producción de la empresa , logrando obtener mayores dividendos para los socios y para la misma empresa.

LARGO PLAZO

Lograr obtener utilidades de un 6% logrando una estabilidad, que permita ampliar el negocio y así mismo incrementar el capital de la empresa y sus dividendos.

ESPECIFICACIONES SERVICIO

El proyecto que se presenta plantea la creación de un Café Internet Infantil y Juvenil, por medio del cual se ofrecería un servicio de acceso a Internet enfocado especialmente al sector infantil y juvenil.

MIMUNDONET Ltda., brindaría la posibilidad de acceder a Internet, computadores, impresoras, scanner y comidas, además, contaría con personal capacitado el cual asesoría al cliente que lo necesitara, logrando así prestar un mejor servicio a la comunidad.

CUAL ES EL SERVICIO

Brindar la posibilidad mediante el uso de tecnología el acceso a sus herramientas y a Internet.

DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION

La producción mensual de la empresa será de \$7'840.000, ya que la empresa funcionara 7 días a la semana, su producción diaria será de \$280.000 y la hora de prestación del servicio tendrá un costo de \$2.000.

En un día de atención al público se realizan los siguientes pasos:

- 1. Llegada del personal (7:30 AM).*
- 2. Aseo del local a cargo de la persona encargada (30 minutos), en el mismo tiempo se realizara una revisión de equipos y revisión de anomalías.*
- 3. Apertura para atención al público (8:00 AM).*
- 4. Terminación de turno de la persona encargada del aseo (12:00 M).*
- 5. Atención al cliente (tiempo requerido).*
- 6. Terminación de servicio al público (10:00 PM).*

7. *Revisión de estado de equipos, revisión de anomalías y cierre de caja (30 minutos).*
8. *Cierre del local y salida de personal (10 minutos).*

DIAGRAMA DE FLUJO

○ → *Llegada al local.*


○ → *Empezar a limpiar las instalaciones del café Internet infantil.*


□ → *Inspeccionar que cada uno de los elementos de trabajo estén en su sitio.*

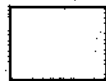
○ → *Organizar la sección de bebidas y comidas para dejarla en buen Estado.*


□ → *Revisar cada una de las secciones de los computadores .*


□ → *Revisar que los programas estén funcionando en especial el acceso a Internet.*

 → *Ubicar todos los elementos que necesiten los niños para sus Investigaciones.*


 → *Revisar que los libros de la biblioteca estén en orden y clasificados por materias.*

 → *Verificar nuestra buena presentación personal.*

 → *Abrir el negocio .*

 → *Dar entrada a los niños y darle orientación a lo que necesite.*

 → *Verificar el buen funcionamiento de la sección de comidas.*

 → *Atender cada una de las consultas que se presenten.*

 → *Cerrar el negocio.*

CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

Se van a evaluar dos alternativas, dentro de las cuales se hará una descripción detallada de cada una. La primera alternativa es un equipo COMPAQ PRESARIO SERIE 5863 y la segunda alternativa es un equipo AMD ATHLON XP 2000.

Es necesario precisar que para tener acceso a Internet se requieren una serie de dispositivos como mínimo para la prestación del servicio:

- *Un PC con un procesador mínimo de 810 Mhz con una memoria RAM de 256 Mb.*
- *Módem mínimo de velocidad de 56K.*
- *Un proveedor de acceso a Internet.*
- *Un navegador.*

COMPAQ PRESARIO

Procesador : Intel Pentium III de 600 Mhz

Disco duro : disco duro de 20 GB ultra DMA

Memoria : 128 Mb de memoria SYNCDRAM 100 Mhz

Video 2X AGP, 16 MB SYNCGRAPHICS

Monitor : monitor compaq MV520 de 15"

Sistema operativo: Windows 2000

Garantía : limitada 1 año en partes y 1 año en mano de obra

Precio : \$ 2.370.000

AMD ATHLON XP 2000

Procesador : ATHLON XP

Velocidad del procesador: 450 Mhz

Memoria : RAM máximo 256Mbp

Tamaño : 40 GB

Tiempo medio de búsqueda: 9.5 ms

Tiempo medio de espera: 5.59 ms

Tipo de gráficos: SVGA

Memoria de video: 16 Mb

Sistema operativo: Microsoft Windows NT workstation 4.0

Garantía : primer año en los predios, segundo y tercer año sólo cambio de componentes

Precio : \$ 1.215.000

La decisión en este caso se fundamentará principalmente en el costo, de allí que para el montaje del proyecto nos inclinaremos por el uso de computadores que representen gran rendimiento y calidad además de un costo económico, en este caso nos inclinaremos por AMD ATHLON XP 2000.

EQUIPO E INSTALACIONES

| EQUIPO\ HERRAMIENTAS | CANTIDAD | MARCA | COSTO UNITARIO |
|-----------------------------|-----------------|---|----------------------------|
| <i>Computadoras</i> | <i>11</i> | <i>AMD ATHLON XP 2000</i> | <i>1'215.000</i> |
| <i>Scanner</i> | <i>1</i> | <i>HEWLETT PACKARD SCANNER 2000</i> | <i>190.000</i> |
| <i>Impresoras</i> | <i>2</i> | <i>EPSON C42UX LEXMARK 235</i> | <i>183.200 180.500</i> |
| <i>Mesas</i> | <i>10</i> | <i>MODERCLOSET</i> | <i>160.000</i> |
| <i>Sillas</i> | <i>18</i> | <i>PANAMERICANA</i> | <i>76.000</i> |
| <i>Escritorio Modular</i> | <i>1</i> | <i>MODERCLOSET</i> | <i>120.000</i> |

SERVICIOS NECESARIOS: *Electricidad, Agua, Teléfono.*

INSTALACIONES NECESARIAS: *El lugar en donde se va a ubicar el negocio debe contar con las instalaciones necesarias para el buen funcionamiento del negocio.*

MANTENIMIENTO: *En cuanto al mantenimiento de los equipos e instalaciones se haría de la siguiente manera; los computadores tendrían mantenimiento 2 veces al mes, el Scanner y las impresoras tendrían mantenimiento 1 vez al mes y la limpieza del local (mesas, sillas, decoración, pisos, etc) se realizaría diariamente.*

CAPACIDAD INSTALADA

MIMUNDONET Ltda, tendría una capacidad instalada de:

| PERIODO | NUMERO DE HORAS | TOTAL |
|-----------------|------------------------|------------------|
| <i>1 DIA</i> | <i>140 horas</i> | <i>280.000</i> |
| <i>1 SEMANA</i> | <i>980 horas</i> | <i>1'960.000</i> |
| <i>1 MES</i> | <i>3.920 horas</i> | <i>7'840.000</i> |

MANEJO DE INVENTARIOS

El sistema de inventarios de la empresa estaría compuesto por los equipos, programas y comidas, el cual se comprendería de la siguiente manera.

| OBJETO | CANTIDAD | CANTIDAD TOTAL | | |
|--|-------------|--------------------|--------------------------|-------------------|
| EQUIPOS | | | | |
| Computadores | 11 | | | |
| Scanner | 1 | | | |
| Impresoras | 2 | | | 14 equipos |
| PROGRAMAS | | | | |
| Office | | | | |
| Juegos | | | | |
| Enciclopedias | | | | |
| COMIDAS (Estimado de compras mensuales) | | | | |
| PRODUCTO | CANTIDAD | PROVEEDOR | PRECIO PUBLICO | GANANCIA |
| Papas | 7 paquetes, | $3.500/10 = 350$ | $600*10*7 = 42.000$ | 250 por |
| | 10 unidades | $3.500*7 = 24.500$ | PP \$ 600 | unidad |
| Galletas | 6 paquetes, | $2.300/12 = 191$ | $300*6 = 21.600$ | 109 por |
| | 12 unidades | $2.300*6 = 13.800$ | PP \$300 | unidad |
| Brownies | 20 unidades | $16.000/20 = 800$ | $1100*20 = 22.000$ PP | 300 por unidad |

| | | | | |
|---------------------|------------------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------|
| | | | \$1.100 | |
| <i>Ponques Gala</i> | <i>3 paquetes, 10 unidades</i> | $2.500/10 = 250$ $2.500*3 = 7.500$ | $400*3*10 = 12.000$ <i>PP \$400</i> | <i>150 por unidad</i> |
| <i>Chocorrano</i> | <i>3 paquetes, 10 unidades</i> | $3000/10 = 300$ $3.000*3 = 9.000$ | $500*10*3 = 15.000$ <i>PP \$500</i> | <i>200 por unidad</i> |
| <i>Gaseosas</i> | <i>6 canastas</i> | $9.000/30 = 300$ $9000*6 = 54.000$ | $400 * 30*6 = 72000$ <i>PP \$400</i> | <i>100 por unidad</i> |
| <i>Jugos</i> | <i>6 canastas</i> | $9600/30 = 320$ $9.600*6 = 72.000$ | $600 * 30*6$ $=108.000$ <i>PP \$ 600</i> | <i>280 por unidad</i> |
| TOTAL | | 197.800 | 319.000 | 121.200 |

PP = Precio Público

IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES

ANDINET

Cubrimiento: Bogotá, Villavicencio, Cali, Palmira, Armenia y Manizales

Velocidad máxima de acceso: 56.6 Kbps por líneas telefónicas normales y 128 Kbps por líneas RSDI.

