

INFORME FINAL SOBRE IDEA DE NEGOCIO LEFTPERIA



ESTEBAN RODRIGUEZ VALENCIA
JUAN FERNANDO ROJAS CESPEDES



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2022

INFORME FINAL SOBRE IDEA DE NEGOCIO LEFTPERIA

ESTEBAN RODRIGUEZ VALENCIA
JUAN FERNANDO ROJAS CESPEDES

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de pregrado en Negociador
Internacional

Asesor

JAVIER ADOLFO GOMÉZ ARIAS

Especialista en Docencia e Investigación. Especialista en Gerencia para el manejo de los recursos naturales del medio ambiente y prevención de desastres. Magíster en Docencia e Investigación con énfasis en Ciencias Económicas y Administrativas.

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2022

Autoridades Académicas

P. José Gabriel MESA ANGULO, O. P.

Rector General

P. Eduardo GONZÁLEZ GIL, O. P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA, O. P.

Rector Sede Villavicencio

Fray Rodrigo GARCIA JARA, O. P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Mg. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Mg. ERNESTO JOSÉ CAMARGO HERNÁNDEZ

Decano de la Facultad

Contenido

	Pág.
Resumen	8
Abstract.....	9
Glosario.....	10
Introducción.....	11
1. Presentación.....	12
1.1. En qué sector se clasifica la actividad económica (CIIU), ¿Dónde se ubicará, y cuándo empezará?.....	12
1.2. ¿Cómo surgió la idea del negocio? ¿Qué oportunidad de negocio ha detectado? ¿Qué necesidad del mercado viene a cubrir tu producto y/o servicio?.....	12
1.3. Precisa tus antecedentes y experiencia empresariales y la de tu equipo directamente relacionada con la idea de negocios.....	12
2. Mercadeo	13
2.1. Descripción del producto o servicio.....	13
2.2. Mercado.....	14
2.3. Competencia.....	15
2.4. Precio.....	16
2.5. Distribución.....	16
2.6. Promoción	17
2.7. Proyección de ventas.....	17
3. Producción y calidad	18
3.1. Producción.....	18
3.2. Calidad	20
3.3. Equipos e infraestructura locativo.....	20
3.4. Seguridad en el trabajo y medio ambiente	20
4. Organización y gestión.....	22
4.1. Planificación y programación.....	22
4.2. Organización	23
4.3. Gestión del Personal.....	24
5. Jurídico – Tributario	26

5.1.	Determinación de la forma jurídica.....	26
5.2.	Aspectos laborales del emprendedor.....	26
5.3.	Aspectos laborales y seguridad social de los trabajadores.....	26
5.4.	Obligaciones tributarias o fiscales.....	27
5.5.	Permisos, licencias y documentación oficial.....	27
5.6.	Cobertura de responsabilidades.....	28
5.7.	Patentes, marcas y otros tipos de registros.....	28
6.	Financiero.....	29
6.1.	Plan financiero.....	29
6.2.	Sistema de cobros y pagos	31
6.3.	Resumen de los datos financieros más relevantes.....	32
7.	Valoración	33
7.1.	Análisis de puntos fuertes y débiles	33
7.2.	Estrategia de desarrollo del proyecto	33
7.3.	Aspectos de sostenibilidad y riesgos.....	34
8.	Conclusiones	35
9.	Referencias	36

Lista de Tablas

Tabla 1. Factores claves para la competencia	15
Tabla 2. Productos y precios.	16
Tabla 3. Aspectos y costos a invertir	29
Tabla 4. Presupuestos de ingresos en el primer (1) año.	30
Tabla 5. Tabla 7. Presupuestos de ingresos en el segundo (2) año.	30
Tabla 6. Presupuestos de ingresos en el tercer (3) año.	30
Tabla 7. Costos fijos indirectos.	31
Tabla 8. Costos directos.	31
Tabla 9. Proyecciones.	32

Lista de Figuras

Figura 1. Pasos del proceso de elaboración.....	18
Figura 2. Organigrama dela compañía.....	23

Resumen

El presente informe sobre una nueva idea de negocio da cuenta de todo el proceso a llevar a cabo para la creación de productos para un mercado como es el de las personas zurdas, todos los procesos se manejaban desde una investigación realizada a dicho nicho de mercado; luego se busca dar solución a ciertas necesidades encontradas desde diferentes campos, sin embargo, quisimos especificarnos en materiales de estudio ofrecidos dentro del sector de útiles escolares.

Se logró poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante la carrera, desde las líneas de mercadeo, logística y finanzas; desde el mercadeo manejamos desde la creación de la marca hasta la implementación de estrategias de marketing para cada uno de los productos; en la línea de la logística buscamos dar un paso a paso de todo el proceso de compra y venta de nuestros productos, así mismo que la distribución del mismo. Por otro lado, se puso en práctica los conocimientos en finanzas en busca de hallar el precio final de nuestros productos, teniendo en cuenta costos fijos y variables.

