



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

SISTEMA ANTIHURTO (E.A.S)

Andres Fernando Rios Bocanegra

Nicolas Diaz Torres

Joan Sebastián Cifuentes

Tutor:

Prof. Jorge Aristizábal

Facultad Administración de Empresas

Trabajo plan de empresa

Bogotá- 2022

Título

Plan de empresa SISTEMA ANTIHURTO (E.A.S)

S.A.S (SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA)

**Actividad principal: Comercialización de sistemas de seguridad para micro y pequeñas
empresas**

TABLA DE CONTENIDO

1.Introducción.....	9
1.1. Justificación	9
1.2. Planteamiento de problemática.....	10
1.3. Objetivo.....	10
1.3.1. Objetivo general.....	10
1.3.2. Objetivos específicos.....	10
1.4. Metodología	11
1.5. Futuro general del sector al cual pertenece la empresa del plan propuesto.....	11
2.Planeación estratégica.....	12
2.1. Misión.....	12
2.2. Visión.....	12
2.3. Análisis del sector.....	12
2.3.1. Análisis de mercado	13
2.3.2. Análisis de la competencia	13
2.3.3. Empresas rivales.....	13
2.3.4. Descripción preliminar básica del producto o servicio.....	14

2.3.5. Descripción del producto (Análisis de posibles precios).....	15
2.4.Objetivos estratégicos.....	15
2.5.Objetivos tácticos.....	16
2.6.Objetivos operativos.....	16
2.7.Filosofía del negocio.....	16
2.8.Know How.....	18
3.Concepto del producto o servicio.....	18
3.1.Presentación muy detallada de las especificaciones del producto o servicio.....	18
3.2.Usos y manejo del producto o servicio.....	19
3.3.Imagen, Marca, logo y slogan del producto o servicio.....	20
3.4.Resumen del modelo de negocio.....	20
3.5.Plan de trabajo y cronograma actividades.....	21
4.Estudio de mercado.....	22
4.1.Investigación de mercado.....	22
4.2.Análisis de la demanda.....	26
4.3.Nicho de mercado.....	27
4.4.Determinación de precio.....	27
4.5.Pronosticó de ventas.....	27

5.Plan de mercado.....	28
5.1.Estrategias de distribución.....	28
5.2.Estrategias de promoción.....	28
5.3.Publicidad- Marketing Mix.....	30
5.4.Fidelización.....	31
5.5.Post venta- servicio al cliente.....	32
5.6.Política de crédito.....	33
6.Estudio de operaciones.....	34
6.1.Descripción y formalización del proceso	34
6.2.Distribución de la planta.....	35
6.3.Costos de producción.....	37
6.4.Inversiones en infraestructura.....	38
6.5.Inversiones en capital de trabajo.....	38
7.Estudio organizacional.....	40
7.1.Estructura organizacional.....	41
7.2.Perfiles de cargo y manuales de funciones.....	42
7.3.Requisitos legales.....	64
7.3.1.Tipo de sociedad.....	64

7.3.2.Constitución y legalización de la empresa.....	65
7.3.2.1.Trámites comerciales.....	65
7.3.2.2.Trámites tributarios.....	65
7.3.2.3.Trámites de funcionamiento.....	65
7.3.2.4.Trámites de orden laboral.....	66
7.3.2.5. Costos legales de constitución.....	67
7.4. Evaluación económica.....	68
7.5. Incidencias sociales.....	69
7.6. Indecencias ambientales.....	70
7.7.Gastos administrativos.....	73
7.8.Metodologías de motivación.....	75
7.9.Mecanismos de liderazgo	75
7.10.Indicadores de gestión.....	75
8.Estudio financiero.....	76
8.1.Presupuestos.....	76
8.2.Flujo de caja.....	76
8.3.Estados financieros.....	76
8.4.Indicadores de evaluación financiera.....	77

9.Bibliografía.....	81
----------------------------	-----------

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Empresas rivales.....	13
Tabla 2. Descripción preliminar básica del producto o servicio.....	14
Tabla 3. Plan de trabajo.....	21
Tabla 4. Perfil de cago gerente general.....	42
Tabla 5. Perfil de cago gerente administrativo.....	48
Tabla 6. Perfil de cago gerente comercial.....	50
Tabla 7. Perfil de cago gerente de producción.....	53
Tabla 8. Perfil de cago auxiliar administrativo y contable.....	57
Tabla 9. Perfil de cago auxiliar servicio y ventas.....	60
Tabla 10. Perfil de cago auxiliar de producción.....	62
Tabla 11. Perfil de cago transportador	64
Tabla 12. Costos legales de constitución.....	72
Tabla 13. Impactos e Incidencias ambientales.....	74

LISTA DE DIAGRAMAS

Diagrama 1. Resultados primera pregunta de la encuesta.....	22
--	-----------

Diagrama 2. Resultados segunda pregunta de la encuesta.....	23
Diagrama 3. Resultados tercera pregunta de la encuesta.....	24
Diagrama 4. Resultados cuarta pregunta de la encuesta.....	24
Diagrama 5. Resultados quinta pregunta de la encuesta.....	25
Diagrama 5. Resultados quinta pregunta de la encuesta.....	25
Diagrama 6. Estructura organizacional.....	41

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Especificaciones producto PLAN A.....	18
Ilustración 2. Especificaciones producto PLAN B.....	19
Ilustración 3. Imagen, Marca, logo y slogan del producto o servicio.....	20
Ilustración 4. Distribución de la planta.....	36
Ilustración 5. Costos de producción PLAN A.....	37
Ilustración 6. Costos de producción PLAN B.....	37
Ilustración 7. Inversiones en infraestructura.....	38
Ilustración 8. Inversiones en capital de trabajo.....	38
Ilustración 9. Gastos de administración.	68

LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1. Modelo de negocio.....	20
--	-----------

Grafica 2. Flujograma del proceso.....35

1. Introducción

Este plan está enfocado en la implementación de una nueva línea de productos de seguridad electrónica (vigilancia electrónica de artículos **(EAS)**) este sistema será importado por Bric Security System SAS, este es un método tecnológico para evitar el hurto en las tiendas minoristas y mayoristas, este sistema de detección alerta al personal cuando los productos son alterados y retirados de la tienda. (*Taltix, s.f*)

Los clientes potenciales están en una búsqueda frecuente en mejorar la seguridad de sus productos sin incrementar su costo demasiado y lograrlo con facilidad, nosotros buscamos la solución adecuada a su solicitud y a las problemáticas presentadas en ubicaciones desde pequeños locales, bodegas, hasta grandes almacenes de cadena.

1.1.Justificación

Decidimos iniciar este proyecto nombrado: sistema antihurto (EAS) debido a las problemáticas expuestas anteriormente, estudiamos que este mercado era importado, comercializado e instalado por pocas empresas en Colombia, realizamos el estudio realizando entrevistas a nuestros clientes en donde nos era comunicado que no ofrecían nuevas soluciones, nuevas ideas, y los problemas en los productos solo eran resueltos por estas empresas externas en donde su costo era altísimo, los tiempos de respuesta no son favorables para sus almacenes; decidimos entablar una relación comercial con una marca

extranjera, con la cual podemos realizar la importación de estos productos e incursionar en su comercialización e instalación a nivel nacional, ofertando calidad y seguridad para nuestros futuros y actuales clientes potenciales. *(Alvarez, J, 2019)*

1.2.Planteamiento de problemática

- En ciudades como Bogotá. los índices de hurto en las diferentes modalidades logran un promedio de 1.120 diarios según la Corporación de Excelencia en la Justicia, es inquietante ver la manera en la que las tiendas son saqueadas de manera violenta y no violenta y que mes a mes genera grandes pérdidas en cadenas de almacenes, pequeñas tiendas, almacenes etc.
- Adicionalmente en grandes almacenes de cadena como lo son Cencosud y Oxxo Colombia, se incrementó el hurto principalmente en productos como alimentos y productos de aseo, en donde ya no existía un control óptimo por parte de los almacenes en cuestión y los proveedores actuales no estaban ocupando de manera oportuna las solicitudes en el segmento del sistema antihurto (EAS).

1.3.Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad de la creación de una empresa que comercialice productos de seguridad antihurto en la ciudad de Bogotá

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar el mercado potencial en el segmento que se busca manejar y ampliar esta línea de venta.

- Estudiar el perfil de los futuros clientes potenciales y que las características de estos productos sean las adecuadas para sus necesidades.
- Realizar un plan estratégico para determinar la viabilidad del proyecto.
- Suministrar un producto y servicio de calidad, donde la mercancía de nuestros clientes cuente con la seguridad electrónica adecuada en su ubicación.
- Implementar una línea de productos modernos para la compañía.
- Posicionar esta línea de productos a nivel nacional, en donde nuestro calor agregado es la facilidad de control de los productos, los costos no tan altos y la libertad de realizar el manejo o cambio a su gusto.

1.4. Metodología

En base a los requisitos necesarios para realizar este proyecto, realizamos análisis del su movimiento en el mercado nacional, con encuestas las cuales nos brindaron información sobre que requieren nuestros posibles clientes, diseñamos una estrategia de ventas y comercialización en donde nuestro fuerte es lo universal de nuestros productos.

1.5. Futuro general del sector al cual pertenece la empresa del plan propuesto

Nuestro proyecto de importación de artículos para los sistemas antihurto ayuda a mejorar la seguridad de almacenes a nivel nacional, este modelo de protección con artículos los cuales son de primera tecnología de gran calidad y gran seguridad brinda una gran protección para sus productos y/o materia prima logrando así reducir gran parte de los hurtos de dichos productos.

Adicionalmente en Colombia se ha venido desarrollando de manera exitosa el sector tecnológico lo cual nos brinda seguir innovando en un futuro cercano a los productos y logrando así la fidelización del cliente esto nos lleva a que nuestro sector se vea bien

posicionado a corto mediano y largo plazo. Conocemos de manera adecuada el producto y por ello y gracias a la calidad que los proveedores nos brindan, podremos comercializar estos productos con mayor confianza y seguridad que vamos a mejorar y a aportar en el sector.

2. Planeación estratégica

2.1.Misión

Satisfacer las necesidades de los clientes a través de la eficiencia de nuestros servicios, la gran variedad de equipos con tecnología avanzada, asesoría, soporte técnico personalizado, profesionales altamente capacitados y calificados para la atención de proyectos especiales en sistemas de seguridad antihurto

2.2.Visión

Lograr posicionarnos en Colombia como empresa líder en el área de sistemas de seguridad antihurto, y a mediano plazo conseguir ser exitosos el mercado internacional con alternativas eficientes e innovadoras.

2.3.Análisis del sector

Los hurtos en almacenes provocan grandes pérdidas para los negocios, con las barreras antihurto ofertadas a los almacenes de comercio adquieren un sistema que evita el su mayor parte el robo de productos, conocimos que el sector tecnológico en Colombia presenta un crecimiento optimo, como es explicado en la revista dinero, el gobierno alista la entrada de diversas tecnologías financieras y demás.un estudio realizado por Sinnetic, en donde se analizaron más de 150 nuevos modelos de negocio y que tuvo en cuenta la opinión de 210 gerentes de tecnología en Colombia, donde los gastos tecnológicos en los

próximos años estarán orientados a temas menos sofisticados, pero igualmente importantes, tales como lo es la seguridad e interconexión, se llega a la conclusión que en los últimos tres años se ha visto un crecimiento en este sector a nivel de país, y se potenciará la inversión e implementación de estos en compañías y ciudades. (*Taltix, 2020*).

