

PLAN DE NEGOCIO EMPRESA STARPUBLIC.



STAR PUBLIC
DISEÑO E IMPRESIÓN

PLAN DE NEGOCIO EMPRESA STARPUBLIC.

JESUS FERNANDO GUANARE PALENCIA.

TRABAJO DE GRADO MODALIDAD PLAN DE NEGOCIOS.

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES.
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
AÑO 2019.

PLAN DE NEGOCIO EMPRESA STARPUBLIC.

TRABAJO DE GRADO MODALIDAD PLAN DE NEGOCIOS.

ASESOR: AGDA ZULUAGA ALDANA.

DRA. CIENCIAS GERENCIALES.

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES.
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
AÑO 2019.

TABLA DE CONTENIDO.

CAPÍTULO 1.DATOS GENERALES.....7.

¿Quién es el protagonista?8.

1. Describa el perfil de su cliente, junto a su localización. Justifique las razones de su elección.....8.

2. ¿Cuáles son las necesidades que usted espera satisfacer de sus potenciales clientes /consumidores?10.

CAPÍTULO 2. ¿EXISTE OPORTUNIDAD EN EL MERCADO?.....11.

3. ¿Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio?11.

4. Realice un análisis de la competencia, alrededor de los criterios* más relevantes para su negocio.11.

CAPÍTULO 3. ¿CUÁL ES MI SOLUCIÓN?.....13.

5. Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta 2.....13.

6. ¿Cómo validó la aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados)?13.

7. Describa el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha de su proyecto, en los aspectos: técnico - productivo, comercial y legal.....14.

8. Elabore la ficha técnica para cada uno de los productos (bienes o servicios) que componen su portafolio.14.

CAPÍTULO 4. ¿CÓMO DESARROLLO MI SOLUCIÓN?.....17.

9. ¿Cómo obtendrá ingresos? Describa la estrategia de generación de ingresos para su proyecto.17.

10. Describa las condiciones comerciales que aplican para el portafolio de sus productos.18.

11. Realice la proyección de cantidades y precios de venta (mensual). Justifique los resultados y señale la forma de pago.19.

12. Describa la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido anteriormente: Identificación de la norma, procesos, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad.	20.
13. Describa las condiciones técnicas más importantes que se requieren para la operación del negocio.	22.
14. Defina los requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos.	22.
14.1. ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI/ NO, justificación).	23.
14.2. Identifique los requerimientos de inversión.	23.
14.3. Detalle las condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios.	24.
14.4. ¿Para la adquisición de algún activo, se tiene contemplado realizar importación? (SI/ NO, justificación).	25.
14.4.1. Detalle los activos, países proveedores y tiempos estimados.	25.
14.4.2. En caso de presentarse incremento en el valor del activo por factores como: tasa de cambio, reformas tributarias etc., ¿cómo financiará éste mayor valor?	25.
15. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?	26.
16. ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa? (cantidad de bien o servicio por unidad de tiempo).	26.
17. Equipo de trabajo.	27.
17.1. ¿Cuál es el perfil del emprendedor, el rol que tendría dentro de la empresa y su dedicación?	27.
17.2. ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación (primer año)?.....	28.
CAPÍTULO 5. ¿CUÁL ES EL FUTURO DE MI NEGOCIO?	31.
18. ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas, y cuál es su presupuesto?	31.

19. ¿Cuál es el período de arranque del proyecto (meses)?	32.
20. ¿Cuál es el período improductivo (meses) que exige el primer ciclo de producción?	32.
21. Proyección de ingresos.	33.
22. Proyección de costos.	33.
23. Proyección de gastos.	33.
24. Inversiones.	33.
25. Capital de trabajo.	33.
26. Resumen fuentes de financiación.	33.
CAPÍTULO 6. ¿QUÉ RIESGOS ENFRENTO?.....	34
27. Riesgos.	34.
¿Qué factores externos son críticos para la ejecución del negocio? Indique el nombre y su rol.	34.
¿Qué factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos? en la ejecución.	34.
CAPÍTULO 7.RESUMEN EJECUTIVO.....	35.
Nombre	
Emprendedor.....	35.
<input type="checkbox"/> Perfil emprendedor.....	35.
<input type="checkbox"/> Concepto del negocio.....	35.
<input type="checkbox"/> Metas.....	35.
Plan operativo.	
.....	36.
Anexos.....	37.

CAPITULO 1. DATOS GENERALES.

¿En dónde se localizará la empresa (Ciudad donde se ubicará la sede principal de la empresa)?

La empresa STARPUBLIC va a estar ubicada en la ciudad de Arauca.
En la dirección calle 3 # 26-99. Barrio "la granja".

¿En qué sector se encuentra clasificado el proyecto a desarrollar?