Ancho de banda: 2.2 Mb

Número de líneas: 540

Número de usuarios: 4800

Tarifas: US \$ 40 por tiempo ilimitado para particulares y empresas; US \$ 30 mensuales para estudiantes, inscripción US \$ 30.

COLOMSAT

Cubrimiento: Bogotá, Cali, Medellín

Ancho de banda: 4.5 Mb

Velocidad máxima de acceso: 56.6 Kbps

Número de líneas: 500 en Bogotá, 64 en Medellín y Cali

Número de usuarios: 14000

Tarifas: \$ 16000 mensuales por 15 horas de navegación al mes, \$ 30400 por 25 horas.

CABLENET

Cubrimiento: Bogotá, en las zonas de fibra óptica de la red tv cable

Ancho de banda: 6 Mbps

Velocidad máxima de acceso: depende del tipo de cable módem

Número de líneas: no hay conexión, utiliza fibra óptica

Número de usuarios: 5000

Tarifas: para uso residencial US \$ 340, US \$ 60 mensuales.

IMPSAT

Cubrimiento: Bogotá y Barranquilla

Velocidad máxima de acceso: 56.6 Kbps por línea telefónica

Ancho de banda: 11.5 Mb

Número de líneas: 1200

Número de usuarios: 10700

Tarifas: \$ 40000 mensuales tiempo ilimitado.

INTERNET TELECOM

Cubrimiento: todo el país

Ancho de banda: 16 Mb en fibra óptica

Velocidad máxima de acceso: 56 Kbps

Número de líneas: 2800

Número de usuarios: 3324

Tarifas: \$ 30000 mensuales tiempo ilimitado y correo.

IBM INTERNET

Cubrimiento: Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla

Ancho de banda: 768 Kbps

Velocidad máxima de acceso: 56.6 Kbps

Número de líneas: 120 en Bogotá y 20 en las otras

Número de usuarios: 2000

Tarifas: US \$ 14.95 mensuales por 6 horas al mes US \$ 2 hora adicional.

OPENWAY

Cubrimiento: Bogotá

Velocidad máxima de acceso: 56 Kbps

Ancho de banda: 512 Kbps

Número de líneas: 390

Número de usuarios: 4100

Tarifas: US \$ 30 mensuales tiempo ilimitado.

MULTIPHONE NET

Cubrimiento: Bogotá, Ibagué, Neiva y Bucaramanga

Ancho de banda: 1.024 Kbps

Velocidad máxima de acceso: 56 Kbps

Número de líneas: 300

Número de usuarios: 3000

Tarifas: \$ 25000 mensuales por tiempo ilimitado.

ANÁLISIS DE PROVEEDORES

Se tuvieron en cuenta proveedores que ofrecen el servicio de acceso a Internet, los cuales se convertirían en los proveedores directos.

Dentro de este análisis incluyen aspectos como: cubrimiento, ancho de la banda, velocidad máxima de acceso, número de líneas, usuarios y tarifas.

De acuerdo con las características de cada proveedores determino para el proyecto trabajar con INTERNET TELECOM, esta decisión se tomó teniendo en cuenta: las características requeridas y una tarifa económica en comparación con los demás proveedores, buscando brindar al cliente un mejor servicio, y una mayor eficiencia en tiempo y en costos.

NORMAS DE LA EMPRESA

- ❖ Cada uno de los computadores deben estar en perfecto estado.*
- ❖ Mirar a los ojos.*
- ❖ Sonreír.*
- ❖ Conocer el nombre del Cliente.*
- ❖ Saludar cortésmente.*
- ❖ Ser paciente con el cliente.*
- ❖ Ser positivo y optimista con el cliente.*
- ❖ Acompañar al cliente hasta su lugar.*
- ❖ Despedirse amablemente y ofrecer futuro servicio.*

EMPLEADOS

La empresa esta constituida por 4 socios, los cuales desempeñaran al mismo tiempo cargos específicos de la empresa, de la siguiente manera:

ADRIANA CIFUENTES; encargada de las finanzas de la empresa.

YEIMY GARZÓN; encargada de la gerencia de la empresa.

MONICA RAMÍREZ; encargada de la producción.

MARCELA BARÓN; encargada del mercadeo y publicidad de la empresa.

CONTADOR; encargado del estado de la empresa.

DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS

(Ver Anexo No.5)

MANO DE OBRA REQUERIDA

| ACTIVIDAD | NUMERO DE PERSONAS | TIPO DE HABILIDAD |
|---------------------------|---------------------------|---|
| <i>Atención del Local</i> | <i>4</i> | <i>Personal capacitado en manejo de los equipos y en atención al cliente.</i> |
| <i>Contador</i> | <i>1</i> | <i>Persona capacitada que tenga conocimiento acerca del funcionamiento</i> |

| | | |
|--|--|----------------------------|
| | | financiero de una empresa. |
|--|--|----------------------------|

Total de mano de obra requerida: 4 personas en el área de atención al público, las cuales se distribuirían en 2 turnos, dos en el turno de la mañana (7:30 AM a 3 PM) y dos en el turno de la tarde (3 PM a 10:30 PM), cada turno de 7.5 horas; también un contador el cual llevará la contabilidad, preparara los estados financieros, revisará las cuentas, preparara las declaraciones que se deben presentar ante las entidades fiscalizadoras del estado, con visitas semanales de seguimiento.

PROCEDIMIENTO DE MEJORA CONTINUA

Como procedimiento de mejora continua, dentro del Café se ubicara un buzón de sugerencias el cual permitirá estar en contacto permanente con los clientes y así mismo saber su opinión acerca del servicio, errores que se estén cometiendo y posibles mejoras para la prestación del servicio.

También se tendrá en cuenta el mejoramiento de la planta física del negocio, buscando con el tiempo una posible expansión del negocio y del mercado objetivo.

FASE DE ORGANIZACION

OBJETIVO

En esta área se busca organizar y distribuir de manera adecuada las actividades y responsabilidades de la empresa, facilitando así su crecimiento y cumplimiento de los objetivos propuestos.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

ORGANIGRAMA

(Ver Anexo No. 6)

OBJETIVOS GENERALES DE LA EMPRESA

| DEPARTAMENTO | OBJETIVO |
|---------------------|---|
| MERCADEO | <i>Diseñar las estrategias de comunicación, comercialización, precios y penetración de mercado, resultantes de la investigación de mercados aplicada al</i> |

| | |
|---------------------|---|
| | <i>sector objetivo.</i> |
| PRODUCCION | <i>El objetivo de la empresa es prestar un servicio de excelente calidad, que permita al cliente conseguir el satisfacción y aprovechamiento del servicio sin encontrar inconvenientes para su uso.</i> |
| ORGANIZACION | <i>Organizar y distribuir las actividades y responsabilidades de cada componente de la empresa, facilitando así su crecimiento y el cumplimiento de los objetivos propuestos.</i> |
| FINANZAS | <i>Orientar de manera adecuada los recursos económicos y las utilidades, buscando la rápida recuperación de la inversión y la generación de utilidades.</i> |

PROCESOS OPERATIVOS

| AREA | ACTIVIDADES | REQUISITOS ESPECIALES |
|-------------------|--|---|
| GERENCIA | <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar estrategias. - Determinar oportunidades | <ul style="list-style-type: none"> - Manejo de personal. - Responsable. - Analista. - Tomar decisiones coadyuvantes a la empresa - Interpretar resultados. |
| MERCADEO | <ul style="list-style-type: none"> - Diseñar estrategias de publicidad, promoción y ventas del servicio. | <ul style="list-style-type: none"> - Creativo - Interpretar necesidades. - Comunicación. |
| FINANZAS | <ul style="list-style-type: none"> - Aprovechamiento de recursos. - Estrategias para el flujo de efectivo. | <ul style="list-style-type: none"> - Trabajar en equipo. - Analiza estados financieros y propone planes de acción. - Proyectar utilidades. - Determinar posibilidades de inversión. |
| PRODUCCION | <ul style="list-style-type: none"> - Mantenimiento. - Instalación. - Actualización. | <ul style="list-style-type: none"> - Permanente actualización en tecnología de punta. - Manejo de herramientas. - Trabajar en equipo. - Comunicación. |

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES

1. GERENCIA

Será la encargada de diseñar estrategias para fortalecer la empresa identificando sus fortalezas y debilidades, determinando sus oportunidades y amenazas en beneficio de la empresa con el fin de cumplir los objetivos planteados.