2.3.1. Análisis de mercado

- Estamos hablando de un producto que su oferta se mueve de manera regular en el mercado nacional, teniendo compañías con un buen tiempo de experiencia en este
- Estamos enfocados a un grupo de clientes comercial, tales como almacenes de cadena y locales comerciales, estos son los que frecuentemente hacen uso de estos para evitar robo de mercancía importante.
- Para mayor beneficio de la compañía, se es necesario la importación del producto, accesorios y licencias, ya que se cuenta con estos permisos y su tiempo estimado de llegada no es muy lejano.

2.3.2. Análisis de la competencia

Existe aproximadamente un 40% de empresas de seguridad electrónica que comercialicen este producto y accesorios y solo un 5% contiene exclusividad de marca, tales como Checkpoint aliada con la compañía Tecpoint y esta con sus contratistas.

2.3.3. Empresas rivales

Tabla 1

Empresas Rivales

• Tecpoint – Colombia	Tecpoint es nuestra competencia directa, esta empresa lleva más de 20 años activos en el mercado controlando de manera correcta su línea de sistema antihurto, pero encontramos que esta empresa tiene costos demasiado elevados, en donde sus clientes no pueden acceder a otras empresas ya que sus productos manejan un software que solo puede ser manejado por Tecpoint.
• Sensormatic - Colombia	La experiencia que tiene esta empresa en el control de pérdidas es demasiado ya que manejan softwares avanzados en donde ofertan una gran variedad de productos de alta gama, su gran costo no es asequible para muchos almacenes.

Nota. Esta tabla muestra las empresas rivales y la explicación de su razón social.

Tomado de: elaboración propia.

2.3.4. Descripción preliminar básica del producto o servicio

Tabla 2

Descripción preliminar básica del producto o servicio

ANTENAS DE SEGURIDAD	Las antenas antihurto dirigidas principalmente para dispositivos EAS, permiten a los
-----------------------------	--

	minoristas reducir de manera significativa el robo de mercancía en los almacenes. Son sistemas actualmente basados en tecnologías como EM, RF o AM, cuyas frecuencias de funcionamiento y principios son diferentes.
PINES PLASTICOS y ADHESIVOS	Este protector (sin desactivar) atraviesa el campo entre las dos antenas detectoras situadas en la salida del almacén, produce una alerta como frecuencia de radio que es captada por el receptor (las antenas) el cual activa la alarma emitiendo un ruido.
DESACTIVADOR	Esta categoría se encarga de desactivar la frecuencia de alarma cuando los pines adhesivos, blandos y desechable son ubicados a una muy corta distancia con este producto (panel)

Nota. Esta tabla muestra detalladamente los productos que vamos a ofrecer. Tomado de: Elaboración propia

2.3.5. Descripción del producto (Análisis de posibles precios)

Las antenas antihurto dirigido principal mente para dispositivos EAS (es la abreviatura de vigilancia electrónica de artículos) permiten a los minoristas reducir de manera significativa el robo de mercancía en los almacenes.

Son sistemas actualmente basados en tecnologías como EM, RF o AM, cuyas frecuencias de funcionamiento y principios son diferentes.

El objetivo es que cuando el protector (sin desactivar) atraviesa el campo entre las dos antenas detectoras situadas en la salida del almacén, produce una alerta como frecuencia de radio que es captada por el receptor (las antenas) el cual activa la alarma emitiendo un ruido.

2.4.Objetivos estratégicos

Con nuestra opción de marca buscamos posicionar la empresa de manera estable esto se hará ampliando el catálogo de productos, desarrollando proyectos que impulsen el conocimiento de las personas sobre nuestros productos, mejorar de manera continua la calidad de los servicios y estar actualizado sobre la tecnología de nuestros productos y logra as obtener rentabilidad de al menos un 30% de los equipos.

Tenemos variedad de productos para ofertarle a nuestros futuros clientes, productos asequibles a nivel de costo, que entregan calidad y seguridad para los almacenes, productos de control universal, su margen de error es muy bajo, no necesita de manera obligatoria costos adicionales para su mantenimiento, ni la exclusividad obligatoria propuesta por la mayor parte de las empresas en Colombia.

2.5.Objetivos tácticos

lograr tácticas de gran impacto para poder abarcar un 50% o mas el mercado de sistemas de antihurto para el 2025, efectuar estrategias de venta en donde se logre incrementar el nivel de ventas en un 25% o más para el próximo año, entablar una excelente relación comercial con nuestros clientes y evitar el rechazo para ventas futuras.

2.6.Objetivos operativos

Lograr un nivel de importación de un 80% o mas de productos y mantener un stock adecuado para futuras solicitudes, entablar una relación comercial con 10 o más clientes mensualmente.

2.7.Filosofía del negocio

Tenemos la sincera voluntad de servir y atender a nuestros clientes con altos estándares de calidad, la mezcla de conocimiento y nuestra amplia colaboración están presentes para el fortalecimiento de la empresa. Trabajamos en función de hacer sentir tranquilidad, seguridad y confianza a nuestros clientes.

2.8.Know How

Con nuestro conocimiento obtenido en el desarrollo de nuestra carrera profesional y el adquirido por uno de nuestros emprendedores quien labora en el sector de la seguridad y nuestro personal altamente calificado en el área que ejercen queremos posicionar nuestra marca y nuestro nombre en los primeros puestos nacionales.

3. Concepto del producto o servicio

3.1. Presentación muy detallada de las especificaciones del producto o servicio

- Descripción del primer servicio con las unidades de materia prima que se utilizaran (PLAN A):

Ilustración 1

Especificaciones producto PLAN A

OPCION RF (PLAN A)				
ITEM	IMAGEN	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
DTCDR		DR AM LABEL	PCS	15.000
DRD484		GLASS PAD RF DEACTIVATOR (110V USA PLUG)	PCS	4
DTRF8030		RF DUAL SYSTEMS (110V USA PLUG)	SETS	4
DRT01		MINI SQUARE RF TAG	PCS	15.000
DAT01		AM TAG	,	15.000
\$				

Nota. La ilustración muestra el detallado de cada uno de los productos que se necesitan para ofrecer el sistema completo anti hurto para pequeñas empresas. Tomado de:

Elaboración propia

- Descripción del segundo servicio con las unidades de materia prima que se utilizaran (PLAN B):

Ilustración 2

Especificaciones producto PLAN B

ITEM	IMAGEN	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD
DAT23A		AM MILK BOTTLE TAGS	PCS	50.000
DTCDR		DR AM LABEL	PCS	50.000
DAD907		AM DEACTIVATOR (110V USA PLUG)	PCS	8
DTAMX3		ANTENA AM	PCS	6
		AM CONTROLLER (110V USA PLUG)	PCS	
DRT22A		Φ50MM RF BOTTLE TAG	PCS	50.000
DAT01		AM TAG	PCS	50.000
\$				

Nota. La ilustración muestra el detallado de cada uno de los productos que se necesitan para ofrecer el sistema completo anti hurto para medianas empresas

3.2. Usos y manejo del producto o servicio

Los sistemas de seguridad antihurto se usan para evitar el robo de mercancía cómo lo pueden ser productos de consumo diario, ropa, teléfonos, videojuegos, televisores impresores tintas y demás artículos, este sistema funciona bajo la relación de frecuencias los cuales dan una alerta si no han sido desactivadas correctamente logran así evitar el uso del producto.

estos artículos pueden ser reutilizados evitando aumentar la contaminación por su fabricación.

3.3. Imagen, Marca, logo y slogan del producto o servicio

Ilustración 3

Imagen, Marca, logo y slogan del producto o servicio



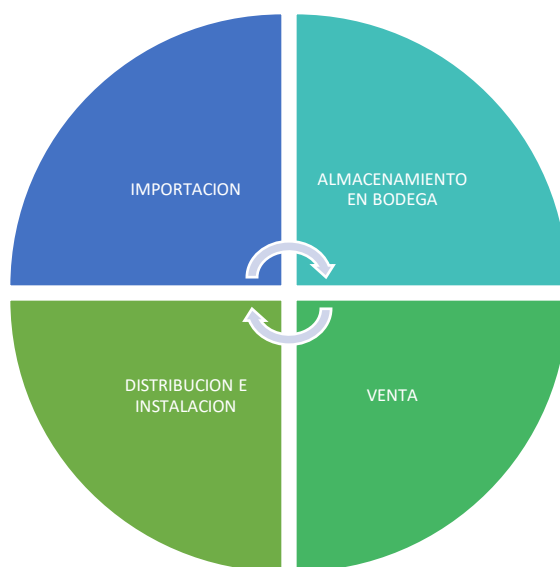
Nota. La ilustración representa nuestra marca, a través de los colores corporativos azul, blanco y gris. Además, se ilustra los uniformes corporativos que se manejarán para tener una excelente imagen al público. Tomado de: Elaboración propia

3.4. Resumen del modelo de negocio

Nuestro valor agregado está enfocado en dos ítems fundamentales, el primero es la calidad, ya que nos aseguramos que nuestros proveedores nos comercialicen calidad en cada uno de los artefactos, y en segundo ítem es el servicio que se pretende dar a cada uno de los clientes desde el inicio de la compra hasta el acompañamiento posventa.

Grafica 1

Modelo de negocio



Nota. El grafico representa el modelo circular de nuestro negocio, enfocado en cuatro etapas, importación, almacenamiento, venta e instalación. Tomado de: Elaboración propia

3.5. Plan de trabajo y cronograma actividades

Como empresa llevamos estudiando este nuevo proyecto tiempo atrás, en donde realizamos una ardua búsqueda en marcas potenciales a nivel mundial en este segmento y buscamos apoyo económico por parte de programas de apoyo nacionales por parte del actual gobierno y unión con otras empresas en donde no tuvimos el éxito esperado, decidimos dar pausa a este proyecto por un tiempo adecuado, y actual mente buscamos retomar la implementación de este en nuestra empresa.

En donde llegamos a la conclusión de tiempos adecuados a él plan individual.

Tabla 3

Plan de trabajo

ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Portafolio final	X					
Importación del producto				X		
Material de apoyo comercial	X	X	X	X	X	X
Marketing digital		X	X	X	X	X
Lanzamiento digital					X	X

Nota. La tabla representa nuestro plan de trabajo dividido en 6 meses dando en cumplimiento a diferentes actividades

4. Estudio de mercado

4.1. Investigación de mercado

Las fuentes de información recolectadas en este trabajo primario y secundario, en cuanto a la recolección de información se decide empezar por un análisis del mercado, luego de esto se analiza la situación actual donde se analiza el campo en el cual se desea generar el proyecto permitiéndonos hacer un análisis de la información.

Los medios utilizados en este proyecto para la recolección de datos se dan mediante la observación, las encuestas y datos estadísticos oficiales los cuales ofrecen información para el estudio de mercado necesario para el avance del proyecto.

Dado lo anterior, en este punto realizamos una encuesta, enfocadas en las 4'ps, para percibir cómo los clientes se relacionarían con la marca y si creen que es llamativa para los comerciantes.