Cabe resaltar que esta idea nació desde el espacio de opción de grado, en donde se pensó en brindar nuevos productos para personas zurdas, de forma que se logre facilitar el desarrollo de sus actividades de trabajo como en oficina o estudio.

Palabras Clave: Mercadeo, logística y finanzas.

Abstract

The present report on a new business idea gives account of the whole process to be carried out for the creation of products for a market such as left-handed people, all processes were handled from an investigation conducted to that market niche; then we seek to provide solutions to certain needs found from different fields, however, we wanted to specify in study materials offered within the school supplies sector.

We managed to put into practice all the knowledge acquired during the career, from the lines of marketing, logistics and finance; from marketing we managed from the creation of the brand to the implementation of marketing strategies for each of the products; in the line of logistics we seek to give a step by step of the whole process of buying and selling our products, as well as the distribution of the same. On the other hand, we put into practice the knowledge in finance in order to find the final price of our products, taking into account fixed and variable costs.

It is worth mentioning that this idea was born from the option space of degree, where it was thought to provide new products for left-handed people, in order to facilitate the development of their work activities such as office or study.

Key Word- Marketing, logistics and finance.

Glosario

- **Consumidor:** “El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición en el mercado y que sirven para satisfacer algún tipo de necesidad” (Galán, 2022).
- **Gestión de inventarios:** “Se refiere al proceso de seguimiento del inventario desde el momento de su fabricación hasta los almacenes, y desde estas instalaciones hasta el punto de venta. El objetivo de la gestión de inventario es tener los productos correctos en el lugar adecuado y en el momento preciso” (IBM, 2022).
- **Marketplace:** “Nace de la unión de la palabra Mercado y lugar, la cual se refiere a ese espacio virtual en donde los clientes pueden acceder a productos que ofrecen diferentes marcas o empresas” (Hotmart, 2022).
- **Mercado:** “Proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio” (Quiroa, 2022).
- **Sistema de evaluación de resultados:** “Este sistema tiene como objetivo evaluar los cambios en la población beneficiaria de un programa o política, cambios que pueden atribuirse o no a la intervención” (CNC, 2017).
- **Zurdos:** “Se refiere a aquellas personas que tienen tendencia natural a servirse preferentemente de la mano izquierda o también del pie del mismo lado” (REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2022).

Introducción

Este trabajo se desarrolló desde la línea de emprendimiento; que consistió en el desarrollo de un plan de negocio dedicado especialmente a personas zurdas; se busca suplir este nicho de mercado inicialmente en la ciudad de Villavicencio, llegándose a expandir a nivel nacional a través de plataformas digitales y redes sociales.

Esta idea surge en un espacio académico donde se evidencia una problemática que presentan muchas personas zurdas en el mundo como es la falta de productos que logren facilitar el desarrollo de sus actividades diarias, de trabajo o estudio, por esta razón se centra en el sector de útiles como agendas, esferos, mouses, entre otros.

Finalmente, una oportunidad encontrada a la hora de crear Leftperia fue la falta de lugares que proveen este tipo de productos, lo que se presenta como dificultad para las personas zurdas. Sin dejar de lado que al ser productos nuevos en este mercado se corre con un nivel de riesgo de no ser acogidos con facilidad ya que muchas personas han logrado adaptarse a productos normales que se demandan a nivel mundial, sin embargo, consideramos que este podría ser un gran avance de desarrollo e inclusión.

1. Presentación

1.1. En qué sector se clasifica la actividad económica (CIIU), ¿Dónde se ubicará, y cuándo empezará?

4761	 Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados
------	---

1.1.1 La empresa estará ubicada en Villavicencio – Meta; y se iniciaran labores comerciales por medio de la plataforma digital, a partir del segundo trimestre del año 2023.

1.2. ¿Cómo surgió la idea del negocio? ¿Qué oportunidad de negocio ha detectado? ¿Qué necesidad del mercado viene a cubrir tu producto y/o servicio?

1.2.1. La idea de negocio surge por medio de una oportunidad captada por uno de los dos emprendedores, el cual se le dificulta encontrar comodidad a la hora de escribir en un cuaderno al ser zurdo, es por esto que se incurre en plan con el fin de generar un negocio de papelería enfocado a aquellas personas zurdas y que buscan ergonomía al realizar sus actividades diarias.

1.3. Precisa tus antecedentes y experiencia empresariales y la de tu equipo directamente relacionada con la idea de negocios.

1.3.1. Uno de los dos emprendedores tuvo en su momento la administración de una papelería, durante este ejercicio pudo identificar la necesidad de varias personas que preguntaban por productos específicos para zurdos. Además, a la hora de hacer pedidos de mercancía los proveedores no manejaban productos específicos para este nicho de mercado.