Este cargo debe ser ocupado por una persona que cumpla con las siguientes características:

- *Tener un título profesional que lo acredite como administrador de empresas.*
- *Tener una experiencia laboral mínimo de dos años.*

La persona que cumpla con estas características, se encargara de:

- *Tomar decisiones que coadyuven la empresa.*
- *Proyectar estrategias de funcionamiento de la empresa.*
- *Analizar posibles fallas y determinar soluciones.*
- *Debe ser una persona responsable y respetuosa.*
- *Tener cualidades de líder*
- *Potenciador de la sinergia entre los colaboradores*

2. MERCADEO

Se encargara de diseñar estrategias de publicidad, promoción y ventas de la empresa, logrando crear en el cliente una necesidad del servicio.

Este cargo de la empresa lo ocupara una persona que:

- *Tener un titulo profesional que acredite sus estudios en mercadeo y publicidad.*
- *Tener una experiencia laboral mínimo de dos años.*
- *Sea creativo en cuanto a métodos y estrategias de comunicación con el cliente.*
- *Interprete las necesidades de los clientes.*
- *Diseñar estrategias de promoción, publicidad y ventas para la empresa.*

La persona que desempeñe el cargo cumplirá las siguientes funciones:

- *Perfil directivo*
- *Creativo e innovador.*
- *Proyectar el mercado potencial a corto, mediano, largo plazos y definir el mercado meta constantemente.*
- *Identificar debilidades y fortalezas*
- *Sondear permanentemente el mercado, tanto los proveedores como la competencia*
- *Planear el sistema de distribución del servicio.*

- ~~RESERVA~~
- *Intercomunicarse constantemente con los clientes y el entrono para identificar las necesidades a suplir.*

3. FINANZAS

Se encargara del manejo de los recursos de forma adecuada, mediante la utilización de estrategias que cumplan con los objetivos propuestos

Los requisitos para desempeñar este cargo son:

- *Tener un titulo profesional que acredite estudios en el área financiera .*
- *Tener una experiencia laboral mínimo de tres años.*
- *Conocimiento del manejo financiero de una empresa.*
- *Saber trabajar en equipo.*

Las funciones que desempeñaría serian:

- *Realizar proyecciones financieras.*
- *Analizar los estados financieros*
- *Determinar el potencial de inversión de la empresa.*
- *Presentar registros de: libro diario, mayor, estados financieros.*
- *Pagos y transacciones estipulados por la ley.*

4. PRODUCCIÓN.

Se encargara del mantenimiento, actualización e instalación del hardware y software requeridos para el buen funcionamiento de la empresa.

Para poder desempeñas este cargo el aspirante debe tener:

- *Tener un titulo profesional que lo acredite como persona capacitada para desempeñar el cargo.*
- *Tener una experiencia laboral mínimo de dos años.*
- *Contar con los conocimientos requeridos para desempeñar el cargo.*

Las funciones que cumplirá son:

- *Manejo de herramientas.*
- *Actualización de los programas y equipos.*
- *Evaluación de los proveedores del servicio*
- *Permanente búsqueda de proveedores que ofrezcan mejores tarifas y mejor servicio*
- *Mantenimiento de los equipos.*

CAPTACIÓN DEL PERSONAL

RECLUTAMIENTO

El proceso a seguir para la contratación será el contactar clientes, amigos y/o familiares interesados en el empleo.

La intención que se tiene al no publicarlo a una amplia audiencia es la de ofrecer la oportunidad de empleo a personas conocidas, que estén capacitadas y que no se encuentran desempeñando ningún cargo en el momento.

SELECCIÓN

Esta, se realizara utilizando una solicitud de empleo (Anexo No.6), la cual el aspirante deberá diligenciar con letra legible, posteriormente se realizara una entrevista por parte del departamento de mercadeo, quien también confirmara los datos facilitados por el aspirante via telefónica.

CONTRATACIÓN

TIPO DE CONTRATO

Los contratos tendrían una duración de tres (3) meses, en el cual se estipularía el horario de trabajo, políticas de la empresa, confidencialidad de las políticas de manejo de la empresa, conductos regulares, forma de pago, prestaciones, salario a pagar y será un contrato de tipo individual.

INDUCCIÓN

La inducción la realizara el departamento al cual ingresa el aspirante, junto con el departamento de mercadeo; el proceso que se manejara es:

- 1- Presentación de la planta física de la empresa.*
- 2- Presentación de la misión, visión y políticas de la empresa, puntualizando en la relacionadas con el área en cuestión.*
- 3- Carácter del cargo a desempeñar.*
- 4- Interacción con la herramienta de trabajo y sistema a emplear (capacitación general).*

DESARROLLO DE PERSONAL

Nuestra empresa contara con un total de 4 empleados se desempeñaran en diferentes áreas como los son: área de finanzas, producción y ventas mercadeo y publicidad; se contara con una capacitación para el personal para proporcionar así un mejoramiento continuo de nuestra empresa en beneficio propio, el costo destinado para la capacitación de es de \$100.000.

ADMINISTRACIÓN DE SALARIOS

MENSUALMENTE

| CARGO | NIVEL JERARQUICO | SALARIO /mes | AUXILIO DE TRANSPORTE | TOTAL |
|------------------------|-----------------------------|-------------------------|----------------------------------|------------------|
| <i>Junta de Socios</i> | <i>1</i> | | | |
| <i>Finanzas</i> | <i>3</i> | <i>332.000</i> | <i>37.500</i> | <i>369.500</i> |
| <i>Producción</i> | <i>3</i> | <i>332.000</i> | <i>37.500</i> | <i>369.500</i> |
| <i>Mercadeo</i> | <i>3</i> | <i>332.000</i> | <i>37.500</i> | <i>369.500</i> |
| <i>Gerente General</i> | <i>2</i> | <i>332.000</i> | <i>37.500</i> | <i>369.500</i> |
| <i>Contador</i> | <i>4</i> | <i>150.000</i> | <i>0</i> | <i>150.000</i> |
| TOTAL | | | | 1.628.000 |

En este cuadro se explica el salario que tiene cada empleado de la empresa, además se identifica cada una de las funciones que desempeñara cada uno de sus componentes.

También establecemos las obligaciones que tenemos como empleadores proporcionándoles las prestaciones exigidas por la ley que equivale en este caso al 30% de su salario mensual.

EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

El sistema de evaluación que se va implementar en la empresa, se va a realizar durante un periodo de 2 meses en el cual se pondrán a prueba las habilidades y conocimientos que posee el aspirante al cargo a desempeñar.

Cargo: Contador

Actividad: Organizar todos los procesos contables de la empresa .

Indicador:

(Fecha de compromiso de entrega de informe – fecha de entrega de informe) = 0

Objetivo: *Determinar la persona que asuma el cargo, para que pueda dar solución a las necesidades y problemas que se presenten con respecto al campo contable de la empresa, además, que tenga dominio y manejo en general del tema que respecta a su área.*

Resultados: *Se espera que las metas propuestas de la empresa en esta área sean cumplidas, al mismo tiempo, que la contabilidad de la empresa siga con una adecuada organización, identificando así errores que permitan tomar los correctivos necesarios e implementar nuevas soluciones.*

RELACIONES DE TRABAJO

- *Determinar los sistemas de comunicación entre las áreas de la empresa.*
- *Facultar a los empleados, darles responsabilidad y autoridad para hacer las cosas a su manera puede desencadenar una gran oleada de energía en los trabajadores.*
- *Cuando se da independencia y autonomía, los empleados pueden tomar mejores decisiones.*

MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

Sociedad de responsabilidad limitada: Los socios pueden ser mínimo dos, máximo veinticinco (Art. 356 C. de Co.). El capital está dividido en cuotas de igual valor (Art. 354 C. de Co.). La razón social está seguida de la palabra limitada o de su abreviatura Ltda. (Art. 357 C. de Co.).

Art. 358. La representación de la sociedad y la administración de los negocios sociales corresponde a todos y a cada uno de los socios; éstos tendrán además de las atribuciones que señala el artículo 187, las siguientes:

*Resolver sobre todo lo relativo a la cesión de cuotas, así como a la admisión de nuevos socios.

*Decidir sobre el retiro y exclusión de socios.

*Exigir de los socios las prestaciones complementarias o accesorias, si hubiere lugar.

*Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, el representante legal, el revisor fiscal o cualquier otra persona que hubiere incumplido sus obligaciones u ocasionado daños o perjuicios a la sociedad.