A continuación, se muestra las preguntas de la encuesta desarrollada, y los análisis de los resultados obtenidos:

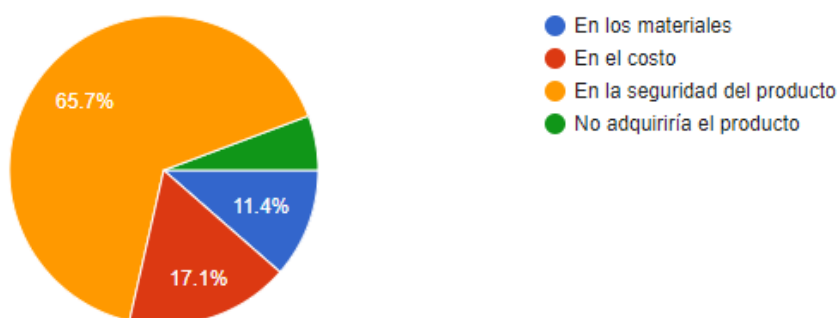
Diagrama 1.

Resultados primera pregunta de la encuesta

¿En qué se basaría para adquirir este producto?

35 respuestas

 Copiar



Nota. Este diagrama representa los resultados obtenidos de la primera pregunta de la encuesta aplicada. Tomado de: elaboración propia.

Análisis: determinamos que el factor más importante como empresa a la hora de ofrecer el producto es darle a conocer a los clientes que le vamos a brindar seguridad ya que va a ser un aliado para proteger toda la mercancía de los locales comerciales.

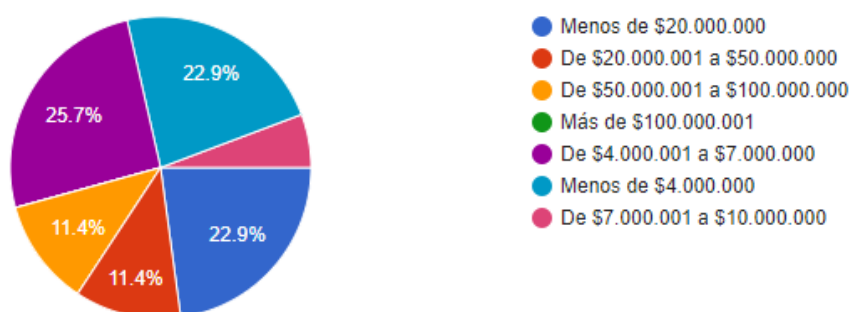
Diagrama 2.

Resultados segunda pregunta de la encuesta

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por SISTEMA ANTIHURTO (E.A.S)?

 Copiar

35 respuestas



Nota. Este diagrama representa los resultados obtenidos de la segunda pregunta de la encuesta aplicada. Tomado de: elaboración propia.

Análisis: el precio es uno de los factores más importantes a la hora de ofrecer un producto, sin embargo, en esta pregunta obtuvimos variedad de opciones de respuesta y es por ello que no pudimos generar un análisis más profundo del rango exacto que los clientes estarían dispuestos a pagar, sin embargo, esto no sirve de guía para determinar que las personas desean un producto accesible y con calidad.}

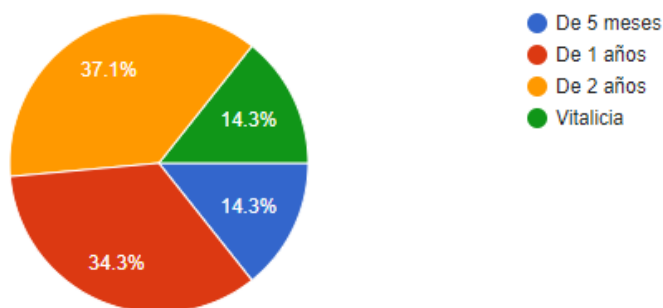
Diagrama 3.

Resultados tercera pregunta de la encuesta

¿Cuál considera usted que debe ser la garantía del producto?

35 respuestas

 Copiar



Nota. Este diagrama representa los resultados obtenidos de la tercera pregunta de la encuesta aplicada. Tomado de: elaboración propia.

Análisis: La garantía es uno de los servicios posventa que más vamos a ofrecer ya que al ofrecer a una persona que su producto va a estar protegido por un determinado tiempo asegurara la venta, es por ello, que vamos a garantizar que sea mínimo de 2 años con un acompañamiento en instalación y capacitación de mínimo 3 meses.

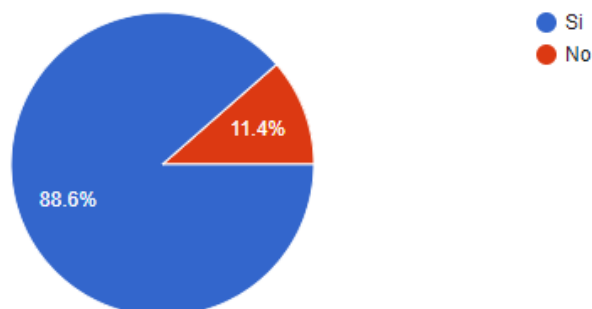
Diagrama 4.

Resultados cuarta pregunta de la encuesta

¿Es importante para usted que la franquicia capacite a su personal, sobre la utilización y mantenimiento del SISTEMA ANTIHURTO (E.A.S)?.

 Copiar

35 respuestas



Nota. Este diagrama representa los resultados obtenidos de la cuarta pregunta de la encuesta aplicada. Tomado de: elaboración propia.

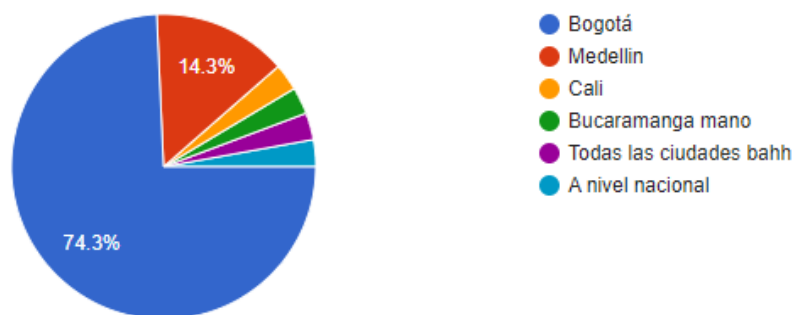
Diagrama 4.

Resultados quinta pregunta de la encuesta

¿En que lugar le gustaría que estuviera disponible este servicio de venta y comercialización del SISTEMA ANTIHURTO (E.A.S)?

 Copiar

35 respuestas



Nota. Este diagrama representa los resultados obtenidos de la quinta pregunta de la encuesta aplicada. Tomado de: elaboración propia.

Análisis: para empezar nuestro punto estrategico va a ser Bogotá ya que al ser la capital alberga varios microempresarios y empresarios a los cuales podemos llegar con nuestra solución de seguridad, sin embargo, nuestra proyección es crecer y llegar a otras partes y puntos esepificios de Colombia.

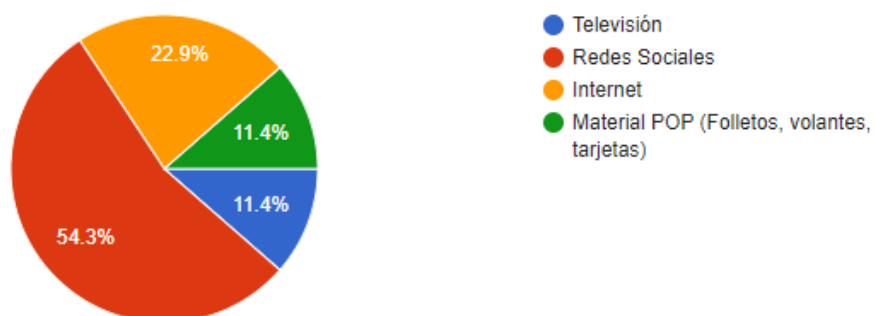
Diagrama 6.

Resultados sexta pregunta de la encuesta

¿ A través de que medio le gustaría recibir información de este producto?

 Copiar

35 respuestas



Nota. Este diagrama representa los resultados obtenidos de la sexta pregunta de la encuesta aplicada. Tomado de: elaboración propia.

Análisis: La promoción también es un ítem fundamental para poder llegar de manera más efectiva cada uno de los clientes es por ello, que recalcamos con la información recolectada que las redes sociales y en general el marketing digital actualmente es uno de los que tiene más auge es por ello que a través de las diferentes plataformas vamos a poder promocionar nuestro producto y llegar a más clientes directos.

4.2. Análisis de la demanda

- **Social**

Comerciantes minoristas o mayoristas, quienes tienen uno o más locales comerciales abiertos al público, quienes tienen hábitos de compra regular-alta quienes buscan satisfacer necesidad en torno a la seguridad de sus establecimientos

- **Demográfica**

Clientes ubicados principalmente en la ciudad de Bogotá y lugares aledaños

- **Económica**

Comerciantes quienes, en sus gastos, ven a necesidad de invertir en la seguridad de sus establecimientos, por ello, tiene la capacidad económica para hacer frente a un nuevo gasto, que será visto como un costo de oportunidad, ya que lo que van a pagar por el sistema de seguridad será lo que valdría los productos que se está previniendo sean hurtados.

- **Cultural**

La cultura de los comerciantes si está muy arraigada a la prevención de robos, ya que, en Colombia, estos casos son muy frecuentes, y por esta problemática tan latente es el punto fundamental de este proyecto, tratando de llevar una solución a cada comerciante mayorista o minorista que lo requiera.

4.3. Nicho de mercado

Para el 2021 en la ciudad de Bogotá, del total de empresas registradas y renovadas, el 87% son microempresas (350.265), el 9% pequeñas empresas (38.151), el 3% medianas (10.533) y el 1% grandes empresas (3.597). Dada la información anterior nuestro principal enfoque para vender nuestro producto, serán las microempresas y pequeñas

empresas para un total de 388.416, y nuestro nicho de mercado va a ser abarcar de ese total un 3%, es decir, aproximadamente 11.652 microempresas/pequeñas empresas.

4.4.Determinación de precio

Vamos a manejar dos planes de venta del equipamiento para el sistema de seguridad, el primero es para almacenes pequeños, como almacenes de retail pequeños, tiendas de ropa, tiendas de accesorios, etc. Y el segundo, es para pequeñas empresas que tienen más productos como grandes supermercados.

En la determinación del precio, se dio con la cantidad necesaria para cada equipamiento junto al costo (del producto más la importación), ya determinado el costo total de cada uno de los artefactos necesarios para el servicio completo, de sumamos el % de utilidad respectivo, que para el PLAN A (pequeños locales comerciales) es del 7,5% y para el PLAN B (grandes locales comerciales) es del 15,3%, llevando así a que el precio de venta del PLAN A sea de \$43.258.592 y del PLAN B sea de \$246.779.000

4.5.Pronosticó de ventas

Tenemos una proyección de ventas en donde mes a mes se venderán 3 producto/servicio del plan A, y 1 producto/servicio del plan B, luego del primer año esperamos un aumento mínimo del 8% en las ventas y en el abarcamiento de la demanda.