2. Mercadeo

2.1. Descripción del producto o servicio

Al ser una papelería especializada, ofreceremos productos los cuales se destacan:

- ✓ Cuaderno Leftperia: Gracias a nuestro diseño, el cliente podrá disfrutar de escribir cómodamente, y sin ningún tipo de molestias en cualquiera de nuestras presentaciones, ya sea de 50, 75 o 100 hojas.
- ✓ Bolígrafo Leftperia: Nuestro bolígrafo además de brindar comodidad a la hora de ser usado posee un diseño atractivo e inusual.
- ✓ Tijeras Leftperia: Enfocadas específicamente para las personas zurdas, nuestra oferta de tijeras brinda ergonomía y son útiles para todo tipo de actividad de oficina para las cuales sean requeridas

2.1.2. Necesidades

Nuestros productos buscan brindar ergonomía y precisión para aquellas personas zurdas que tienen inconvenientes al realizar sus tareas de oficina.

2.1.3. Aspectos Diferenciales

Nuestros productos están diseñados y pensados exclusivamente para las personas zurdas, de tal forma que facilite el desarrollo de dichas actividades de oficina que normalmente podrían realizarse de manera tediosa.

2.1.4. Nuevos productos o servicios

En cuanto al futuro se buscará añadir más variedad de productos, entre los cuales se tiene pensado en portaminas, colores de madera, reglas de 30 cm, sacapuntas, entre otros productos de papelería.

2.2. Mercado

2.2.1. Ámbito geográfico

Leftperia estará ubicada en la ciudad de Villavicencio, Meta, Colombia, sin embargo, se ofrecerán todos nuestros productos a nivel nacional gracias a contar con participación en el Market place de Instagram, la cual será el medio principal de contacto y venta de nuestra papelería. Según el crecimiento que tengamos como marca buscaremos ampliarnos en el mercado latino americano en el futuro.

2.2.2. Público Objetivo

- Edad: 4 a 60 años
- Género: Cualquier genero
- Localización: Villavicencio
- Clase social: Estrato 2 al 6
- Poder adquisitivo: Con ingresos de 2 a 15 SMLV
- Formación: Pueden estar sin formación, puesto que parte de nuestro mercado se encuentra en los colegios y universidades.

2.2.3. Cliente y Consumidor

- ✓ Comprador: Esta persona podrá cumplir también la función de consumidor, aunque el comprador puede hacer la compra y destinarlo como regalo hacia otra persona.
- ✓ Consumidor: Será la persona que haga uso final de nuestro producto, que podrá recibirlo como un regalo por parte de otra persona o comprarlo para sí mismo.
- ✓ Influenciador: Puede ser una persona que ya probó el producto y quedó tan satisfecho que lo puede recomendar e influencia la compra por parte de amigos y/o familiares.

2.2.4. Situación del mercado

La situación de nuestro mercado al principio puede ir en crecimiento mientras las personas compran los primeros productos por ser algo nuevo e innovador, pero después, se estabilizará y mantendrá unas ventas constantes.

2.3. Competencia

2.3.1. Descripción de la competencia

Leftperia al ser una comercializadora por medio del market place de Instagram basada en productos para zurdos no compite directamente contra ninguna otra marca; sin embargo, papelerías posicionadas en el mercado podemos encontrar:

- ✓ Topalxe
- ✓ Panamericana
- ✓ La Garza

2.3.2. Comparación con la competencia

Tabla 1. Factores claves para la competencia

		LeftPeria		Topalxe		Panamericana		La Garza	
FACTORES CLAVES	PESO RELATIVO	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado
1 Participación en el mercado	0,20	3	0,60	2	0,40	4	0,80	3	0,60
2 Precios	0,02	2	0,04	4	0,08	1	0,02	3	0,06
3 Posición financiera	0,30	1	0,30	3	0,90	3	0,90	3	0,90
4 Calidad del producto	0,10	3	0,30	2	0,20	3	0,30	2	0,20
5 Lealtad del cliente	0,10	3	0,30	3	0,30	1	0,10	1	0,10
6 Imagen de marca	0,10	3	0,30	2	0,20	3	0,30	2	0,20
7 Localización de planta	0,08	2	0,16	2	0,16	3	0,24	2	0,16
8 Innovación	0,10	4	0,40	1	0,10	2	0,20	1	0,10
9									
10									
11									
Resultado del diagnostico	1,00		2,40		2,34		2,86		2,32

2.4. Precio

2.4.1. Variables para la fijación del precio

Las variables que utilizaremos para la fijación de los precios serán el costo de compra de cada producto, puesto que nosotros no somos los que los producimos, sino que solo nos encargamos de comercializar. Además de los costos de compra, también tenemos en cuenta todos los gastos de funcionamiento de la empresa, como lo son los costos fijos.

2.4.2. Determinación del precio

La forma más adecuada para para insertar nuestros productos al mercado será, la publicidad vía internet promocionando nuestros productos y los precios que tendrán serán los siguientes:

Tabla 2. Productos y precios.

Productos	Precios
Libretas	\$50.000
Bolígrafos	\$8.000
Tijeras	\$5.000
Mouses	\$100.000

2.5. Distribución

2.5.1. Canales de distribución

Como se ha dicho antes, nuestro producto será de venta netamente virtual, por lo tanto, nuestras canales de distribución, será directo, puesto que desde que un comprador hace su pedido nosotros mismos se lo haremos llegar a través de una transportadora nacional

para pedidos fuera de la ciudad de Villavicencio y un domiciliario para pedidos dentro de Villavicencio.