(Lista desplegable: Sectores según código CIIU – 4 dígitos)

El código CIIU es 7310. Actividades profesionales, científicas y técnicas.

¿QUIÉN ES EL PROTAGONISTA?

1. Describa el perfil de su cliente, junto a su localización. Justifique las razones de su elección:

<ul style="list-style-type: none">• Nombre Cliente: Ferretería CONSTRUORIENTE la 16.
<ul style="list-style-type: none">• Perfil: Suministros de materiales para la construcción y el campo.
<ul style="list-style-type: none">• Localización: Carrera. 26 #03-06, Arauca.
<ul style="list-style-type: none">• Justificación: El dueño de la ferretería nos hace llegar una carta de intención para establecer vínculos comerciales y desea saber cuánto le cuesta la adquisición de material publicitario impreso para sus productos y también de packing para dimensiones de entre 5 y 30 cm, 50 unidades mensuales y entre 50 cm y 3m 10 unidades mensuales.

<ul style="list-style-type: none">• Nombre Cliente: Empresa De Aseo De Arauca EMAAR S.A
<ul style="list-style-type: none">• Perfil: Empresa de servicios públicos esp. (Aseo)
<ul style="list-style-type: none">• Localización: Carrera 14 # 17- 50 Barrio. Américas.
<ul style="list-style-type: none">• Justificación: La empresa mediante una solicitud manifiesta la intención de firmar un contrato por una cuantía total de \$10.000.000 mensuales con STARPUBLIC para la adquisición de material publicitario impreso.

<ul style="list-style-type: none">• Nombre Cliente: Empresa de energía de Arauca. ENELAR ESP.
<ul style="list-style-type: none">• Perfil: Empresa de servicios públicos (energía).
<ul style="list-style-type: none">• Localización: Tiene su sede principal en la CR 22 #22-46.
<ul style="list-style-type: none">• Justificación: La empresa de energía de Arauca ENELAR ESP, mediante una carta manifiesta la intención de adquirir \$. 5.000.000 mensuales en material publicitario impreso.

<ul style="list-style-type: none"> Nombre Cliente: Hospital San Vicente De Arauca E.S.E
<ul style="list-style-type: none"> Perfil: Empresa social de estado.
<ul style="list-style-type: none"> Localización: Carrera. 16 #14-26, Arauca
<ul style="list-style-type: none"> Justificación: La empresa mediante una solicitud manifiesta la intención de firmar un contrato por una cuantía total de \$50.000.000 mensuales con STARPUBLIC para la adquisición de material publicitario impreso.

<ul style="list-style-type: none"> Nombre Cliente: COLDESARROLLO Ltda.
<ul style="list-style-type: none"> Perfil: Actividades inmobiliarias.
<ul style="list-style-type: none"> Localización: Carrera. 26 # 18-34.Arauca
<ul style="list-style-type: none"> Justificación: La empresa es un consumidor de material impreso para efectos y consecuencias de su razón social por un valor aproximado de 60.000.000 mensuales; mediante una reunión que tuvo lugar el día 8 de septiembre con su gerente y representante legal se evidencia la necesidad que tienen en la disminución del tiempo de entrega de sus pedidos y de una mejor calidad en las impresiones gráficas, en este sentido ellos manifiestan el interés de su parte en contratar con STARPUBLIC a partir del mes abril del año 2020, tal y como consta en un acta de la reunión firmada por ambas partes.

2. ¿Cuáles son las necesidades que usted espera satisfacer de sus potenciales clientes / consumidores?

Clientes/Consumidores empresariales:

Calidad en impresión

- Calidad en impresión grafica utilizando tecnología de punta. Equipo Rho 312R.

Diseño

- Alternativas de diseño a través de softwares para los procesos de diseño. Adobe Illustrator, Corel Draw y Adobe Photoshop, en sus últimas versiones.

Cumplimiento en la entrega del servicio.

CAPITULO 2. ¿EXISTE OPORTUNIDAD EN EL MERCADO?

3. ¿Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio?

El sector de la comunicación gráfica tiene una tendencia de crecimiento positiva desde el año 2014, manteniendo un crecimiento promedio de 7,3%, lo cual representa 11.891 millones de pesos en producción bruta para el año 2017. Esto muestra una participación del 4.9% en la industria manufacturera y una contribución del 1.4% al producto interno bruto nacional. Además los ingresos operacionales del sector de la comunicación gráfica fueron al año 2018 de 9.485.653.433 con ganancias por 334.145.958. Esto representa un margen de utilidad del 3,5%. Observar anexos imagen 12--- 13 y 14.

4. Realice un análisis de la competencia, alrededor de los criterios* más relevantes para su negocio:

Nota: * Seleccione de las siguientes opciones de criterios, aquellos para los cuales se identifica como alto nivel de criticidad para la validación de la competencia.