5. Plan de mercado

5.1.Estrategias de distribución

- Tener un punto de venta abierto al público en donde los clientes directamente pueden acercarse y comprobar la calidad, utilidad y efectividad del producto que estamos ofertando.
- Nuestro punto de venta estará principalmente en la ciudad de Bogotá, específicamente en la localidad de Chapinero, ya que en primer lugar es un punto central en la ciudad muy frecuentada por gente y además en un punto muy comercial tanto por minoristas como mayoristas
- Vamos a utilizar una estrategia de distribución selectiva, en donde los puntos de venta no son tantos, ya que queremos ser un producto diferencia, por el contrario, buscamos de manera efectiva llegar a esos clientes
- Tener personal capacitado para que se hagan visitas estratégicas a los diferentes comerciantes, con un portafolio de nuestros productos, muestras y experiencias completas para que nos conozcan como marca y se decidan como la respuesta a su seguridad

5.2.Estrategias de promoción

A través de la promoción es que nos vamos a dar a conocer en el mercado, dado que como estrategia de distribución determinamos no tener tantos puntos en la ciudad, sino llegar a aquellos comerciantes con nuestra solución para su seguridad, es por ello que vamos a utilizar diferentes estrategias de promoción de nuestra marca ya que esté se ha convertido en un aliado para los negocios. Adicional, buscaremos que las personas que hagan las visitas estratégicas tengan todo el conocimiento y la experiencia sobre la marca

con el fin de que a través de ellos también se genere un tipo de promoción. Realizaremos las siguientes estrategias de promoción:

- **Precios de lanzamiento:** Cuando abramos la puerta al público vamos a realizar la primera estrategia de promoción que va encaminada a que los primeros clientes que adquiera nuestro producto van a obtener un 20% de descuento en nuestra solución a su seguridad llevando así a incentivar a que más clientes conozcan la marca y generando un voz a voz positivo
- **Precio rebajado una vez al mes:** La siguiente estrategia de promoción que vamos a realizar es que un día al mes los precios del producto van a estar con descuentos y es por ello que este sería el día de la marca donde podrá haber ofertas desde el 10% hasta el 50% de descuento.

5.3.Publicidad- Marketing Mix

Las redes sociales se han convertido en un aliado para nosotros los emprendedores ya que a través de ella podemos dar a conocer la marca de una manera más efectiva. La publicidad que vamos a realizar será de manera digital buscando así que las personas conozcan la marca, y se decidan ir a nuestro punto físico o agendar una cita con uno de nuestros mercaderistas. Además, buscamos tener un servicio 100% personalizado, antes de la compra, durante el proceso de compra y garantizar un servicio post venta de la mejor calidad, por lo anterior vamos a habilitar los siguientes canales para el efectivo cumplimiento de la atención a los clientes:

- Facebook
- Instagram
- Whatsapp

- Página web

Costos:

- Facebook (promocionar publicaciones): 700.000 anual
 - Instagram (promocionar publicaciones): 700.000 annual
 - Página web (creación y mantenimiento): 2.500.000 anual
- ✓ **Producto:** antenas antihurto dirigido principalmente para dispositivos EAS (es la abreviatura de vigilancia electrónica de artículos) permiten a los minoristas reducir de manera significativa el robo de mercancía en los almacenes.
- ✓ **Plaza:** distribución principal en Bogotá, localidad de chapinero, punto estratégico como punto de comercialización principal de mayoristas y minorista.
- ✓ **Precio:** el PLAN A (pequeños locales comerciales) tendrá un precio de \$43.258.592 y para el PLAN B (grandes locales comerciales) tendrá un precio de \$246.779.000.
- ✓ **Promoción:** fidelizar a los clientes a través de ofertas especiales, descuentos en días específicas al mes, etc.

5.4.Fidelización

La fidelización es uno de los parámetros más importantes que vamos a tener en cuenta de la marca, dado que no pretendemos ser una marca que los comerciantes busquen una única vez, sino que siempre recurran a nosotros como una solución para su seguridad. Es por lo anterior, que principalmente vamos a garantizar que el producto que vamos a comercializar cumpla con los más altos índices de calidad, llevado a que los clientes en realidad se lleven un producto que va a satisfacer sus necesidades. Adicional, buscamos que el servicio postventa sea un aliado en dónde le hagamos el acompañamiento 100% personalizado a cada uno de los clientes, para así entender su necesidad y buscar

satisfacerla de la mejor manera posible, con lo anterior declaramos que no buscamos solo clientes y sino aliados para la erradicación del problema de robo/hurto en la ciudad de Bogotá.

Estrategias:

- Crear una relación de confianza
- Brinda una excelente experiencia con la marca
- Contar con un equipo de atención

5.5.Post venta- servicio al cliente

El servicio postventa dada la naturaleza del producto que vamos a comercializar es necesario para la fidelización y satisfacción de cada uno de los clientes, por ello se van a habilitar los canales de atención que estarán atendidos las 24 horas del día con el fin de solucionar todos los problemas, dudas, inconvenientes, etc de nuestros clientes. Se dará un acompañamiento a cada uno de los clientes a través de una capacitación a para que ellos utilicen el producto de manera efectiva y les saquen su máximo provecho, este acompañamiento se va a realizar por 3 meses luego de la compra, sin embargo, si algún cliente desea que el acompañamiento sea eso por más tiempo solo tendrá que hacérselo saber y con gusto se alargara el tiempo para que se sientan satisfechos y expertos en el producto.

5.6. Política de crédito

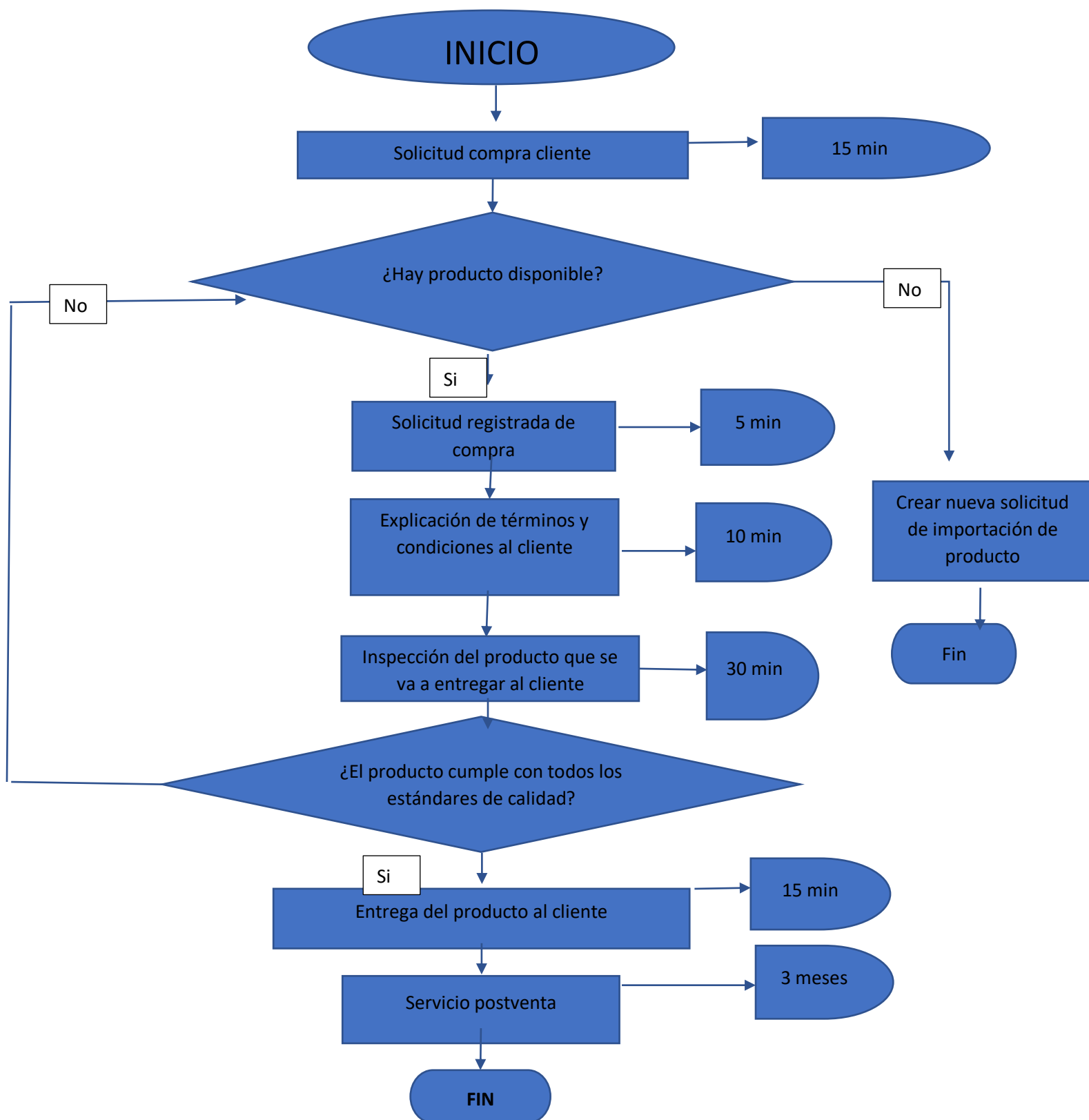
Vamos a contar con una política de crédito muy flexible en donde los clientes tendrán la oportunidad de pagar en 3 meses sin pago de interés, con el fin de que a medida que los clientes vayan probando el producto y viendo su utilidad, lo podrán ir cancelado. Si por alguna razón, los clientes creen que no es necesario nuestro producto y desisten de la compra, se les devolverá el dinero sin ningún inconveniente.

6. Estudio de operaciones

6.1.Descripción y formalización del proceso

Grafica 2.

Flujograma del proceso



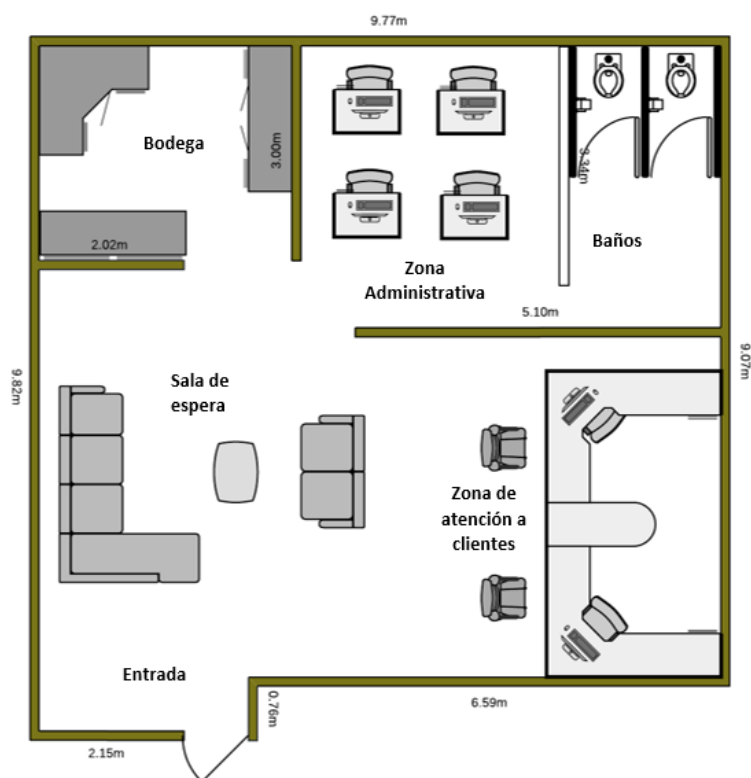
Nota. Esta grafica representa el flujo del proceso que vamos a realizar como empresa. Tomado de: elaboración propia.

6.2.Distribución de la planta

La empresa estará distribuida en un piso que será el punto abierto al público, en donde estarán los módulos de atención a clientes, una sala de espera, la bodega en donde estará almacenado los inventarios, la zona administrativa y los baños. Buscamos que el punto este muy bien distribuido, y que en el mismo sistema todas las comodidades para que los clientes se sientan acompañados y atendidos de la mejor manera.