2.6. Promoción

2.6.1. Medios de publicidad

LeftPeria buscará promocionarse directamente por medio de publicidad online, y esta publicidad será de tipo informativa, pues queremos que aquellas personas que alcancemos conozcan nuestra propuesta de valor, una aplicación al alcance de todas las personas zurdas que busquen productos de papelería hechos especialmente para ellos. Se destinarán fondos para una campaña publicitaria concisa donde nos enfoquemos en las redes sociales para alcanzar así a nuestro público objetivo. se destinarán aproximadamente \$5.000.000 para la campaña publicitaria.

2.7. Proyección de ventas

2.7.1. Ventas anuales

Colombia posee más de 51.265.841 millones de habitantes para el año 2021 según datos del Banco mundial; Gracias al censo de 2018 se determinó que alrededor del 13% de la población es zurda. por lo que podemos determinar que más de 6.664.559 personas son zurdas en Colombia. Con nuestro emprendimiento esperamos en nuestro primer año de funcionamiento vender un estimado de 1.200 productos especializados al mes; por lo cual a la fecha de inicio de nuestras actividades (segundo trimestre del 2023, abril o mayo) hasta el fin de dicho año diciembre 2023, esperamos se hayan realizado más o menos 11.000 ventas de dichos productos exclusivos para el público zurdo.

Con dicho objetivo trazado, LeftPeria buscará aumentar sus ventas gradualmente después del año 1 de funcionamiento, esperando así que al 2 año se tenga un estimado de ventas totales por más de 15.000 unidades de productos especializados, y al año 3 un estimado de ventas totales por más de 21.000 unidades de productos especializados.

3. Producción y calidad

3.1. Producción

3.1.1. Proceso de elaboración

Se desarrollará el market place de Instagram, donde haremos toda nuestra actividad comercial, enfocándonos en un perfil atractivo y que llame la atención de nuevos compradores. Consolidaremos alianzas estratégicas con nuestros proveedores, con el fin de tener un gran catálogo para nuestros clientes, Así mismo estaremos asociados con un servicio de mensajería el cual facilitará la entrega de nuestros productos a nivel nacional.

Figura 1. Pasos del proceso de elaboración



3.1.2. Tecnologías necesarias

Referente a la escala de modernidad, al consolidarnos como un espacio en el market place, se mantendrá un espacio de innovación en la forma en cómo se gestiona dicha. Dicho esto, para así lograr ofrecer un perfecto funcionamiento en cuanto a nuestro perfil y nuestros sistemas de distribución. de esta manera se tendrá éxito en la consolidación de la cuenta. Con su debido funcionamiento, diseño llamativo y fácil proceso de compra.

3.1.3. Gestión de inventarios

Los productos los tendremos en una bodega, donde estará todo el stock de productos, desde ahí será el punto logístico para el envío de productos a sus respectivos compradores.

3.1.4. Costos

Leftperia al tratarse de una aplicación de ventas, incurrirá en costos de arrendamiento de un lugar de operaciones, sus servicios, racks de almacenamiento de los productos y el funcionamiento de la aplicación.

- ***Costos fijos encontrados:***

Arrendamiento: \$1.200.000

Servicios: \$500.000

- ***Costos variables encontrados:***

Costos de envío

Embalajes

Aumento de stock

3.2. Calidad

3.2.1. Control de calidad

Para el control de calidad, nuestro equipo revisará detalladamente los productos al momento de entrar y salir de nuestros inventarios, de esta forma localizamos pertinentemente aquellos productos que consideramos no son adecuados frente a las características ofrecidas hacia nuestros clientes, además se ofrecerá un servicio post compra donde el cliente podrá reembolsar su producto si este no llega en las condiciones óptimas.

3.3. Equipos e infraestructura locativo

3.3.1. Equipos e infraestructura necesarios

El equipo necesario para poder desarrollar nuestra actividad comercial será el requerido en una bodega. Como lo son los racks de almacenamiento, donde estarán todos los productos en inventario, organizados por categorías, dando un fácil acceso a cada producto. Además de esto, se necesitarán escaleras y demás productos de andamiaje para poder alcanzar llegar hasta los racks donde se encuentra la mercancía dispuesta.

Las características del lugar serán, una bodega amplia, donde se puedan albergar los racks, también que quede con suficiente espacio para la movilización y fácil acceso dentro de la misma. Así mismo se contará con un cuarto aislado donde estarán las oficinas de nuestro equipo, de tal forma que puedan desarrollar pertinentemente sus actividades y cumplir los objetivos trazados por la empresa.

3.4. Seguridad en el trabajo y medio ambiente

3.4.1. Normativa de prevención de riesgos

Leftperia buscará adoptar de la mano la norma NTC-OHSAS 18001, la cual da a entender las medidas de gestión de seguridad y salud ocupacional que requieren las empresas para su funcionamiento asertivo; así mismo se buscará fomentar la creación de un panorama de factores de riesgo, el cual servirá como herramienta indispensable frente al

programa de salud ocupacional. Por medio de estos se evalúan los factores de riesgo, y, además, se determinan las medidas sanitarias.