~~SECRET~~

**Elegir o remover libremente a los funcionarios cuya designación le corresponda. La junta de socios podrá delegar la representación y la administración de la sociedad en un gerente estableciendo de manera clara y precisa sus atribuciones.*

Art 361. La sociedad llevará un libro de registro de socios , registrado en la cámara de comercio, en el que se anotarán el nombre, nacionalidad, domicilio, documento de identificación y número de cuotas que cada uno posea, así como los embargos, gravámenes, y cesiones que se hubieren efectuado, aun por vía de remate.

Art 362. Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas .

Cualquier estipulación que impida este derecho, se tendrá por escrita.

La cesión de cuotas implicará una reforma estatutaria. La correspondiente escritura pública será otorgada por el representante legal de la compañía , el cedente y el cesionario.

Art 362. Los socios tendrán derecho a ceder sus cuotas .

Cualquier estipulación que impida este derecho, se tendrá por escrita.

Art 369. Los socios tendrán derecho a examinar en cualquier tiempo, por sí o por medio de un representante, la contabilidad de la sociedad , los libros de registro de socios y de actas en general todos los documentos de la compañía. (Ver Anexo No.8).

GRUPO SOCIAL

El grupo social está conformado por CLAUDIA MARCELA BARÓN JAIMES, ADRIANA YANNETH CIFUENTES PUERTO, MONICA MARCELA RAMÍREZ JURADO y YEIMI GARZÓN AYALA, quienes conformaron una sociedad de RESPONSABILIDAD LIMITADA.

FASE DE FINANZAS

OBJETIVO

Orientar de manera adecuada los recursos económicos y las utilidades, buscando la rápida recuperación de la inversión y la generación de utilidades.

CORTO PLAZO

Determinar el flujo de efectivo para comenzar con el funcionamiento de la empresa, determinando costo, gasto y el capital que se debe aportar; evaluar el proyecto junto con las proyecciones establecidas para crear el periodo de recuperación de la inversión y el comienzo de la obtención de las utilidades.

~~CONFIDENTIAL~~

Se estima con plazo de 1 año para el crecimiento en ventas el monto de \$56'478.240.

MEDIANO PLAZO

Realizar proyecciones del flujo de efectivo y estados financieros basados en los mismo indicadores, generando un estado de ventas proyectado a 2 años por el monto de \$74'891.981.

LARGO PLAZO

Realizar proyecciones a los sistemas financieros, al flujo de efectivo y estados financieros para generar altas utilidades en un futuro.

CATALOGO DE CUENTAS

(Ver Anexo No.9)

SOFTWARE A UTILIZAR

El software que se utilizara para llevar las finanzas de la empresa será Excel de Microsoft, al cual solo tendrá acceso el personal del área, capacitado en el uso de dicho paquete y no representara para la empresa gastos en cuanto a capacitación de personal se refiere

COSTOS Y GASTOS

| <i>COSTOS VARIABLES</i> | <i>COSTOS FIJOS</i> |
|--------------------------------|----------------------------------|
| <i>Consumo línea RDSI</i> | <i>Cargo fijo línea RDSI</i> |
| <i>Comidas</i> | <i>Arriendo + Administración</i> |
| <i>Papelería</i> | <i>Salarios</i> |
| <i>Servicios</i> | <i>Aportes parafiscales</i> |
| | <i>Publicidad</i> |
| <i>GASTOS VARIABLES</i> | <i>GASTOS FIJOS</i> |
| <i>Mantenimiento</i> | <i>Impuestos</i> |
| | <i>Depreciación</i> |

CAPITAL SOCIAL

El capital social del que se compone la empresa, es de 32'000.000 aportado en parte iguales por cada uno de los socios (8'000.000 millones cada uno).

SISTEMA CONTABLE

La contabilidad de la empresa, será llevada a cabo por el departamento de finanzas, el cual se encuentra a cargo de la señorita ADRIANA YANNETH CIFUENTES PUERTO (Socia de la empresa), con el apoyo de un contador, el cual por convenio previo verbal se estableció que: el costo de los honorarios mensuales es de \$150.000 y la prestación de servicios será una vez por semana, completando 20 horas al mes.

DATOS DE INGRESOS Y EGRESOS

BASES INICIALES PARA EL DESARROLLO DEL PRESUPUESTO:

TASA DE IMPUESTO DE RENTA A CALCULAR :

Precio de venta unitario para el primer año

Precio de venta unitario para el segundo año

El precio de venta se incrementó en un **7.00%**

Precio de venta unitario para el tercer año

El precio de venta se incrementó en un **7.00%**

Precio de venta unitario para el cuarto año

El precio de venta se incrementó en un **7.23%**

| | |
|--------|--------------------|
| 32.00% | En decimales |
| 3,000 | Inflación esperada |
| 3,210 | 6.00% |

| | |
|-------|-------|
| 3,435 | 7.00% |
|-------|-------|

| | |
|-------|-------|
| 3,683 | 7.00% |
|-------|-------|

1.- a) PRESUPUESTO DE VENTAS EN CANTIDADES:

| | | | | | |
|---------------|-------|--------------|-------|----------------|-------|
| ENERO | 2,520 | MAYO | 2,688 | SEPT.BRE | 2,856 |
| FEBRERO | 2,520 | JUNIO | 2,688 | OCT.BRE | 3,024 |
| MARZO | 2,520 | JULIO | 2,856 | NOV.BRE | 3,024 |
| ABRIL | 2,688 | AGOSTO | 2,856 | DIC.BRE | 3,024 |

TOTAL PROYECCION DE VENTAS PARA EL PRIMER AÑO EN CANTIDADES:

33,284

ENERO DEL 2o. AÑO 3,024 Creció en un **20.00%**

TOTAL 2o. AÑO 40,320

La expectativa de crecimiento real para el segundo año es del **21.21%**

TOTAL 3er. AÑO 47,040

La expectativa de crecimiento real para el tercer año es del **16.67%**

TOTAL 4o. AÑO 47,040

La expectativa de crecimiento real para el cuarto año es del **0.00%**

1.- b) PRESUPUESTO DE VENTAS EN PESOS:

| | | | | | |
|------------------|-----------|-----------------|-----------|-------------------|-----------|
| ENERO \$ | 7,560,000 | MAYO \$ | 8,064,000 | SEPT.BRE \$ | 8,568,000 |
| FEBRERO \$ | 7,560,000 | JUNIO \$ | 8,064,000 | OCT.BRE \$ | 9,072,000 |
| MARZO \$ | 7,560,000 | JULIO \$ | 8,568,000 | NOV.BRE \$ | 9,072,000 |
| ABRIL \$ | 8,064,000 | AGOSTO \$ | 8,568,000 | DIC.BRE \$ | 9,072,000 |

TOTAL PROYECCION DE VENTAS PARA EL PRIMER AÑO:

\$ 99,792,000.00

ENERO DEL 2o. AÑO \$ 9,707,040 Creció en un **20.00%**

TOTAL 2o. AÑO \$ 129,427,204 Porcentaje de inflación esperado: 6.00% *en relación con enero del 1er. Año*

La expectativa de crecimiento REAL para el segundo año es del **21.21%**

TOTAL 3er. AÑO \$ 161,568,293 Porcentaje de inflación esperado: 7.00%

La expectativa de crecimiento REAL para el tercer año es del **16.67%**

TOTAL 4o. AÑO \$ 173,254,394 Porcentaje de inflación esperado: 7.00%

La expectativa de crecimiento REAL para el cuarto año es del **0.00%**

2.- PRESUPUESTO DE COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS (Costo Variable):

Stock mínimo de INVENTARIOS (inventario básico mínimo) \$ 197,800

% de compras para cumplir con las ventas del mes siguiente 100.00%

Costo de materias primas utilizadas (% sobre precio de venta) : 40.00% *En decimales*

3.- PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA (Costo Fijo):

Monto mensual de los sueldos de personal con menos de 2 SLMMV 664,000 No. De empleados: 2

Subsidio de transporte mensual por cada empleado 37,500

Valor DOTACION ANUAL por cada empleado

| | | |
|---------|-------------------|---|
| 300,000 | No. De empleados: | 2 |
| 0.52% | | |
| 100,000 | valor anualizado | |

Tasa de RIESGOS PROFESIONALES (A.R.P.) - en decimales ..