Ilustración 4.

Distribución de la planta



Nota. Esta ilustración representa el primer piso de la planta de la empresa. Tomado de: elaboración propia.

6.3.Costos de producción

Nuestros costos de producción son los siguientes:

Ilustración 5

Costos de producción PLAN A

OPCION RF (PLAN A)						
ITEM	IMAGEN	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO	PRECIO TOTAL SIN IVA
DTCDR		DR AM LABEL	PCS	15.000	90	\$ 1.350.000
DRD484		GLASS PAD RF DEACTIVATOR (110V USA PLUG)	PCS	4	310	\$ 1.240
DTRF8030		RF DUAL SYSTEMS (110V USA PLUG)	SETS	4	3.350.000	\$ 13.400.000
DRT01		MINI SQUARE RF TAG	PCS	15.000	500	\$ 7.500.000
DAT01		AM TAG	,	15.000	1.200	\$ 18.000.000
\$						40.251.240

*Nota. Esta ilustración representa los costos de producción del PLAN A. Tomado de:
elaboración propia.*

Ilustración 6.

Costos de producción PLAN B

ITEM	IMAGEN	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO TOTAL	PRECIO TOTAL SIN IVA
DAT23A		AM MILK BOTTLE TAGS	PCS	50.000	\$ 1.500	\$ 75.000.000
DTCDR		DR AM LABEL	PCS	50.000	\$ 90	\$ 4.500.000
DAD907		AM DEACTIVATOR (110V USA PLUG)	PCS	8	\$ 285.000	\$ 2.280.000
DTAMX3		ANTENA AM	PCS	6	\$ 2.450.000	\$ 14.700.000
		AM CONTROLLER (110V USA PLUG)	PCS			
DRT22A		Ø50MM RF BOTTLE TAG	PCS	50.000	\$ 1.150	\$ 57.500.000
DAT01		AM TAG	PCS	50.000	\$ 1.200	\$ 60.000.000
\$					213.980.000	

Nota. Esta ilustración representa los costos de producción del PLAN A. Tomado de: elaboración propia.

6.4. Inversiones en infraestructura

Nuestra inversión en infraestructura es la siguiente:

Ilustración 7.

Inversiones en infraestructura

1516 - Terrenos y Edificaciones	
159205 - Depreciación Acumulada	\$ -
1520 - Maquinaria y Equipo	\$ 479.800
159210 - Depreciación Acumulada	\$ 43.182
1524 - Muebles y Enseres	\$ 7.466.300
159215 - Depreciación Acumulada	\$ 1.343.934
1540 - Vehículos	\$ 39.900.000
159235 - Depreciación Acumulada	\$ 7.182.000
VALOR NETO ACTIVOS FIJOS	\$ 47.846.100

Nota. Esta ilustración representa las inversiones en infraestructura que vamos a realizar para el inicio de la operación. Tomado de: elaboración propia.

6.5. Inversiones en capital de trabajo

Nuestro capital de trabajo es el siguiente:

Ilustración 8.

Inversiones en capital de trabajo

Q	CARGO EMPLEADO	SUELDO	SUB.TRANSP.	VIATICOS	SUB.TOTAL	SALUD - EPS	PENSIONES	OTROS	SUB.TOTAL	PAGO NETO
1	GERENTE GENERAL	\$ 2.500.000	\$ -	\$ -	\$ 2.500.000	\$ 100.000	\$ 100.000		\$ 200.000	\$ 2.300.000
1	GERENTE ADMINISTRATIVO	\$ 2.500.000	\$ -	\$ -	\$ 2.500.000	\$ 100.000	\$ 100.000		\$ 200.000	\$ 2.300.000
1	AUXILIAR CONTABLE Y ADMINISTRATIV	\$ 908.526	\$ 117.172	\$ -	\$ 1.025.698	\$ 41.028	\$ 41.028		\$ 82.056	\$ 943.642
			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
	TOTALES	\$ 5.908.526	\$ 117.172	\$ -	\$ 6.025.698	\$ 241.028	\$ 241.028	\$ -	\$ 482.056	\$ 5.543.642

Q.	CARGO EMPLEADO	SUELDO	SUB.TRANSP.	H. EXTRAS	SUB.TOTAL	SALUD - EPS	PENSIONES	OTROS	SUB.TOTAL	PAGO NETO
1	GERENTE DE PRODUCCIÓN	\$ 2.500.000	\$ -		\$ 2.500.000	\$ 100.000	\$ 100.000		\$ 200.000	\$ 2.300.000
1	AUXILIAR DE PRODUCCIÓN	\$ 1.000.000	\$ 117.172		\$ 1.117.172	\$ 44.687	\$ 44.687		\$ 89.374	\$ 1.027.798
1	TRANSPORTADOR	\$ 1.000.000	\$ 117.172		\$ 1.117.172	\$ 44.687	\$ 44.687		\$ 89.374	\$ 1.027.798
		\$ -			\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
	TOTALES	\$ 4.500.000	\$ 234.344	\$ -	\$ 4.734.344	\$ 189.374	\$ 189.374	\$ -	\$ 378.748	\$ 4.355.596

Q	CARGO EMPLEADO	SUELDO	SUB.TRANSP.	COMISIONES	SUB.TOTAL	SALUD - EPS	PENSIONES	OTROS	SUB.TOTAL	PAGO NETO
1	GERENTE COMERCIAL	\$ 2.500.000	\$ -	\$ -	\$ 2.500.000	\$ 100.000	\$ 100.000		\$ 200.000	\$ 2.300.000
3	AUXILIAR SERVICIO AL CLIENTE Y VENTAS	\$ 1.000.000	\$ 117.172	\$ -	\$ 1.117.172	\$ 44.687	\$ 44.687		\$ 89.374	\$ 1.027.798
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -
	TOTALES	\$ 3.500.000	\$ 117.172	\$ -	\$ 3.617.172	\$ 144.687	\$ 144.687	\$ -	\$ 289.374	\$ 3.327.798

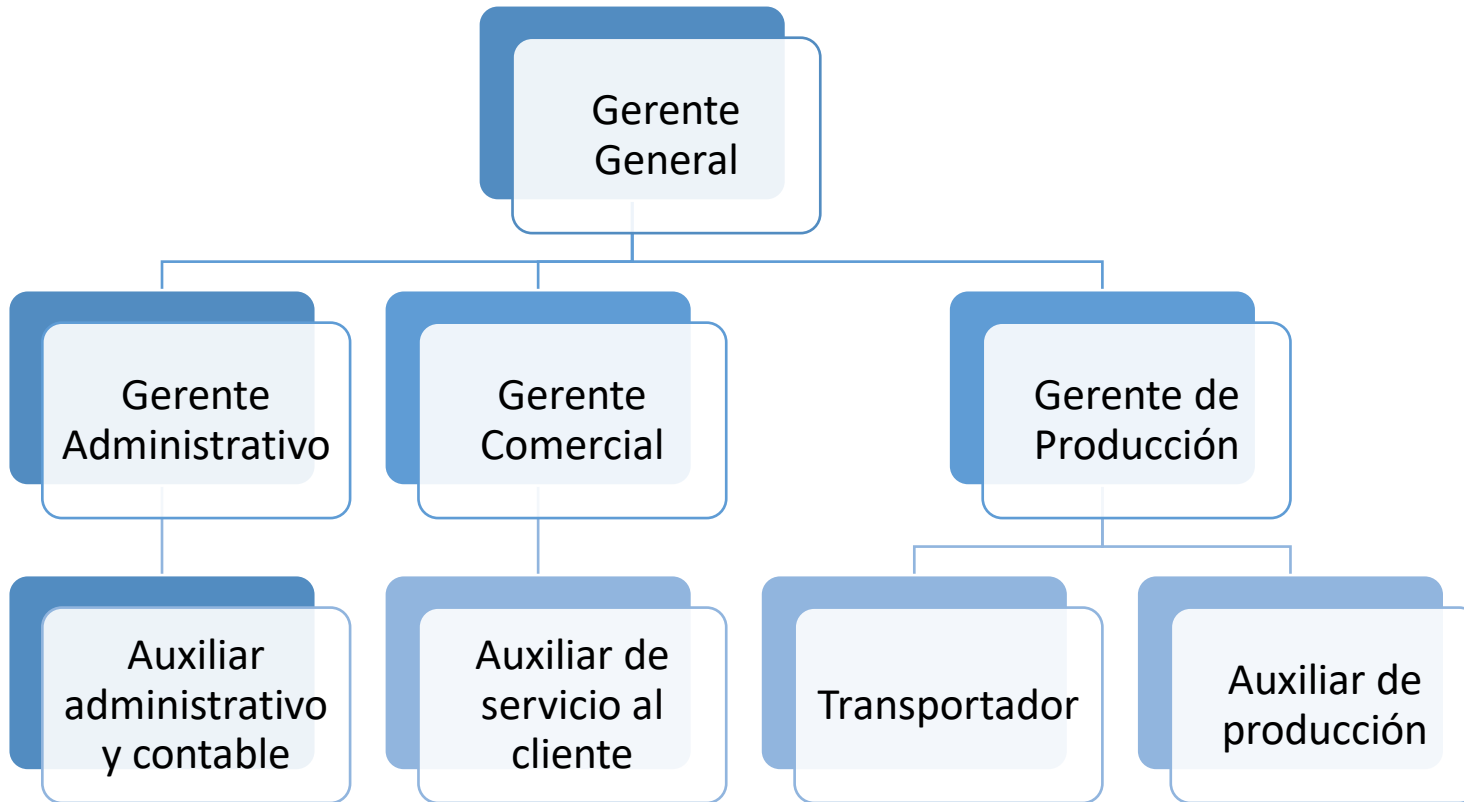
Nota. Esta ilustración representa las inversiones en infraestructura que vamos a realizar para el inicio de la operación. Tomado de: elaboración propia.

7. Estudio organizacional

7.1.Estructura organizacional

Diagrama 6.

Estructura organizacional



Nota. Este diagrama representa nuestra estructura organizacional. Tomado de: elaboración propia.

7.2. Perfiles de cargo y manuales de funciones

- **Gerente general**

Tabla 4.