3.4.2. Normativa ambiental y productos

Por medio de la normativa ISO 1400, Leftperia acoplara dicha normativa para cumplir así de manera correcta la legislación ambiental. Minimizando así el impacto ambiental que se pueda generar por la realización de nuestras operaciones.

4. Organización y gestión

4.1. Planificación y programación

4.1.1. Planificación de ventas

Una vez establecida la aplicación y el funcionamiento de nuestro emprendimiento se empezará a realizar campañas publicitarias tanto en las redes sociales como en los sitios de interés de la ciudad de Villavicencio, se atenderán además eventos acordes a nuestra oferta, esperamos que nuestro producto tenga un gran alcance durante el primer año de nuestro funcionamiento alternando estas estrategias anteriormente mencionadas. Igualmente, para el segundo y tercer año la publicidad a través de las redes sociales persistirá, y se buscará participar en más eventos a nivel nacional con el fin de que más clientes potenciales conozcan nuestra idea de negocio y se motiven a experimentar nuestros productos únicos en el mercado.

4.1.2. Planificación de producción

LeftPeria buscará brindar un servicio único, aprovechando ser el único market place para zurdos en el mercado de las papelerías en Colombia, por ende, se buscará contar con el equipo de manejo del market place comprometido para el correcto funcionamiento, servicio y diseño de nuestra página de Instagram. Para el momento de nuestro lanzamiento contaremos con el market place previamente evaluado, con el fin de tener un diseño simple pero accesible para todos nuestros usuarios, esperamos actualizar frecuentemente nuestra página añadiendo más utilidades para nuestros usuarios y nuevos productos.

4.1.3. Planificación de personal

Nuestra empresa va necesitar en su inicio con 4 personas fijas, quienes serán el encargado de ventas, el encargado de marketing y el encargado de la logística. Además, pues estará el gerente de la empresa. Y paulatinamente necesitaremos a un desarrollador de sistemas que le haga mantenimiento a la aplicación.

4.1.4. Planificación de inversores

Con nuestro emprendimiento buscaremos que, en nuestro primer año de funcionamiento, podamos tener un retorno del 40% de nuestra inversión. Para el segundo y tercer año un retorno del 35% y 25% respectivamente.

Para el funcionamiento de nuestro emprendimiento necesitaremos, una bodega con un tamaño adecuado donde se pueda tener todo el stock de mercancía (valor mensual de 1.200.000 cop). Adquisición de 15 racks de almacenamiento adecuados para tener todos nuestros productos (12.000.000).

Compra de la infraestructura necesaria para el funcionamiento de la aplicación.

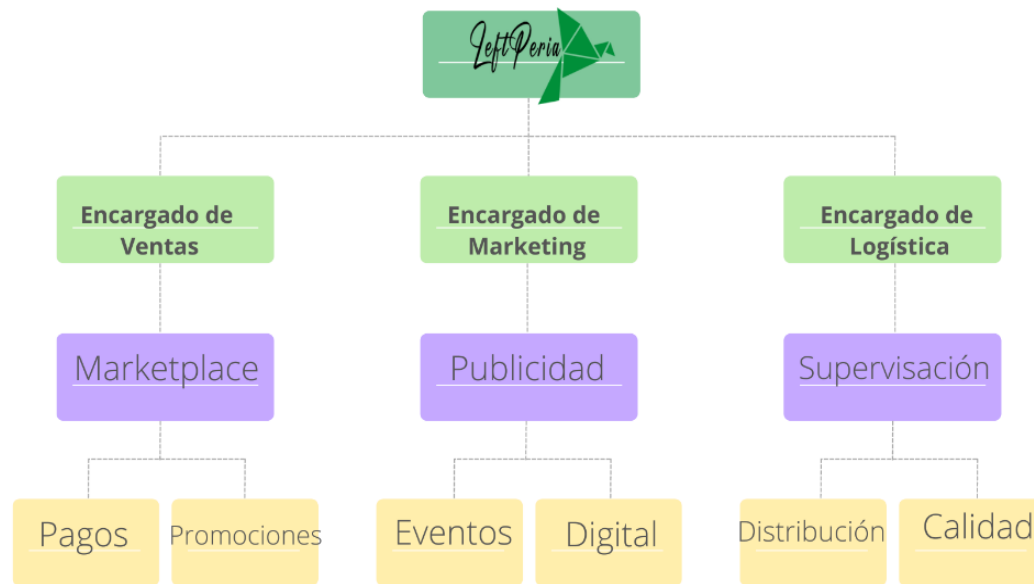
4.1.5. Sistema de evaluación de resultados

Mes a mes se tendrá una proyección de ventas e ingresos. Esto nos permitirá saber en dónde estamos y si estamos cumpliendo esos objetivos que nos hemos planteado con anticipación. Será mes a mes para poder tener una respuesta rápida y mayor control, en el caso de que no se estén cumpliendo este pronóstico de ventas.