Otros GASTOS ANUALES DE PERSONAL (Capacitac., recreac., etc):

4.- PRESUPUESTO ANUAL DE COSTOS DIRECTOS DE FABRICACION (Costo variable):

Valor anual servicio de ENERGIA (Si lo hay)

| |
|-----------|
| 1,155,000 |
| 76,800 |
| 418,015 |

Valor anual servicio de ACUEDUCTO (Si lo hay)

Valor anual de OTROS COSTOS VARIABLES

5.- PRESUPUESTO ANUAL DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION (Costo Fijo):

Valor anual SEGUROS de maquinaria, equipos, plantas, etc

| |
|------------|
| 340,100 |
| 16,581,658 |

Valor anual servicio de COMUNICACIONES (Si lo hay)

6.- PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS (Gastos Fijos):

Monto mensual de los sueldos de personal con menos de 2 SLMMV

| | | |
|---------|-------------------|---|
| 332,000 | No. De empleados: | 1 |
| 37,500 | | |
| 150,000 | No. De empleados: | 1 |
| 0.52% | | |

Subsidio de transporte mensual por cada empleado

Valor DOTACION ANUAL por cada empleado

Tasa de RIESGOS PROFESIONALES (A.R.P.) - en decimales ..

7.- PRESUPUESTO ANUAL DE VENTAS (Gastos Fijos):

Monto mensual de los sueldos de personal con menos de 2 SLMMV

| | | |
|---------|-------------------|---|
| 332,000 | No. De empleados: | 1 |
| 37,500 | | |
| 150,000 | No. De empleados: | 1 |
| 0.52% | | |
| 200,000 | valor anualizado | |

Subsidio de transporte mensual por cada empleado

Valor DOTACION ANUAL por cada empleado

Tasa de RIESGOS PROFESIONALES (A.R.P.) - en decimales ..

Presupuesto anual de Publicidad

8.- PRESUPUESTO ANUAL DE SERVICIOS DE ADMINISTRACION (Gasto Fijo):

Valor anual servicio de ENERGIA

| |
|-----------|
| 495,000 |
| 307,200 |
| 144,000 |
| 2,400,000 |
| 2,733,300 |
| 9,000,000 |
| 340,100 |
| 120,000 |
| 1,093,000 |

Valor anual servicio de ACUEDUCTO

Valor anual servicio de COMUNICACIONES

Valor anual MANTENIMIENTO de muebles y equipos de ofic

Valor anual DEPRECIACION de muebles, equipos, Bs.raices

Valor anual ARRENDAMIENTO de bienes raices

Valor anual SEGUROS de muebles, equipos y Bs. Raices

Valor anual CELADURIA, ASEO y CAFETERIA

Valor anual AMORTIZACION DE GASTOS PREOPERATIVOS ..

9.- PRESUPUESTO ANUAL DE GASTOS FINANCIEROS (Gasto Fijo):

10.- OTROS DATOS ADICIONALES IMPORTANTES:

CAPITAL SOCIAL

| |
|------------|
| 32,000,000 |
| 20.00% |
| 17,005,000 |
| 3,640,000 |
| 1,093,000 |
| 100.00% |
| 1,093,000 |
| 1,093,000 |
| 1,093,000 |

Rentabilidad anual esperada sobre la inversión inicial

INVERSION EN MAQUINARIA Y EQUIPOS (Depto de Produccion):

INVERSION EN MUEBLES Y ENSERES (Demás departamentos).....:

GRAN TOTAL GASTOS PRE OPERATIVOS

COMO PLANEA PAGAR A SUS PROVEEDORES ?

Valor anual AMORTIZACION GASTOS PREOPERATIVOS 2o.AÑO :

Valor anual AMORTIZACION GASTOS PREOPERATIVOS 3er.AÑO:

Valor anual AMORTIZACION GASTOS PREOPERATIVOS 4o.AÑO :

MIMUNDONET LTDA

SALARIOS, APORTES PATRONALES, PARAFISCALES Y OTROS GASTOS POR DEPARTAMENTOS

| 1. DEPARTAMENTO DE PRODUCCION - M.O.D | | | 2. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO-NOMINA | | | 3. DEPARTAMENTO DE VENTAS - GASTOS TOTALES | | |
|--|---------|-------------------|---------------------------------------|---------|------------------|--|---------|------------------|
| | Mes | Anual | | Mes | Anual | | Mes | Anual |
| Sueldos | 684,000 | 7,503,200 | Sueldos | 332,000 | 3,751,600 | Sueldos | 332,000 | 3,751,600 |
| Subs. de transporte | 75,000 | 847,500 | Subs. de transporte | 37,500 | 423,750 | Subs. de transporte | 37,500 | 423,750 |
| Horas Extras | - | - | Horas Extras | 0 | - | Corrisiones | 0 | - |
| Vacaciones | - | 484,800 | Vacaciones | - | 232,400 | Vacaciones | - | 232,400 |
| Prima Legal | - | 738,000 | Prima Legal | - | 369,500 | Prima Legal | - | 369,500 |
| Cesantías | - | 739,000 | Cesantías | - | 369,500 | Cesantías | - | 369,500 |
| Int. sobre cesantías | - | 88,680 | Int. sobre cesantías | - | 44,340 | Int. sobre cesantías | - | 44,340 |
| PPTO. ANUAL DE SALARIOS \$ | | 10,382,180 | | | 5,191,090 | PPTO. ANUAL DE SALARIOS \$ | | 5,191,090 |
| Aportes patronales | | 1,653,593 | | | 776,786 | Aportes patronales | | 742,896 |
| Salud | 705,240 | | Salud | 352,620 | | Salud | 318,720 | |
| Pensiones | 806,780 | | Pensiones | 403,380 | | Pensiones | 403,380 | |
| A.R.P. | 41,593 | | A.R.P. | 20,796 | | A.R.P. | 20,796 | |
| Aportes parafiscales | | 817,530 | | | 408,786 | Aportes parafiscales | | 408,786 |
| I.C.B.F. | 261,210 | | I.C.B.F. | 130,605 | | I.C.B.F. | 130,605 | |
| Sena | 174,140 | | Sena | 87,070 | | Sena | 87,070 | |
| Cajas de compens. | 382,180 | | Cajas de compens. | 191,090 | | Cajas de compens. | 191,090 | |
| Dotación Uniformes | | 600,000 | | | 150,000 | Dotación Uniformes | | 150,000 |
| Otros Gtos de personal | | 100,000 | | | - | Otros GASTOS DE VENTAS | | 0 |
| Nomina temporal | | - | | | - | Rodamiento de vehiculos | | 0 |
| | | | | | | Convención anual de vendedores | | 0 |
| | | | | | | Presupuesto anual de publicidad. | | 200,000 |
| 1.- PRESUPUESTO ANUAL M.O.D. \$ | | 13,453,303 | 2.- PPTO ANUAL ADMON. \$ | | 6,526,851 | 3.- PRESUPUESTO ANUAL VTAS.\$ | | 6,692,751 |

MIMUNDONET LTDA

| | |
|---|------------|
| PRESUPUESTO DE VENTAS - 1er AÑO | |
| \$ | 89,792,003 |
| PFTO. COMPRAS DE MAT. PRIMA - 1er. AÑO | |
| \$ | 40,778,817 |

| | |
|--|------------|
| CTO MAT. PRIMAS UTILIZADAS - 1er. AÑO | |
| \$ | 38,918,801 |

PRESUPUESTO MENSUAL DE COMPRAS DE MATERIA PRIMA TENIENDO EN CUENTA LAS POLITICAS DE STOCK MINIMO DE INVENTARIO Y ADQUISICION DE MATERIAS PRIMAS PARA EL SIGUIENTE PERIODO.

| Detalle / Meses | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio |
|---------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| INVENTARIO FINAL DESEADO | 3,221,800 | 3,221,800 | 3,423,400 | 3,423,400 | 3,423,400 | 3,625,000 |
| COSTO DE ARTICULOS VENDIDOS | 3,024,000 | 3,024,000 | 3,024,000 | 3,225,600 | 3,225,600 | 3,225,600 |
| TOTAL NECESARIO | 6,245,800 | 6,245,800 | 6,447,400 | 6,649,000 | 6,649,000 | 6,850,600 |
| MENOS INVENTARIO INICIAL | 3,221,900 | 3,221,800 | 3,221,800 | 3,423,400 | 3,423,400 | 3,423,400 |
| TOTAL COMPRAS DEL MES \$ | 3,024,000 | 3,024,000 | 3,225,600 | 3,225,600 | 3,225,600 | 3,427,200 |
| Detalle / Meses | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
| INVENTARIO FINAL DESEADO | 3,828,800 | 3,828,800 | 3,828,800 | 3,828,800 | 3,828,800 | 4,082,816 |
| COSTO DE ARTICULOS VENDIDOS | 3,427,200 | 3,427,200 | 3,427,200 | 3,628,800 | 3,628,800 | 3,628,800 |
| TOTAL NECESARIO | 7,082,200 | 7,082,200 | 7,253,800 | 7,455,400 | 7,455,400 | 7,708,416 |
| MENOS INVENTARIO INICIAL | 3,625,000 | 3,625,000 | 3,625,000 | 3,828,800 | 3,828,800 | 3,828,800 |
| TOTAL COMPRAS DEL MES \$ | 3,427,200 | 3,427,200 | 3,628,800 | 3,628,800 | 3,628,800 | 3,882,816 |