Perfil de cargo gerente general

1. NOMBRE DEL CARGO		2. DEPENDENCIA
Gerente General		Gerencia General
3. NIVEL DE AUTORIDAD		
Jefe directo:	No aplica	
Person al a cargo:	Gerente Administrativo, Gerente Comercial y Gerente de Producción	
4. OBJETO DEL CARGO		
Su departamento se encarga de elaborar la información económica que precisa la Gerencia General para establecer las estrategias de la empresa. Se responsabiliza, directamente o a través de su personal, de la veracidad de las cuentas de la empresa en sus partidas de activo, pasivo y resultados. En forma especial, su departamento velará también por el buen fin de los saldos deudores de la empresa y creará las políticas convenientes para evitar riesgos en este sentido		
5. LOCALIZACIÓN		

Sede de la empresa

6. FORMACIÓN ACADÉMICA

6.1. PROFESIONAL

Profesional en áreas administrativas

6.2. FORMACIÓN PERMANENTE O CONTINUADA

Directivo en Áreas Administrativas, Financieras y/o comerciales

7. HABILIDADES

- COMUNICACIÓN ORAL
- COMUNICACIÓN ESCRITA
- TRABAJO BAJO PRESIÓN
- TRABAJO EN EQUIPO
- ÉTICA ORGANIZACIONAL
- MANEJO DE CONFLICTOS
- ADAPTABILIDAD
- LIDERAZGO

8. EXPERIENCIA (en cargos similares)

Tres 4 años en cargos directivos en las áreas financieras, Comercial y/o

Administrativas

9. HORARIO DE TRABAJO

De lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm

10. FUNCIONES

1. Hacer cumplir los procedimientos y normatividades por parte de las Direcciones basado en la revisión gerencial de los Sistemas de Gestión.
2. Firmar los nombramientos del personal administrativo y operativo, fijando funciones, salarios, buscando la eficiencia y eficacia en la asignación de recursos.
3. Hacer las delegaciones de funciones para la efectiva atención del cliente.
4. Citar a la Junta de Socios ordinaria y extraordinariamente.
5. Disponer de los mecanismos necesarios para la consecución y utilización del Recurso Financiero sea el más óptimo y rentable para la Sociedad.
6. Refrendar con su firma todos los Actos Administrativos que involucren directamente a la Sociedad (Contratos, Licitaciones, Títulos Valores, etc.).
7. Elaborar y presentar el presupuesto anual a la Junta de Socios.
8. Conjuntamente con la Gerencia Comercial formular estrategias de Venta de los Productos y Servicios.
9. Analizar permanentemente los Índices financieros.
10. Coordinar las Direcciones para que se cumplan los procedimientos establecidos.

.

Nota. Esta tabla describe el perfil de cargo del gerente general. Tomado de: elaboración propia.

- **Gerencia administrativa**

Tabla 5.

Perfil de cago gerente administrativo

1. NOMBRE DEL CARGO		2. DEPENDENCIA	
Gerente Administrativo		Gerencia Administrativa	
3. NIVEL DE AUTORIDAD			
Jefe directo:	Gerente General		
Personal a cargo:	Auxiliar administrativo y contable		
4. OBJETO DEL CARGO			
Planificar, organizar, dirigir, controlar todas las actividades de carácter administrativo - financiero, con el propósito de hacer el uso racional de los recursos físicos, humanos, materiales y económicos.			
5. LOCALIZACIÓN			
Sede de la empresa			
6. FORMACIÓN ACADÉMICA			
6.1. PROFESIONAL			
Profesional en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial, Economía o carreras afines.			

6.2. FORMACIÓN PERMANENTE O CONTINUADA

Estudios complementarios relacionados con la Administración, finanzas, economía y auditoría.

7. HABILIDADES

- COMUNICACIÓN ORAL
- COMUNICACIÓN ESCRITA
- TRABAJO BAJO PRESIÓN.
- TRABAJO EN EQUIPO
- ORIENTACIÓN AL CLIENTE
- MANEJO DE CONFLICTOS
- ADAPTABILIDAD
- CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES
- LIDERAZGO
- ATENCIÓN AL DETALLE

8. EXPERIENCIA (en cargos similares)

Dos años de experiencia profesional relacionado con el cargo

9. HORARIO DE TRABAJO

De lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm

10. FUNCIONES

1. Administrar los recursos de la Institución, con eficiencia, eficacia y economicidad, en base al Plan Operativo Anual aprobado y remitido de manera oficial por Gerencia General, de acuerdo a la normativa vigente.
2. Coordinar y coadyuvar en la preparación y presentación de Estados Financieros anuales en las fechas establecidas.
3. Responder por todas las funciones previstas en el Manual de Organización, Manual de Funciones y Manual de Procedimientos de las Unidades a su cargo, además de aquellas que le fueran asignadas por su inmediato superior.
4. Instruir el pago oportuno de sueldos, bonos, aguinaldos y otros beneficios, de acuerdo a cronogramas establecidos y normativa vigente.
5. Revisar y rubricar los comprobantes contables de ingresos y egresos, emitidos por la División
6. Elaborar el Plan Operativo Anual del Área y coadyuvar a la elaboración del Presupuesto de Gestión consolidado.
7. Realizar las acciones necesarias dentro de la normativa vigente, para cumplir los objetivos de gestión propuestos de Contabilidad.
8. Promover la implementación y buen funcionamiento de los sistemas de: Contabilidad Integrada, Administración de Personal, Tesorería y Crédito Público, Sistema de Administración de Bienes y Servicios, Sistema de Presupuestos y Sistema de Contabilidad Integrada.

9. Instruir y recabar del Encargado (a) de Tesorería y Crédito Público la programación de compromisos, obligaciones y pagos, así como la programación de ingresos para la ejecución del presupuesto de gestión.
10. Recabar y generar información financiera y no financiera de forma relevante y útil para la toma de decisiones.
11. Asegurar que el Sistema Contable responda a la naturaleza de la entidad y a sus requerimientos operativos – gerenciales, respetando los principios y normas de aplicación general.
12. Cumplir y hacer cumplir los Reglamentos Administrativos aprobados y vigentes.
13. Velar por la fluidez y transparencia de los distintos procesos administrativos e instruir sus respectivos pagos.

Nota. Esta tabla describe el perfil de cargo del gerente administrativo. Tomado de: elaboración propia.

- **Gerencia comercial**

Tabla 6.

Perfil de cago gerente comercial

1. NOMBRE DEL CARGO		2. DEPENDENCIA	
Gerente Comercial		Gerencia Comercial	
3. NIVEL DE AUTORIDAD			
Jefe directo:	Gerente General		

Person al a cargo:	Auxiliar de Servicio al cliente
4. OBJETO DEL CARGO	
Coordinar las actividades de la fuerza de ventas, los planes de comercialización y mercadeo, a fin de lograr el posicionamiento de la empresa, en base a políticas establecidas para la promoción, distribución y venta de productos y servicios a fin de lograr los objetivos de ventas.	
5. LOCALIZACIÓN	
Sede de la empresa	
6. FORMACIÓN ACADÉMICA	
6.1. PROFESIONAL	
Profesional en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial, Mercadeo o carreras afines.	
6.2. FORMACIÓN PERMANENTE O CONTINUADA	
Estudios complementarios relacionados con la Administración, ventas y comercialización	
7. HABILIDADES	

- COMUNICACIÓN ORAL
- COMUNICACIÓN ESCRITA
- TRABAJO BAJO PRESIÓN
- TRABAJO EN EQUIPO
- RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS
- MANEJO DE CONFLICTOS
- ADAPTABILIDAD
- CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES
- SEGUIMIENTO DE REGLAS
- LIDERAZGO
- ATENCIÓN AL DETALLE

8. EXPERIENCIA (en cargos similares)

Dos (2) años de experiencia profesional relacionado con el cargo

9. HORARIO DE TRABAJO

De 8:00 am a 5:00pm

10. FUNCIONES

1. Desarrollar las diferentes estrategias y planes comerciales, enfocados al ofrecimiento de un alto nivel de servicio al cliente; con el fin de lograr los objetivos en venta e ingresos de la compañía
2. Desarrollar la actividad comercial corporativa, asegurando el cumplimiento de los presupuestos (metas comerciales); así como asegurando la rentabilidad de los proyectos
3. Desarrollar la actividad comercial corporativa, asegurando el cumplimiento de los presupuestos (metas comerciales); así como asegurando la rentabilidad de los proyectos.
4. Analizar el mercado, competencia, la dinámica de los sectores asignados y clientes potenciales de servicios de seguridad.
5. Hacer seguimiento cuando se requiera al nivel de satisfacción de los clientes que ingresa con el fin de mantener un control y auditoría a la fidelización de los mismos, que facilite la toma de acción y mejora de la misma.
6. Realizar labores de seguimiento, mantenimiento y potencialización de cuentas actuales en cada una de las compañías; así como velar por las renovaciones de dichos contratos.

Nota. Esta tabla describe el perfil de cargo del gerente comercial. Tomado de: elaboración propia.

- **Gerencia de producción**

Tabla 7.

Perfil de cago gerente de producción

1. NOMBRE DEL CARGO		2. DEPENDENCIA
Gerente de Producción		Gerencia de Producción
3. NIVEL DE AUTORIDAD		
Jefe directo:	Gerente General	
Person al a cargo:	Auxiliar de producción, Transportador y Auxiliar de Empaque	
4. OBJETO DEL CARGO		
Responsable de prever, organizar, integrar, dirigir, controlar, y retroalimentar las operaciones de las áreas productivas garantizando el cumplimiento de los planes de producción, con un eficiente manejo de recursos y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos. También del análisis, planeación y ejecución de planes que implican nuevos proyectos de producción.		
5. LOCALIZACIÓN		
Sede de la empresa		
6. FORMACIÓN ACADÉMICA		
6.1. PROFESIONAL		
Profesional en Ingeniería Industrial o carreras afines.		
6.2. FORMACIÓN PERMANENTE O CONTINUADA		
Estudios complementarios relacionados con la Administración y Producción		
7. HABILIDADES		

- COMUNICACIÓN ORAL
- COMUNICACIÓN ESCRITA
- TRABAJO BAJO PRESIÓN
- TRABAJO EN EQUIPO
- MANEJO DE CONFLICTOS
 - ADAPTABILIDAD
- SEGUIMIENTO DE REGLAS
 - LIDERAZGO
- ATENCIÓN AL DETALLE

8. EXPERIENCIA (en cargos similares)

Dos (2) años de experiencia profesional relacionado con el cargo

9. HORARIO DE TRABAJO

De 8:00am a 5:00pm

10. FUNCIONES

1. Mantener una comunicación interdepartamental fluida, con el fin de informar sobre el desarrollo de la producción, productos y cantidades fabricadas, plantear las mejoras que tengan lugar; mejorando así la calidad de los productos, los tiempos de producción y la disminución de los costos.
2. Garantizar en colaboración con los responsables de los departamentos de Gerencia Administrativa y Comercial, que se imparta una formación inicial y continuada, adecuada al personal de Producción.
3. Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos tanto humanos como materiales y financieros acorde a las políticas, normas y tecnología de la empresa.
4. Proponer a su jefe inmediato la adquisición de nueva maquinaria a fin de mejorar la productividad, según las necesidades del departamento.
5. Programar las actividades de su departamento de acuerdo al plan de producción, a fin de optimizar las entregas de producto terminado a tiempo.
6. Presentar a la Gerencia General reportes de tiempos de producción, horas hábiles laboradas, permisos y ausentismos, que permitirán medir la realidad del rendimiento horas hombres.
7. Velar por la aplicación periódica de la evaluación de desempeño de su personal operativo, garantizado así la adecuada aplicación del adiestramiento suministrado en relación a las Normas de Buenas Prácticas de Manufactura, Higiene y Seguridad Industrial y cualquier otra información impartida a través de los programas de capacitación, y necesaria para alcanzar los niveles de calidad y productividad esperados.

*Nota. Esta tabla describe el perfil de cargo del gerente producción. Tomado de:
elaboración propia.*

- **Auxiliar administrativo y contable**

Tabla 8.