4.2. Organización

4.2.1. Equipo

Figura 2. Organigrama de la compañía.



4.2.2. Organización del trabajo

Encargado de ventas: su trabajo se enfocará en la administración del market place, en este deberá velar por el correcto funcionamiento y, además, la actualización de los productos y precios que se encuentren en el mismo. Su perfil debe ser de una persona con conocimientos en el ámbito de la informática, preferiblemente un técnico en sistemas.

Encargado de marketing: Esta persona tendrá la responsabilidad de gestionar todo el marketing de la empresa, las campañas de promoción, los posibles eventos para participar y búsqueda de nuevos grupos de mercados. La persona que desarrolle este cargo deberá tener un pregrado mínimo en marketing o mercadeo, u otra carrera relacionada con la administración, pero con posgrado en marketing o mercadeo.

Encargado de logística: Tendrá la misión de velar por el buen funcionamiento de la bodega. La entrada y salida de mercancía. Y una buena gestión del bodegaje. Esta persona deberá tener experiencia en el bodegaje y en logística.

4.3. Gestión del Personal

4.3.1. Proceso de selección

El proceso de selección se hará por medio de convocatoria, se abrirán las vacantes para cada empleo. De las hojas de vida recibidas se hará la selección de las más idóneas para el cargo y estas se citarán a una entrevista previa, y de esta se seleccionará al más indicado para el puesto de trabajo.

4.3.2. Formación

Apenas la persona sea aceptada en el trabajo, se destinará la primera semana para aprendizaje, donde se le informará todo lo que debe hacer en su área, los procesos necesarios y el funcionamiento de esta.

4.3.3. Retribución del emprendedor

Una vez nos posicionemos en el mercado, dependiendo de nuestras ventas e ingresos, se trazarán los beneficios para los socios, buscando que cierta parte de los ingresos se reinviertan en el negocio, o se tenga una suma en caso de alguna emergencia.

4.3.4. Sueldos

Está contemplado que los descuentos de pensión y salud son del 16% y 12,5% respectivamente, cabe aclarar que un porcentaje lo da el empleador y el otro el empleado. El salario de los empleados tendrá relación directa con su experiencia en el área en el que sean requeridos. El presupuesto salarial que se tiene previsto para los puestos de trabajo anteriormente mencionados es de 12.400.000.

5. Jurídico - Tributario

5.1. Determinación de la forma jurídica

5.1.1. Forma jurídica

Sociedad por acciones simplificadas

5.1.2. Requisitos

- ✓ Nombre, documento de identidad, domicilio de cada accionista. Razón social seguido de “Sociedad por acciones simplificada”, o de la abreviatura S.A.S.
- ✓ Domicilio principal de la sociedad
- ✓ Término de duración, en caso de no ser indefinido.
- ✓ Enunciación de las actividades que se busquen realizar. en dado caso que se omita se entenderá que buscará ejercer todo tipo de acciones lícitas.
- ✓ Capital autorizado, Suscrito y pagado, clase, número y valor nominal de las acciones en forma de representación del capital, y la forma o términos en los que deberán pagarse
- ✓ Forma de administración y nombre del representante legal

5.2. Aspectos laborales del emprendedor

5.2.1. Seguridad social del emprendedor

Aquellos exigidos por la ley colombiana

5.3. Aspectos laborales y seguridad social de los trabajadores

5.3.1. Contratos

Contratos a término fijo, indefinido, temporal ocasional o accidental; régimen general de seguridad social.

5.4. Obligaciones tributarias o fiscales

5.4.1. Obligaciones

- ✓ Agentes de retención de renta, IVA e Ica
- ✓ Responsables del IVA en caso de realizar una actividad gravada con este impuesto
- ✓ Contribución del impuesto a la renta del régimen ordinario
- ✓ Expedición de facturas de manera obligatoria
- ✓ Aportes de información exógena
- ✓ Impuesto de industria y comercio
- ✓ Obligación a pagar impuesto predial en caso de tener un predio a nombre de esta.
- ✓ Llevar contabilidad
- ✓ Disponer de un revisor fiscal

5.5. Permisos, licencias y documentación oficial

5.5.1. Permisos y licencias

Registro Rut, Cámara de comercio, Protección de datos personales e integridad del consumidor, Cuentas bancarias, plataformas de pago fáciles y confiables.

5.5.2. Documentación Oficial

Se registrarán los ingresos y egresos, se tendrá un control de inventario y se organizará una base de datos de nuestros clientes y proveedores.

Los libros que se registrarán:

- Libro mayor y balance
- Libro de inventarios y balance
- Libro diario
- Libro de accionistas
- Libro de actas

5.6. Cobertura de responsabilidades

5.6.1. Seguros

En Leftperia se buscará otorgar un lugar seguro para nuestros empleados, por esto, se buscará adquirir un seguro todo riesgo Pyme, el cual podrá proteger nuestra empresa en dado caso de presentarse eventualidades inesperadas y que afecten directamente a nuestra actividad comercial.