MIMUNDONET LTDA

DETALLE DEL ESTADO PRESUPUESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS

CORRESPONDIENTE AL

| | PRIMER AÑO | | SEGUNDO AÑO | | TERCER AÑO | | CUARTO AÑO | |
|--|---------------------|----------------|---------------------|----------------|---------------------|----------------|---------------------|----------------|
| | \$ | % SOBRE VTAS. | \$ | % SOBRE VTAS. | \$ | % SOBRE VTAS. | \$ | % SOBRE VTAS. |
| Ventas anuales | 69,792,003 | 100.00% | 129,427,204 | 100.00% | 181,588,283 | 100.00% | 173,254,394 | 100.00% |
| Costo de mercancía vendida | (41,586,615) | 41.65% | (53,910,643) | 41.65% | (87,299,451) | 41.65% | (72,166,092) | 41.65% |
| Costo de materias primas utilizadas | 39,916,801 | 40.00% | 51,770,882 | 40.00% | 64,627,317 | 40.00% | 69,301,758 | 40.00% |
| Costos directos de fabricación | 1,649,815 | 1.65% | 2,139,760 | 1.65% | 2,671,134 | 1.65% | 2,864,335 | 1.65% |
| MARGEN BRUTO DE UTILIDAD | 28,223,387 | 58.34% | 75,516,563 | 58.34% | 94,288,842 | 58.34% | 101,088,302 | 58.34% |
| Costo total de Mano de obra directa | (13,453,303) | 13.46% | (18,495,438) | 14.29% | (23,716,159) | 14.69% | (26,194,580) | 15.12% |
| Gastos indirectos de fabricación | (18,921,768) | 16.96% | (20,948,657) | 16.11% | (26,027,322) | 16.11% | (27,909,860) | 16.11% |
| UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL | 27,850,326 | 27.91% | 36,171,489 | 27.90% | 44,627,362 | 27.58% | 46,882,868 | 27.12% |
| Gastos Administrativos | (8,628,451) | 6.54% | (9,296,636) | 6.41% | (10,123,819) | 6.27% | (10,483,297) | 6.04% |
| Salarios | 5,191,090 | 5.20% | 6,586,392 | 6.09% | 8,017,176 | 4.96% | 8,263,054 | 4.77% |
| Aportes parafiscales | 776,796 | 0.78% | 985,590 | 0.76% | 1,199,693 | 0.74% | 1,236,486 | 0.71% |
| Aportes patronales | 408,765 | 0.41% | 518,636 | 0.40% | 631,301 | 0.39% | 660,682 | 0.38% |
| Dotación de Uniformes | 150,000 | 0.15% | 206,218 | 0.16% | 275,449 | 0.17% | 313,094 | 0.18% |
| Otros gastos de personal | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% |
| Gastos de Ventas | (8,682,751) | 6.71% | (9,179,814) | 7.09% | (12,294,612) | 7.57% | (14,004,538) | 8.08% |
| Salarios | 5,191,090 | 5.20% | 7,136,648 | 5.51% | 9,632,830 | 5.90% | 10,937,561 | 6.31% |
| Aportes parafiscales | 742,896 | 0.74% | 1,021,325 | 0.79% | 1,364,201 | 0.84% | 1,565,274 | 0.90% |
| Aportes patronales | 408,765 | 0.41% | 561,965 | 0.43% | 760,626 | 0.46% | 881,263 | 0.50% |
| Dotación de Uniformes | 150,000 | 0.15% | 206,218 | 0.16% | 275,449 | 0.17% | 316,048 | 0.18% |
| Otros gastos de ventas | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% |
| Convención anual de ventas | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% |
| Publicidad | 200,000 | 0.20% | 253,758 | 0.20% | 311,796 | 0.19% | 324,390 | 0.19% |
| Gastos Generales | (16,632,600) | 15.67% | (17,400,978) | 13.44% | (18,173,123) | 11.25% | (18,969,323) | 10.97% |
| Suministros | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% |
| Servicio de energía | 498,000 | 0.50% | 524,700 | 0.41% | 561,429 | 0.36% | 600,729 | 0.35% |
| Servicio de Acueducto y alcantarillado | 307,200 | 0.31% | 325,632 | 0.25% | 348,426 | 0.22% | 372,816 | 0.22% |
| Servicio de comunicaciones | 144,000 | 0.14% | 152,640 | 0.12% | 163,323 | 0.10% | 174,758 | 0.10% |
| Mantenimiento Activos administrativos | 2,400,000 | 2.41% | 2,544,000 | 1.97% | 2,544,000 | 1.57% | 2,544,000 | 1.47% |
| Depreciación de bs.raíces y equipos | 2,733,300 | 2.74% | 2,733,300 | 2.11% | 2,733,300 | 1.69% | 2,733,300 | 1.58% |
| Arrendamiento de bienes raíces | 9,000,000 | 9.02% | 9,540,000 | 7.37% | 10,207,880 | 6.32% | 10,922,346 | 6.30% |
| Seguros de Bs.raíces, muebles y equip. | 340,100 | 0.34% | 360,608 | 0.28% | 386,741 | 0.24% | 412,743 | 0.24% |
| Calefacción, aseo y cafetería | 120,000 | 0.12% | 127,200 | 0.10% | 136,104 | 0.08% | 145,631 | 0.08% |
| Amortización de Gastos Preoperativos | 1,093,000 | 1.10% | 1,093,000 | 0.84% | 1,093,000 | 0.66% | 1,093,000 | 0.63% |
| Otros gastos de administración | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% |
| UTILIDAD ANTES DE INT. E IMP./TOS | (2,001,677) | -2.01% | 1,283,740 | 1.00% | 3,996,006 | 2.47% | 3,618,709 | 2.03% |
| Gastos Financieros | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% |
| Intereses por obligaciones financieras | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% |
| Otros Gastos financieros | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% |
| Arrend.financiero de Activos Admitivos | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% | - | 0.00% |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | (2,001,677) | -2.01% | 1,283,740 | 1.00% | 3,996,006 | 2.47% | 3,618,709 | 2.03% |
| Impuesto de renta | - | 0.00% | (413,997) | -3.22% | (1,279,722) | -0.79% | (1,125,027) | -0.66% |
| UTILIDAD NETA A DISP.DE SOCIOS | (2,001,677) | -2.01% | 879,743 | 0.68% | 2,717,284 | 1.88% | 2,390,682 | 1.38% |

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO, FINANCIERO E INTEGRAL

| | Q1 | Q2 | Q3 |
|--|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| PRECIO DE VENTA | \$ 3,000.00 | \$ 3,000.00 | \$ 3,000.00 |
| COSTOS FIJOS | \$ 60,227,063.92 | \$ 60,227,063.92 | \$ 60,227,063.92 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | |
| UTILIDAD PROYECTADA | | | (2,001,676.92) |
| COSTO VARIABLE TOTAL | \$ 42,995,596.73 | \$ 42,995,596.73 | \$ 40,894,154.97 |
| Comisiones sobre ventas | | | |
| PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO | Q 34,407.65 | Q 34,407.65 | Q 32,726.86 |
| | FINANCIERO: | FINANCIERO: | INTEGRAL: |
| | ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS | ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS | ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS |
| VENTAS TOTALES | \$ 103,222,681 | \$ 103,222,681 | \$ 98,177,576 |
| COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS | (73,370,658) | (73,370,658) | (71,269,216) |
| Costos variables totales | \$ 42,995,596.73 | \$ 42,995,596.73 | \$ 40,894,154.97 |
| Costos fijos de producción | 30,375,060.96 | 30,375,060.96 | 30,375,060.96 |
| UTILIDAD BRUTA | \$ 29,852,002.96 | \$ 29,852,002.96 | \$ 26,908,360.42 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | (6,526,651.48) | (6,526,651.48) | (6,526,651.48) |
| GASTOS DE VENTAS | (6,692,751.48) | (6,692,751.48) | (6,692,751.48) |
| Comisiones | | | |
| Gastos fijos de ventas | \$ 6,692,751.48 | \$ 6,692,751.48 | \$ 6,692,751.48 |
| GASTOS GENERALES | (16,632,600.00) | (16,632,600.00) | (16,632,600.00) |
| UTILIDAD OPERACIONAL | \$ - | \$ - | \$ (2,943,642.54) |
| GASTOS FINANCIEROS | | | |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | \$ - | \$ - | \$ (2,943,642.54) |
| IMPUESTO DE RENTA | | | 941,965.61 |
| UTILIDAD NETA A DISPOSICION DE SOCIOS | \$ - | \$ - | \$ (2,001,676.92) |
| MARGEN BRUTO DE CONTRIB. (Utilidad bruta sobre Vtas) | 28.92% | 28.92% | 27.41% |
| MARGEN OPERACIONAL (Utilidad operac. sobre ventas) | 0.00% | 0.00% | -3.00% |
| MARGEN NETO DE CONTRIB. (Utilidad neta sobre ventas) | 0.00% | 0.00% | -2.04% |