Perfil de cargo auxiliar administrativo y contable

1. NOMBRE DEL CARGO		2. DEPENDENCIA
Auxiliar administrativo y contable		Gerencia Administrativa
3. NIVEL DE AUTORIDAD		
Jefe directo:	Gerente Administrativa	
4. OBJETO DEL CARGO		
Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la compañía y verificar su adecuada contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social.		
5. LOCALIZACIÓN		
Sede de la empresa		
6. FORMACIÓN ACADÉMICA		
6.1. PROFESIONAL		

Estudiante de nivel técnico, tecnológico o en formación profesional de primeros semestres, certificados en el área de Contaduría Pública o Administración de empresas

6.2. FORMACIÓN PERMANENTE O CONTINUADA

No aplica

7. HABILIDADES

- TRABAJO EN EQUIPO
- RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS
- ORIENTACIÓN AL CLIENTE
- ÉTICA ORGANIZACIONAL
- MANEJO DE CONFLICTOS
- ADAPTABILIDAD
- CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES
- SEGUIMIENTO DE REGLAS
- LIDERAZGO
- ATENCIÓN AL DETALLE

8. EXPERIENCIA (en cargos similares)

Sin experiencia necesaria

9. HORARIO DE TRABAJO

De 8:00am a 5:00pm

10. FUNCIONES

1. Causación y registro en el programa de cada una de las facturas de proveedores para el pago.
2. Traslado de información de proveedores y cheques girados en el programa al programa contable.
3. Coordinación y control de pagos como son Nóminas, Aportes.
4. Elaboración de Declaraciones de impuestos como son: Industria Y Comercio Bogotá, Retención En La Fuente, Predial, Vehículos, Iva.
5. Expedición de certificados de retención en la fuente practicadas por la empresa
6. Elaboración de cuadros de costos de acuerdo con los parámetros y las necesidades definidas por la Gerencia General.
7. Presentar balances y estados financieros con sus respectivas notas.
 8. Realizar análisis financiero de los estados de resultados.
 9. Colaborar con la gerencia con los estados
 10. Realizar cruce de resultados Vs presupuestado.
 11. Recolección de documentos para sustentar las retenciones.
 12. Realizar flujos de caja para efectos presupuestales y bancarias
 13. Apoyo en la solicitud de créditos.
14. Suministro de información a la DIAN y atención de visitas a alcaldías y entidades gubernamentales.
15. Información al DANE, Superintendencia de Vigilancia.
16. Solicitud de resoluciones de facturación ante la DIAN y documentos ante la cámara de comercio.

17. Informes a la junta de socios.
18. Coordinar libros oficiales, inventarios y balances, libro diario, libro mayor, libro de actas y libros auxiliares.
19. Atender de manera ágil, amable y eficaz las llamadas telefónicas del conmutador.
20. Recibir la correspondencia, radicarla y entregarla, tanto interna como externa
21. Atender a todas aquellas personas que necesiten información.
22. Mantener actualizados los documentos legales de la compañía y entregar al personal que lo requiera.
23. Elaborar la nómina y liquidación de seguridad social.
24. Revisión de la contabilización de los documentos
25. Clasificar adecuadamente de acuerdo a los centros de costos existentes los documentos contables
26. Participar en la identificación de los riesgos de su área de trabajo y en la generación de acciones de mejora para su prevención
27. Administrar la papelería y elementos de uso de la compañía llevando registros en las planillas indicadas.
28. Colaboración continua en otras labores asignadas por su jefe inmediato.

Nota. Esta tabla describe el perfil de cargo auxiliar administrativo y contable. Tomado de: elaboración propia.

- **Auxiliar de Servicio al cliente y ventas**

Tabla 9.

Perfil de cago auxiliar servicio y ventas

1. NOMBRE DEL CARGO		2. DEPENDENCIA	
Auxiliar de Servicio al cliente y ventas		Gerencia Comercial	
3. NIVEL DE AUTORIDAD			
Jefe directo:	Gerente Comercial		
4. OBJETO DEL CARGO			
Se encarga de proporcionar a los usuarios información y soporte con relación a los productos o servicios de la empresa, canalizar las quejas, reclamos y sugerencias. Además, de realizar la venta de los productos y servicios.			
5. LOCALIZACIÓN			
Sede de la empresa			
6. FORMACIÓN ACADÉMICA			
6.1. PROFESIONAL			
Bachiller académico			
6.2. FORMACIÓN PERMANENTE O CONTINUADA			
No aplica			
7. HABILIDADES			

- TRABAJO BAJO PRESIÓN
- TRABAJO EN EQUIPO
- RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS
- ORIENTACIÓN AL CLIENTE
- ÉTICA ORGANIZACIONAL
- MANEJO DE CONFLICTOS
- ADAPTABILIDAD
- CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES
- SEGUIMIENTO DE REGLAS
- LIDERAZGO

8. EXPERIENCIA (en cargos similares)

Sin experiencia necesaria

9. HORARIO DE TRABAJO

Cumplimiento de ocho horas diarias contempladas de 8:00 am a 12:30 pm, y posteriormente de 1:30 pm a 4:00 pm.

10. FUNCIONES

1. Suministrar servicios de atención al cliente con relación a los bienes, servicios, horarios, tasas, regulaciones, políticas, entre otro tipo de información de interés:
2. Responder las inquietudes, preguntas, reclamos o solicitudes de los clientes en persona, vía telefónica, por correo electrónico o mediante un chat en vivo.

3. Investigar y solventar los reclamos acerca de los bienes y servicios
4. Lidar con la devolución de productos y procesar el reintegro del pago, cambio del producto o asignación de crédito.
5. Tomar, cambiar o cancelar las órdenes de bienes y servicios de los clientes.
6. Recibir pagos por concepto de productos y servicios.
7. Recibir solicitudes de crédito y empleo y remitirse al área encargada.
8. Ofrecer los bienes y servicios del establecimiento a los clientes.
9. Brindar detalles acerca de los servicios ofrecidos y sus precios.
10. Mantener a los clientes informados acerca de sus reclamos o sobre sus cuentas.
11. Realizar cambios o actualizar las cuentas de los clientes.

Nota. Esta tabla describe el perfil de cargo auxiliar servicio y ventas. Tomado de: elaboración propia.

- **Auxiliar de producción**

Tabla 10.

Perfil del cargo auxiliar de producción

1. NOMBRE DEL CARGO		2. DEPENDENCIA	
Auxiliar de Producción		Gerencia de Producción	
3. NIVEL DE AUTORIDAD			
Jefe directo:	Gerente de Producción		
4. OBJETO DEL CARGO			

Ayuda y asistencia en tareas de coordinación, preparación, supervisión, ejecución, planeación y control necesarias para la producción de programas bajo la supervisión del productor.

5. LOCALIZACIÓN

Sede de la empresa

6. FORMACIÓN ACADÉMICA

6.1. PROFESIONAL

Bachiller académico

6.2. FORMACIÓN PERMANENTE O CONTINUADA

No aplica

7. HABILIDADES

- COMUNICACIÓN ORAL
- COMUNICACIÓN ESCRITA
- TRABAJO BAJO PRESIÓN
- TRABAJO EN EQUIPO
- ADAPTABILIDAD
- CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES
- SEGUIMIENTO DE REGLAS
- LIDERAZGO

8. EXPERIENCIA (en cargos similares)

Un (1) año de experiencia como auxiliar de producción
9. HORARIO DE TRABAJO
De 8:00 am a 5:00pm
10. FUNCIONES
1. Supervisar los planes de producción diarios, semanales y mensuales 2. Escrutinio en la calidad de productos terminados. 3. Ajustes en la línea de producción para cumplir con las metas diarias. 4. Supervisión de mantenimiento preventivo y reparación de máquinas y herramientas 5. Supervisar calidad de la materia prima y componentes que ingresan y su correcta manipulación. 6. Generar órdenes de producción 7. Revisar y actualizar listas de materiales de los productos 8. Promover las medidas de seguridad 9. Promover los incentivos de producción a los empleados 10. Elaborar los reportes de funciones e incidencias 11. Supervisar el desperdicio de la materia prima de la producción 12. Generar y actualizar reportes de producción 13. Toma de tiempos de actividades 14. Balanceo de líneas

Nota. Esta tabla describe el perfil de cargo auxiliar de producción. Tomado de: elaboración propia.

- **Transportador**

Tabla 11.*Perfil de cargo transportador*

1. NOMBRE DEL CARGO		2. DEPENDENCIA	
Transportador		Gerencia de Producción	
3. NIVEL DE AUTORIDAD			
Jefe directo:		Gerente de Producción	
Personal a cargo:		No aplica	
4. OBJETO DEL CARGO			
Transporte de la mercancía			
5. LOCALIZACIÓN			
Sede de la empresa			
6. FORMACIÓN ACADÉMICA			
6.1. PROFESIONAL			
No requiere estudios. Licencia para conducir			
6.2. FORMACIÓN PERMANENTE O CONTINUADA			
No aplica			
7. HABILIDADES			

- COMUNICACIÓN ORAL
- COMUNICACIÓN ESCRITA
- TRABAJO BAJO PRESIÓN
- ÉTICA ORGANIZACIONAL
- MANEJO DE CONFLICTOS
- CUMPLIMIENTO DE FUNCIONES
- SEGUIMIENTO DE REGLAS
- ATENCIÓN AL DETALLE

8. EXPERIENCIA (en cargos similares)

Experiencia en transporte de mercancía

9. HORARIO DE TRABAJO

De 8:00am a 5:00pm

10. FUNCIONES

1. Mantener el aseo del medio de transporte
2. Velar por el transporte seguro de la mercancía
3. Brindar una atención adecuada al cliente
4. Llevar un control adecuado de los pedidos
5. Registrar la recogida y entrega de mercancía
6. Informar cualquier anomalía o novedad en la operación

Nota. Esta tabla describe el perfil de cargo transportador. Tomado de: elaboración propia.

7.3.Requisitos legales

7.3.1. Tipo de sociedad

- **Por su naturaleza jurídica (Constitución y Legalización):** Seremos una empresa de derecho o regulares
- **Por su objeto o finalidad:** Seremos una empresa con ánimo de lucro
- **Por su sector y actividad económica:** Haremos parte del sector terciario
- **Por la procedencia de capital:** Seremos una empresa privada
- **Según su tamaño:** Seremos una microempresa
- **Por el número de propietarios:** Seremos una empresa Sociedad
- **Tipo de sociedad empresa de carácter S.A.S:** Seremos una empresa S.A.S.

Cumpliendo así con las siguientes características:

- Constitución con una o varias personas.
- El pago de las acciones no podrá exceder de 2 años
- Responsabilidad hasta el monto de los aportes
- La razón Social se forma con el nombre que caracteriza a la empresa seguido de la expresión S.A.S.

7.3.2. Constitución y legalización de la empresa

Nuestra empresa estará constituida como una empresa, en marco el cumplimiento de todas las normativas.