5.7. Patentes, marcas y otros tipos de registros

5.7.1. No aplica

5.7.2. Registro de dominio

De momento la empresa funcionara solamente por medio del market place de Instagram, de esta manera ahorraremos en costos, y aprovecharemos dicha plataforma para ofrecer nuestros servicios.

6. Financiero

6.1. Plan financiero

6.1.1. Inversión total inicial

La inversión inicial que se necesitará para poner en marcha nuestro emprendimiento, contempla varios segmentos, que están divididos en infraestructura, pedido de mercancía, arriendo y personal.

Tabla 3. Aspectos y costos a invertir

Descripción	Costo
Arriendo	\$ 1.200.000
Sueldos	\$ 12.400.000
Racks de Almacenamiento	\$ 12.000.000
Servicios	\$ 500.000
Stock Inicial	\$ 3.800.000
Adecuaciones del lugar	\$ 3.500.000
Total	\$ 33.400.000

6.1.2. Estructura de financiamiento

La estructura de financiamiento inicial será con recursos propios de nosotros los emprendedores, donde cada uno aportará un 50% del dinero requerido, así mismo se repartirá la propiedad de la empresa y las ganancias.

6.1.3. Presupuesto de ingresos

Tabla 4.Presupuestos de ingresos en el primer (1) año.

AÑO 1						
Costos			Ingresos			
Descripción	Valor		Descripción	Cantidad	Precio	Ingresos por producto
Arriendo	\$ 14.400.000		Libretas	2550	\$ 50.000	\$ 127.500.000
Sueldos	\$ 148.800.000		Bolígrafos	7000	\$ 8.000	\$ 56.000.000
Racks de almacenamiento	\$ 12.000.000		Tijeras	1000	\$ 5.000	\$ 5.000.000
Servicios	\$ 6.000.000		Mouse inalambrico	450	\$ 100.000	\$ 45.000.000
Stock	\$ 20.000.000		Total	11000		\$ 233.500.000
Adecuación del lugar	\$ 3.500.000					
Costo total anual	\$ 204.700.000					
		Utilidad bruta	\$ 28.800.000,00		12% margen bruto	

Tabla 5. Tabla 7. Presupuestos de ingresos en el segundo (2) año.

AÑO 2						
Costos			Ingresos			
Descripción	Valor		Descripción	Cantidad	Precio	Ingresos por producto
Arriendo	\$ 14.400.000		Libretas	5000	\$ 50.000	\$ 250.000.000
Sueldos	\$ 148.800.000		Bolígrafos	9000	\$ 8.000	\$ 72.000.000
Servicios	\$ 6.000.000		Tijeras	1400	\$ 5.000	\$ 7.000.000
Stock	\$ 28.000.000		Mouse inalambrico	600	\$ 100.000	\$ 60.000.000
Costo total anual	\$ 197.200.000		Total	16000		\$ 389.000.000
		Utilidad bruta	\$ 191.800.000		49% margen bruto	

Tabla 6.Presupuestos de ingresos en el tercer (3) año.

AÑO 3						
Costos			Ingresos			
Descripción	Valor		Descripción	Cantidad	Precio	Ingresos por producto
Arriendo	\$ 14.400.000		Libretas	7100	\$ 355.000.000	\$ 355.000.000
Sueldos	\$ 148.800.000		Bolígrafos	11200	\$ 89.600.000	\$ 89.600.000
Servicios	\$ 6.000.000		Tijeras	1800	\$ 9.000.000	\$ 9.000.000
Stock	\$ 38.000.000		Mouse inalambrico	900	\$ 90.000.000	\$ 90.000.000
Costo total anual	\$ 207.200.000		Total	21000		\$ 543.600.000
		Utilidad bruta	\$ 336.400.000		62% margen bruto	

6.1.4. Costos indirectos

Tabla 7. Costos fijos indirectos.

COSTOS FIJOS		
Descripción	Mensual	Anual
Arriendo	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Servicios	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Sueldos	\$ 12.400.000	\$ 148.800.000
Total	\$ 14.100.000	\$ 169.200.000

6.1.5. Utilidades y política de su distribución

Tabla 8. Costos directos.

Costos de mercancia	\$ 20.000.000	Ingresos mercancia	\$ 233.500.000
Utilidad bruta	\$ 213.500.000		

Costos totales	\$ 210.100.000	Ingresos totales	\$ 233.500.000
Utilidad neta	\$ 23.400.000		

6.2. Sistema de cobros y pagos

6.2.1. Sistema de cobros

Los cobros se harán de dos formas, de contra entrega para la ciudad de Villavicencio y para los pedidos a nivel nacional se tendrá una pasarela de pagos en la aplicación donde se puede pagar con herramienta de PSE o PayU, también con tarjetas de crédito y haciendo pagos en sucursales de Efecty y ConSuerte.

6.2.2. Sistema de pagos

Los pagos a los proveedores se harán de contado y los pedidos se harán más o menos cada dos meses.