DATOS IMPORTANTES PARA EL ANALISIS DE SENSIBILIDAD (Costo - Volumen - Utilidad) y EVALUACION FINANCIERA:

| | 89,792,003 | | | |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | Primer Periodo | Segundo Periodo | Tercer Periodo | Cuarto Periodo |
| Tasa Impositiva | 32.00% | 32.00% | 32.00% | 32.00% |
| Utilidad proyectada después de impuestos | \$ (2,001,877) | \$ 878,743 | \$ 2,717,284 | \$ 2,390,882 |
| Precio de venta unitario (Promedio ponderado) | 3,000.00 | 3,210.90 | 3,434.70 | 3,483.13 |
| Niveles de costos fijos | \$ 60,227,084 | \$ 74,222,823 | \$ 90,273,837 | \$ 97,372,382 |
| Costo de Mano de Obra Directa | \$ 13,483,303 | 18,495,438 | 23,716,189 | 28,195,580 |
| Gastos indirectos de fabricación | 18,021,758 | 20,649,657 | 20,027,322 | 27,909,856 |
| Gastos Administrativos | 8,528,651 | 8,298,838 | 10,123,619 | 10,463,287 |
| Gastos Fijos de Ventas | 8,892,751 | 9,179,014 | 12,234,812 | 14,004,536 |
| Gtos variables de ventas (Comisiones) | - | - | - | - |
| Gastos de Servicios Administrativos | 18,632,600 | 17,400,976 | 16,173,125 | 16,999,323 |
| Gastos Financieros | - | - | - | - |
| Margen bruto de contribución unitaria | 58.3487463% | 58.3487463% | 58.3487463% | 58.3487463% |

1.- TASA DE IMPUESTO DE RENTA

32.80%

2.- UTILIDAD ESPERADA DESPUES DE IMPUESTOS. Es la UTILIDAD NETA para repartir entre socios.

- 1.- \$ 1,001,471 Utilidad proyectada del primer año de acuerdo con el Estado de Pérdidas y Ganancias
- 2.- \$ 1,201,765 Incremento de un 20% sobre la Utilidad proyectada.
- 3.- \$ 801,177 Decremento de un 20% sobre la Utilidad proyectada.

3.- PRECIO PROMEDIO DE VENTA DE CADA UNIDAD

- 1.- \$ 3,000 Precio del primer año
- 2.- \$ 3,150 Incremento de un 5% sobre el precio del primer año.
- 3.- \$ 2,850 Decremento de un 5% sobre el precio del primer año.

4.- NIVELES DE COSTOS Y GASTOS FIJOS TOTALES ESPERADOS

- 1.- \$ 89,337,064 Es el monto de todos los GASTOS y COSTOS FIJOS en los que incurre la empresa de acuerdo con el P. y G. proyectado
- 2.- \$ 93,804,417 Incremento de un 5% sobre los Costos y gastos fijos del primer año.
- 3.- \$ 84,915,711 Decremento de un 5% sobre los Costos y gastos fijos del primer año.

5.- MARGEN DE CONTRIBUCION DE CADA UNIDAD. Es la UTILIDAD BRUTA que nos deja cada unidad vendida

- 1.- 33.38% Utilidad Bruta por Unidad de acuerdo con el Estado de Pérdidas y ganancias.
- 2.- 37.26% Utilidad Bruta por unidad incrementada en un 5%
- 3.- 30.49% Utilidad Bruta por unidad disminuida en un 5%

ANALISIS DE SENSIBILIDAD A LAS VARIACIONES PRESENTADAS EN COSTOS VARIABLES, COSTOS FIJOS, PRECIOS DE VENTA Y UTILIDAD NETA ESPERADA

| COSTOS | | PUNTO DE EQUILIBRIO PARA OBTENER UNA UTILIDAD NETA DE \$ (1,601,342) | | | | PUNTO DE EQUILIBRIO PARA OBTENER UNA UTILIDAD NETA DE \$ 1,001,677 | | | | PUNTO DE EQUILIBRIO PARA OBTENER UNA UTILIDAD NETA DE \$ (2,402,012) | | | |
|--------|------------|--|--|----------|----------|--|--|----------|----------|--|--|----------|----------|
| | | VTAS REQUERIDAS EN PESOS Y CANTIDADES | | | | VTAS REQUERIDAS EN PESOS Y CANTIDADES | | | | VTAS REQUERIDAS EN PESOS Y CANTIDADES | | | |
| C.V.U. | FIJOS | VENTAS EN \$ | CANTIDADES A VENDER SI VENDO CADA UNIDAD A | | | VENTAS EN \$ | CANTIDADES A VENDER SI VENDO CADA UNIDAD A | | | VENTAS EN \$ | CANTIDADES A VENDER SI VENDO CADA UNIDAD A | | |
| | | | \$ 2,850 | \$ 3,000 | \$ 3,150 | | \$ 2,850 | \$ 3,000 | \$ 3,150 | | \$ 2,850 | \$ 3,000 | \$ 3,150 |
| 38.74% | 57,215,711 | 89,548,057 | 31,420 | 29,849 | 28,428 | 88,587,089 | 31,083 | 29,529 | 28,123 | 87,628,120 | 30,746 | 29,209 | 27,818 |
| 38.74% | 60,227,064 | 94,463,422 | 33,145 | 31,488 | 29,988 | 93,502,454 | 32,808 | 31,167 | 29,683 | 92,541,485 | 32,471 | 30,847 | 29,378 |
| 38.74% | 63,238,417 | 99,378,787 | 34,870 | 33,126 | 31,549 | 98,417,818 | 34,533 | 32,806 | 31,244 | 97,456,850 | 34,195 | 32,486 | 30,939 |
| 41.65% | 57,215,711 | 94,025,460 | 32,991 | 31,342 | 29,849 | 93,016,443 | 32,637 | 31,005 | 29,529 | 92,007,426 | 32,283 | 30,669 | 29,209 |
| 41.65% | 60,227,064 | 99,186,593 | 34,802 | 33,062 | 31,488 | 98,177,576 | 34,448 | 32,750 | 31,167 | 97,188,559 | 34,094 | 32,390 | 30,847 |
| 41.65% | 63,238,417 | 104,347,726 | 36,613 | 34,783 | 33,126 | 103,338,709 | 36,259 | 34,446 | 32,806 | 102,329,693 | 35,905 | 34,110 | 32,486 |
| 44.57% | 57,215,711 | 88,974,169 | 34,728 | 32,991 | 31,420 | 97,912,046 | 34,355 | 32,637 | 31,083 | 96,849,923 | 33,982 | 32,283 | 30,746 |
| 44.57% | 60,227,064 | 104,406,940 | 36,634 | 34,802 | 33,145 | 103,344,817 | 36,261 | 34,448 | 32,806 | 102,282,694 | 35,889 | 34,094 | 32,471 |
| 44.57% | 63,238,417 | 109,839,712 | 38,540 | 36,613 | 34,870 | 108,777,589 | 38,168 | 36,259 | 34,533 | 107,715,466 | 37,795 | 35,905 | 34,195 |

BALANCE INICIAL MIMUNDONET LTDA

A 1o. DE ENERO DEL PRIMER PERIODO

ACTIVO CORRIENTE

| | | |
|-------------------------------|-----------|-------------------------|
| Caja y Bancos | \$ | 1.290.200 |
| Inventarios | | 3.221.800 |
| De materias primas | | <u>3.221.800</u> |
| De productos en proceso | | - |
| De productos terminados | | - |
| Cuentas por cobrar Clientes | | - |
| Inversiones | | 5.000.000 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | \$ | <u>9.512.000</u> |

ACTIVO FIJO

| | | |
|-------------------------------|-----------|--------------------------|
| Maquinaria y equipos | \$ | 17.005.000 |
| Muebles y enseres | | 3.640.000 |
| Depreciacion acumulada | | - |
| TOTAL ACTIVO FIJO NETO | \$ | <u>20.645.000</u> |

ACTIVO DIFERIDO

| | | |
|---------------------------------|-----------|-------------------------|
| Gastos preoperativos | \$ | 1.093.000 |
| Arrendos pagados por anticipado | | 750.000 |
| TOTAL ACTIVO DIFERIDO | \$ | <u>1.843.000</u> |