7.3.2.1.Trámites comerciales

- Certificado de homonimia

- Elaboración de la minuta (Según el Tipo de Sociedad)
- Trámite ante la notaría
- Documento privado (según el tipo de Sociedad)
- Registro único empresarial y social - R.U.E.S
- Registro de libros de comercio

7.3.2.2.Trámites tributarios

- Inscripción RUT
- Solicitar el NIT ante la administración de impuestos nacionales
- Para empresas ubicadas en Bogotá inscripción del RIT
- Solicitar resolución de numeración ante la DIAN

7.3.2.3. Trámites de funcionamiento

- Concepto de uso del suelo
- Concepto técnico de bomberos
- Concepto sanitario
- Habilitación
- Permisos ambientales
- Preservación del medio ambiente visual
- Preservación del aire
- Depósito de residuos
- Sayco y Acinpro.
- Patentes registros, depósitos y protecciones de la propiedad industrial

7.3.2.4.Trámites de orden laboral

Cómo es natural la empresa va a funcionar con trabajadores a su cargo, por lo cual es necesario:

- Elaborar y suscribir contratos de trabajo
- Cumplir con las prestaciones sociales a cargo exclusivo de los

empleadores:

- Prima de servicios
- Calzado y vestido de labor
- Auxilio de cesantía
- Intereses sobre cesantías
- Vacaciones
- Auxilio de transporte
- Inscribirse ante la Administración de Riesgos Laborales
- Afiliar a los trabajadores al Sistema de Seguridad Social y de Pensiones antes Entidades Promotoras de Salud (EPS) y Fondo de Pensiones.
- Afiliar a los trabajadores a los Fondos de Cesantías
- Inscribirse en una caja de Compensación Familiar
- Elaborar un programa de seguridad industrial, de salud ocupacional y un reglamento de higiene para la empresa

7.3.2.5. Costos legales de constitución

Los costos legales de constituciones que vamos a asumir como empresa serán los siguientes:

Tabla 12

Costos legales de constitución

Trámites comerciales	
Certificado de homonimia	\$ -
Elaboración de la minuta (Según el Tipo de Sociedad)	\$ -
Trámite ante la notaría	2,5 por mil
Registro único empresarial y social - R.U.E.S	\$ 4.000
Registro de libros de comercio	\$ 10.300
Trámites tributarios	
Inscripción RUT	\$ 13.700
Solicitar el NIT ante la administración de impuestos nacionales	\$ 31.000
Para empresas ubicadas en bogotá inscripción del RIT	0
Solicitar resolución de numeración ante la DIAN	0
Trámites de funcionamiento	
Concepto de uso del suelo	\$ 9.600,00
Concepto técnico de bomberos	\$ 55.300,00
Curso de manipulación de alimentos	\$ 16.900
Concepto sanitario	\$ -
Sayco y Acinpro	\$ 199.000
Patentes registros, depósitos y protecciones de la propiedad industrial	\$ 540.000
Registro del nombre de la empresa	\$ 977.500
Trámites de orden laboral	
Inscribirse ante la Administración de Riesgos Laborales	0.522%
Afiliar a los trabajadores al Sistema de Seguridad Social y de Pensiones ante las Entidades Promotoras de Salud (EPS) y Fondo de Pensiones.	8,5%-12%
Afiliar a los trabajadores a los Fondos de Cesantías	8,33%
Inscribirse en una caja de Compensación Familiar	4%

Nota. La ilustración representa los costos legales que debemos de asumir como empresa para su legal constitución y funcionamiento. Tomado de: elaboración propia.

7.4.Evaluación económica

La evaluación económica esta descrita en el flujo de caja anualizado, ya que en este flujo podemos observar con más detenimiento la conclusión que tenemos para nuestro proyecto.

7.5.Incidencias sociales

- Los efectos que produce el proyecto son positivos a nivel social, es una manera de generar empleo, pues se necesita personal para poder cumplir con todos los procesos de una manera eficiente.
- La empresa trae a la comunidad, un cambio de perspectiva y una generación de conciencia en la que las personas aumentan su seguridad y saben cómo actuar. Este cambio se extiende a sus conductas y forma de percibir el entorno y a generar tendencias de seguridad y apoyo a los microempresarios.
- Nuestro propósito como empresa es que las personas por sí mismas, estén en la capacidad de saber que son parte de la solución y que pueden involucrarse de manera directa en el proceso de crear un ambiente de seguridad.
- El equilibrio social lo logramos por medio de la igualdad entre los mismos, y primeramente entender nosotros la importancia del impacto que estamos generando, para posteriormente transmitir esta cultura.

7.6.Incidencias ambientales

Los impactos ambientales se refieren a cualquier cambio en el medio ambiente, bien sea adverso o beneficioso, como resultado total o parcial de los aspectos ambientales de la empresa.

Tabla 13

Impactos e Incidencias ambientales.

COMPONENTE AMBIENTAL	Identificación Impacto Ambiental		Propuesta Mitigación	
			Estrategia	Política
	Aire	Contaminación por emisión de gases (vapores)	Cumplir normas técnicas	Revisar periódicamente equipos
		Contaminación por material articulado	Barrera fitosanitaria	Respetar protocolos
		Generación de olores desagradables	Cumplir normas técnicas, limpieza periódica	Revisar periódicamente equipos, controles estrictos de limpieza

		Incrementos de presión sonora	Monitorear los dB	Monitorear niveles de ruido
	Agu a	Contacto con agua contaminada en limpieza de equipos	Trampa de grasas	Revisar periódicamente equipos
		Contacto con productos químicos	Trampa de grasas	Revisar periódicamente equipos
		Gasto de agua	Inspeccionar diariamente el sistema	Revisar periódicamente equipos
		Contaminación del agua	Sistema de tratamiento de aguas residuales	Revisar constantemente equipos

	Suelo	Desertificación, alteración del suelo	Compensación de flora	Resarcir desgastes ambientales
	Flora y Fauna	Contaminación de flora	Cumplir normas técnicas	Revisar periódicamente normas
		Muerte de fauna	Caracterización de la fauna del lugar	Manejar datos de proceso
		Desplazamiento de fauna	Caracterización de la fauna del lugar	Manejar datos de proceso

Nota. La tabla representa cada una de las incidencias ambientales que tendrá la empresa. Tomado de: elaboración propia.

7.7. Gastos administrativos

Los gastos administrativos serán los siguientes:

Ilustración 9.

Gastos de administración

SISTEMA ANTIHURTO (E.A.S)								
PRESUPUESTO ANUAL GASTOS DE ADMINISTRACION								
PRIMER SEMESTRE		PRIMER SEMESTRE	PRIMER SEMESTRE	PRIMER SEMESTRE	PRIMER SEMESTRE	PRIMER SEMESTRE	PRIMER SEMESTRE	2.022
ITEM	CONCEPTO / MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL SEM
	ARRENDAMIENTOS	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 8.400.000
	SERVICIOS PUBLICOS	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 3.600.000
	DEPRECIACION MUEBLES Y EQUIPOS	\$ 242.561	\$ 242.561	\$ 242.561	\$ 242.561	\$ 242.561	\$ 242.561	\$ 1.455.363
	VALOR SEGUROS DE OPERACIÓN	\$ 51.169	\$ 51.169	\$ 51.169	\$ 51.169	\$ 51.169	\$ 51.169	\$ 307.012
	IMPUESTOS ADMINISTRACION	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	MANTENIMIENTO MUEB. Y EQUIPOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	AMORTIZACION DE DIFERIDOS	\$ 479.197	\$ 479.197	\$ 479.197	\$ 479.197	\$ 479.197	\$ 479.197	\$ 2.875.183
	OTROS CARGOS POR GASTOS	\$ 115.000	\$ 115.000	\$ 115.000	\$ 115.000	\$ 115.000	\$ 115.000	\$ 690.000
	TOTALES	\$ 2.887.926	\$ 2.887.926	\$ 2.887.926	\$ 2.887.926	\$ 2.887.926	\$ 2.887.926	\$ 17.327.559
SEGUNDO SEMESTRE		SEGUNDO SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	SEGUNDO SEMESTRE	2022
ITEM	CONCEPTO / MES	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMB	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO
	ARRENDAMIENTOS	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 16.800.000
	SERVICIOS PUBLICOS	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 7.200.000
	DEPRECIACION MUEBLES Y EQUIPOS	\$ 242.561	\$ 242.561	\$ 242.561	\$ 242.561	\$ 242.561	\$ 242.561	\$ 2.910.726
	VALOR SEGUROS DE OPERACIÓN	\$ 51.169	\$ 51.169	\$ 51.169	\$ 51.169	\$ 51.169	\$ 51.169	\$ 614.025
	IMPUESTOS ADMINISTRACION	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	MANTENIMIENTO MUEB. Y EQUIPOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	AMORTIZACION DE DIFERIDOS	\$ 479.197	\$ 479.197	\$ 479.197	\$ 479.197	\$ 479.197	\$ 479.197	\$ 5.750.367
	OTROS CARGOS POR GASTOS	\$ 115.000	\$ 115.000	\$ 115.000	\$ 115.000	\$ 115.000	\$ 115.000	\$ 1.380.000
	TOTALES	\$ 2.887.926	\$ 2.887.926	\$ 2.887.926	\$ 2.887.926	\$ 2.887.926	\$ 2.887.926	\$ 34.655.118

Nota. La ilustración representa la proyección de gestos que vamos a tener que asumir en la parte administrativa. Tomado de: elaboración propia.

7.8. Metodologías de motivación

Buscamos incentivar el sentido de pertenencia en cada uno de nuestros colaboradores, por ende, la motivación va a ser uno de los factores más importantes que vamos a desarrollar a través de dos metodologías, la primera es desarrollar una motivación extrínseca en donde los salarios sean justos y se busque que cada uno de los cargos tengan una carga de acuerdo a su salario, a sus funciones y a su capacidad. Además, que se buscara dar diferentes bonificaciones primas extralegales a medida que la compañía vaya creciendo y la siguiente metodología se van a dar en una motivación intrínseca en donde se busca motivar a los colaboradores a estudiar a crecer como personas y están los apoyando en un proceso de crecimiento personal y profesional de manera continua.

7.9. Mecanismos de liderazgo

Buscamos ser líderes transaccionales los cuales vayan en pro de la solución de cada uno de los inconvenientes que se presenten de manera proactiva, generar un acompañamiento adecuado a cada uno de los colaboradores para que se desarrolle tanto de manera personal como profesional e incentivar así su sentido de pertenencia con la compañía a través de diferentes mecanismos de incentivos.

7.10. Indicadores de gestión

Vamos a aplicar los siguientes indicadores de gestión:

- Nivel de satisfacción del cliente
- Calificación de la calidad de los servicios
- Índice de retención de personal
- Quejas y sugerencias de los clientes

- Rendimiento de costos

8. Estudio financiero

8.1.Presupuestos

Desarrollado en el Excel adjunto

8.2.Flujo de caja

Desarrollado en el Excel adjunto

8.3.Estados financieros

Desarrollado en el Excel adjunto

8.4.Indicadores de evaluación financiera

Desarrollado en el Excel adjunto

9. Conclusiones

- El proyecto es factible económicamente ya que la inversión se recupera en el primer año, y las ganancias en pesos de hoy ascienden a \$ 85.581.789, y con una tasa interna de retorno de 140%.
- En el estudio de mercado se evidencia, que existe varios sectores de comercio y supermercados en general, que tienen la necesidad de buscar y contratar utensilios de seguridad, para sus productos.
- A nivel de impuestos se contribuirá al desarrollo económico dentro del territorio nacional y a la actividad, y generando impactos positivos.
- Desde el punto de bienestar social, se pretende que los empresarios y dueños de los negocios estén más tranquilos y confiables, con la protección de sus productos reduciendo sobre costos en sus operaciones.

10. Bibliografía

Taltix, 2020. ¿Cómo elegir antenas antirrobo según el tipo de tienda?

Tomado de: <https://www.taltix.com/como-elegir-antenas-antirrobo-segun-el-tipo-de-tienda/#:~:text=Las%20antenas%20antirrobo%20para%20dispositivos,en%20las%20grandes%20industrias%20minoristas>.

Taltix, s.f. Sensores antirrobo para tiendas. Tomado

de: <https://www.taltix.com/sensores-antirrobo-para-tiendas/>

Alvarez, J, 2019. EAS: pasado, presente y futuro. Tomado de:

<https://cuadernosdeseguridad.com/2019/10/eas-proteccion-robo/>