6.3. Resumen de los datos financieros más relevantes

6.3.1. *Proyecciones contables*

Tabla 9. Proyecciones.

	Punto de equilibrio por producto
Libreta	\$ 9.916.666,00
Bolígrafos	\$ 9.916.666,00
Tijeras	\$ 14.875.000,00
Mouse	\$ 10.500.000,00

7. Valoración

7.1. Análisis de puntos fuertes y débiles

7.1.1. Puntos fuertes

Innovación de los productos que se ofrecen y la accesibilidad del market place de Instagram, métodos de pago, falta de competencia en nuestro nicho de mercado.

7.1.2. Puntos débiles

Proveedores, producción, falta de conocimientos en la constitución de un market place.

7.1.3. Oportunidades

Expansión a otros mercados, Alianzas estratégicas, Diversificación de productos.

7.1.4. Amenazas

Imitación de nuestro proyecto, Cibercrimen, Normatividad gubernamental.

7.2. Estrategia de desarrollo del proyecto

- ✓ El debido desarrollo de actividades ayudará a fortalecer nuestros puntos fuertes, manteniendo nuestra innovación, fácil accesibilidad gracias a nuestro diseño simple, la variedad de métodos de pago
- ✓ Mantener relaciones con nuestros proveedores facilitará el abastecimiento de nuestro inventario y la oferta que se ofrecerá en nuestro market place, además, que nuestros administradores busquen organizar de manera simple y llamativa nuestra página de Instagram.
- ✓ El alcanzar nuestros objetivos a largo y corto plazo ayudará a nuestro crecimiento por medio de respectivas estrategias de mercadeo, que facilitaran el nuestro crecimiento y expansión a otros mercados. Mantener relaciones de negocios facilita forjar alianzas estratégicas que serán de gran ayuda para la trayectoria de nuestra empresa. Nuestro equipo de trabajo bajo sus ideas innovadoras permitirá ofrecer a largo plazo una amplia gama de productos para nuestros clientes.

- ✓ Con un diseño sofisticado y distintivo que identifique nuestra marca, acompañada de la accesibilidad y navegación que nuestro administrador facilitara. implementación de medidas de seguridad en nuestras compras para contrarrestar el fraude cibernético. Adaptación de nuestra marca a las normas que afecten nuestro marco de operaciones.

7.3. Aspectos de sostenibilidad y riesgos

- ✓ Medio ambiente: LeftPeria al ser una comercializadora de productos de papelería, podría verse afectada por las políticas ambientales que surgirán en los próximos años. como marca nos comprometemos a ofrecer productos que disminuyan el impacto negativo en el medio ambiente y la naturaleza.
- ✓ Infraestructura: Debido a la fragmentación del territorio, las vías y caminos alternativos pueden verse afectados, y de esta manera los envíos podrían demorar en llegar al lugar de destino. LeftPeria buscará siempre hacer sus entregas en el menor tiempo posible, sin embargo, se estimará en los términos y condiciones de nuestros envíos dichas dificultades que se pueden presentar a la hora de realizar los envíos.

8. Conclusiones

El plan de negocio desarrollado se enfoca en la creación de un negocio sostenible desde un punto de vista comercial, caracterizado porque no se requiere de mucha inversión para llevarlo a cabo; sin embargo, es importante la creación de estrategias de captación de clientes por medio de medios digitales como las redes sociales.

Cabe resaltar que las estrategias implementadas trabajan en pro de crear un margen de rentabilidad suficiente para lograr el posicionamiento de la marca, que se enfocara en la creación de productos que ayuden en el desarrollo de las personas zurdas. Sin dejar de lado que no solo se buscó crear estrategias de negocio, sino que a su vez se pensó en la inclusión de muchas personas.

Finalmente, cabe destacar que el espacio de opción de grado donde se logró desarrollar la idea de negocio fue una fuente importante para la creación de este nuevo emprendimiento llamado Leftperia, permitiendo la implementación de conocimientos y habilidades adquiridos en el transcurso de la carrera; así mismo se asumieron retos y responsabilidades en cada una de las entregas para lograr llevarlo a cabo con éxito.

9. Referencias

Centro Nacional de Consultoría (CNC). (2017). Evaluación de resultados. <https://www.centronacionaldeconsultoria.com/post/evaluacion-de-resultados#:~:text=Las%20evaluaciones%20de%20resultados%20tienen,de%20corto%20y%20mediano%20plazo.>

Galán, J. S. (2022). *Definición de consumidor*. <https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>

Hotmart. (21 de 09 de 2022). *Marketplace: descubre las posibilidades que ofrece este negocio*. Obtenido de <https://hotmart.com/es/blog/que-es-marketplace>

IBM. (2022) *¿Qué es la gestión de inventarios y cómo funciona?* <https://www.ibm.com/co-es/topics/inventory-management>

Quiroa, M. (2022). *Definición de mercado*. <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>

Real Academia Española. (2022). Definición de Zurso. <https://dle.rae.es/zurdo>