GRAN TOTAL ACTIVO

\$ 32.000.000

PASIVO CORRIENTE

| | | |
|---------------------------------|-----------|-----------------|
| Obligaciones Financieras | \$ | - |
| Cuentas por pagar - PROVEEDORES | | - |
| Prestaciones sociales | | - |
| Impuestos por pagar | | - |
| Otros pasivos corto plazo | | 0 |
| TOTAL PASIVO CORRIENTE | \$ | <u>0</u> |

PASIVO LARGO PLAZO

| | | |
|---------------------------------|-----------|-----------------|
| Obligaciones Financieras | \$ | - |
| Otros pasivos a largo plazo | | - |
| TOTAL PASIVO LARGO PLAZO | \$ | <u>-</u> |

PATRIMONIO

| | | |
|-------------------------------------|-----------|--------------------------|
| Capital autorizado | \$ | 32.000.000 |
| Capital suscrito y pagado | | <u>32.000.000</u> |
| Capital por suscribir | \$ | - |
| Reserva legal | | - |
| Utilidades de ejercicios anteriores | | - |
| Utilidades del presente ejercicio | | - |
| TOTAL PATRIMONIO | \$ | <u>32.000.000</u> |

GRAN TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO \$

\$ 32.000.000

BALANCE FINAL MIMUNDONET LTDA

A 31 DE DICIEMBRE DEL CUARTO PERIODO

ACTIVO CORRIENTE

| | | |
|-------------------------------|-----------|--------------------------|
| Caja y Bancos | \$ | 15.750.389 |
| Inventarios | | 19.092.984 |
| De materias primas | | <u>5.775.146</u> |
| De productos en proceso | | 192.505 |
| De productos terminados | | <u>13.125.333</u> |
| Cuentas por cobrar Clientes | | - |
| Inversiones | | - |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | \$ | <u>34.843.384</u> |

ACTIVO FIJO

| | | |
|-------------------------------|-----------|-------------------------|
| Maquinaria y equipos | \$ | 17.005.000 |
| Muebles y enseres | | 3.640.000 |
| Depreciacion acumulada | | <u>(10.933.200)</u> |
| TOTAL ACTIVO FIJO NETO | \$ | <u>9.711.800</u> |

ACTIVO DIFERIDO

| | | |
|---------------------------------|-----------|---------------------------|
| Gastos preoperativos | \$ | (3.279.000) |
| Arrendos pagados por anticipado | | 910.196 |
| TOTAL ACTIVO DIFERIDO | \$ | <u>(2.368.805)</u> |

GRAN TOTAL ACTIVO

\$ **42.186.379**

PASIVO CORRIENTE

| | | |
|---------------------------------|-----------|-------------------------|
| Obligaciones Financieras | \$ | - |
| Cuentas por pagar - PROVEEDORES | | - |
| Prestaciones sociales | | 3.207.165 |
| Impuestos por pagar | | 1.125.027 |
| Otros pasivos corto plazo | | <u>2.864.737</u> |
| TOTAL PASIVO CORRIENTE | \$ | <u>7.196.929</u> |

PASIVO LARGO PLAZO

| | | |
|---------------------------------|-----------|-----------------|
| Obligaciones Financieras | \$ | - |
| Otros pasivos a largo plazo | | - |
| TOTAL PASIVO LARGO PLAZO | \$ | <u>-</u> |

PATRIMONIO

| | | |
|-------------------------------------|-----------|--------------------------|
| Capital autorizado | \$ | 32.000.000 |
| Capital suscrito y pagado | | <u>32.000.000</u> |
| Capital por suscribir | \$ | - |
| Reserva legal | | 598.771 |
| Utilidades de ejercicios anteriores | | - |
| Utilidades del presente ejercicio | | <u>2.390.682</u> |
| TOTAL PATRIMONIO | \$ | <u>34.989.453</u> |

GRAN TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO \$

\$ **42.186.382**

MIMUNDONET LTDA

RESUMEN DEL ESTADO PRESUPUESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS

CORRESPONDIENTE AL

| | PRIMER AÑO | | SEGUNDO AÑO | | TERCER AÑO | | CUARTO AÑO | |
|---|--------------------|---------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|--------------------|---------------|
| | \$ | % SOBRE VTAS. | \$ | % SOBRE VTAS. | \$ | % SOBRE VTAS. | \$ | % SOBRE VTAS. |
| Ventas ajustadas | 99.792.003 | 100,00% | 129.427.204 | 100,00% | 161.666.293 | 100,00% | 173.254.394 | 100,00% |
| Menos: Costo de mercadería vendida \$ | 41.586.816 | 41,68% | 53.910.642 | 41,68% | 57.296.461 | 41,68% | 72.168.092 | 41,68% |
| MARGEN BRUTO DE UTILIDAD \$ | 58.225.387 | 58,32% | 75.516.563 | 58,32% | 94.269.842 | 58,32% | 101.086.302 | 58,32% |
| Menos: | | | | | | | | |
| Costo total de Mano de obra directa | 13.453.303 | 13,48% | 13.495.438 | 14,20% | 23.715.159 | 14,68% | 26.198.580 | 15,12% |
| Gastos indirectos de fabricación | 16.021.768 | 16,06% | 20.849.657 | 16,11% | 26.027.322 | 16,11% | 27.909.856 | 16,11% |
| UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL \$ | 27.880.328 | 27,91% | 36.171.468 | 27,95% | 44.527.362 | 27,56% | 46.982.866 | 27,12% |
| Menos: | | | | | | | | |
| Gastos Administrativos \$ | 6.528.651 | 6,54% | 6.206.836 | 6,41% | 10.123.619 | 6,27% | 10.483.297 | 6,04% |
| Gastos de Ventas | 6.692.761 | 6,71% | 9.179.914 | 7,09% | 12.234.612 | 7,67% | 14.004.536 | 8,08% |
| Gastos de Servicios Administrativos | 16.632.800 | 16,67% | 17.400.978 | 13,44% | 15.173.125 | 11,25% | 18.999.323 | 10,97% |
| UTILIDAD ANTES DE INT. E IMP./TOS \$ | (2.001.677) | -2,01% | 1.293.740 | 1,00% | 3.996.006 | 2,47% | 3.616.709 | 2,03% |
| Menos: Gastos Financieros | - | 0,00% | - | 0,00% | - | 0,00% | - | 0,00% |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | (2.001.677) | -2,01% | 1.293.740 | 1,00% | 3.996.006 | 2,47% | 3.616.709 | 2,03% |
| Menos: Impuesto de renta | - | 0,00% | (413.997) | -0,32% | (1.279.722) | -0,79% | (1.126.027) | -0,65% |
| UTILIDAD NETA A DISP.DE SOCIOS \$ | (2.001.677) | -2,01% | 879.743 | 0,68% | 2.717.284 | 1,68% | 2.590.682 | 1,48% |

Incremento nominal en ventas
Incremento nominal en utilidad neta

29,7%
-144,0%

24,8%
208,9%

7,2%
-12,0%

Socios de la empresa:

Adriana Cifuentes
Marcela Baron - Yeimi Garzon
Monica Ramirez

PRUEBA ACIDA (Balance Final)

$$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} =$$

$$\frac{40.583.844 - 22.238.560}{11.651.007} = 1.5745$$

Prueba ácida . Al finalizar el cuarto año de operación de la compañía se cuenta con dos pesos para cancelar cada peso que se debe a corto plazo, lo anterior significa que no es necesario recurrir a los inventarios u otros activos corrientes para cumplir con las obligaciones a corto plazo.

ANÁLISIS FINANCIERO

Balance Inicial

Las cuentas mas importantes del activo corresponden al activo fijo y están representadas en maquinaria y equipos, muebles y enseres, las cuales representan el 65% del activo.

Los inventarios representan un 11.64% del activo y corresponden a las ventas de productos comestibles los cuales son complementarios a la actividad principal.

El pasivo esta conformado únicamente por el aporte de los socios, inicialmente no se tiene estimado adquirir obligaciones financieras con terceros.

Balance Final.

En lo concerniente al activo, las cuentas mas importantes se reflejan en cuanto a caja y bancos e inventarios.

La caja representa el 38.27% del activo y se justifica en razón al flujo de efectivo, siendo consecuencia de la rotación del ciclo productivo que es inferior a un día.

En cuanto a los inventarios de actividades complementarias, representan el 46.40% del activo se puede mencionar que esta constituye una interesante fuente de ingresos ya que solo implica un esfuerzo mínimo en distribución, porque la comercialización esta ligada al producto principal.

La principal cuenta del pasivo es pasivos a corto plazo que representa el 14.10%.