Competencia				
Descripción	Competidor 1. FIBRALLAN O.	Competidor 2	Competidor 3	Competidor n
Localización	Arauca-Arauca Colombia. Calle 14a 367.			
Ubicación	Presenta desventaja porque el sitio de ubicación está muy distante de los clientes.			
Productos y servicios (atributos)	Maneja más de 30 tipos de servicios publicitarios, el servicio que mejor prestan es el de impresiones en superficies			

	planas y con relieve.			
Precios	Al ser los únicos de la región, esta empresa tiene libertad para establecer los precios de los servicios.			
Logística de distribución	Presentan la opción de recoger en el punto de la oficina o de entregar a domicilio las impresiones.			
Otros, ¿cuál? _____	Ninguno.			

CAPITULO 3. ¿CUÁL ES MI SOLUCIÓN?

5. Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta 2:

Concepto del negocio	
Componente innovador o factor diferencial:	
Variable	Descripción de la innovación
Concepto del negocio	El diseño e impresión de material publicitario a través del uso de tecnología de punta.
Producto o servicio	SERVICIO: Diseño e impresión de material publicitario con tecnología de punta. PRODUCTO: Material publicitario.
Proceso	Atendiendo a la solicitud del cliente se procede al diseño publicitario y a la impresión del material publicitario.

6. ¿Cómo validó la aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados).

Mediante una investigación de mercado se conoció la necesidad que tiene el sector empresarial en el municipio de Arauca con relación a este tipo de servicios, también se tienen cartas de intención de las empresas que validan la necesidad del servicio y Apoyado en el modelo CANVAS se realizó la validación temprana. Ver anexos imagen 11.

7. Describa el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha de su proyecto, en los aspectos: técnico - productivo, comercial y legal.

Aspecto	Avance
Técnico-productivo	Se hizo un estudio técnico que arrojo información necesaria para conocer cuáles son la materia prima, los perfiles de la mano de obra, el tiempo estimado en los procesos y los recursos económicos. Además se cuenta con información sobre la localización, las vías de acceso, un mapa de procesos y la distribución de planta.
Comercial	A través del estudio de mercado se conoció la competencia, la ubicación de la competencia, el mercado al cual me voy a dirigir y se conoció cuáles son las necesidades de cada uno de los clientes.
Legal	Se realizó un estudio legal y se conoció las normas que regulan la actividad económica, la constitución de la empresa, la creación de la marca y las normativas laborales, ambientales y comerciales.

8. Elabore la ficha técnica para cada uno de los productos (bienes o servicios) que componen su portafolio:

Ítem		Descripción
Producto específico :	Vallas publicitarias	La valla publicitaria es un soporte plano sobre el que se fijan anuncios o carteles que contienen mensajes breves con la finalidad de captar la atención de los usuarios. Se colocan en diversos emplazamientos: en instalaciones deportivas, en centros educativos, en medios de transporte y en la vía pública
Nombre comercial:	Paneles publicitarios	El Panel publicitario es un soporte plano sobre el que se fijan anuncios o carteles que contienen mensajes breves con la finalidad de captar la atención de los usuarios. Se colocan en diversos emplazamientos: en instalaciones deportivas, en centros educativos, en medios de transporte y en la vía pública
Unidad de medida:	Unidad de medida a través de la cual se comercializará el bien o servicio a ofrecer (Ej: kilogramo, toneladas, paquete de 12 unidades, Horas de consultoría, etc.)	Metros para medida. M

Descripción general:	Descripción de las características técnicas del bien o servicio:	<p>Los diseños serán impresos en diferentes materiales como Lona FRONT, Lona BACKILNGHT, Banner. A la maquina se le vierte las tintas especiales y se programa el diseño con el cual se desea entregar. Su composición en este caso es de los siguientes materiales: Lona FRONT, Lona BACKILNGHT, BANNER</p> <p>Estos materiales tienen las siguientes características: Anticorrosivo. Regenerativo. Amigable al medio ambiente. Fácil de almacenar. Resistente al calor a la humedad, y con un ciclo de vida de 5 a 10 años. Compatibles con la maquinaria y los vinilos.</p> <p>Por otro lado están las tintas que son de múltiples colores, son altamente sensibles al calor y vienen en envases pequeños de 10 a 15 centímetros y son altamente costosos.</p>
Condiciones especiales	Describa las advertencias o condiciones especiales de almacenamiento o uso del producto / servicio	<p>Todas las vallas publicitarias esta diseñadas para soportar diferentes situaciones climáticas, por ende su utilización y su ciclo de vida es extenso. Esto quiere decir que este tipo de productos no genera ningún daño ambiental y tampoco daños a la salud de las personas que entran en contacto con su superficie. Sin embargo tanto las tintas de impresión como la lona en la que se imprime son inflamables y debe conservarse en lugares frescos y secos lejos de cualquier producto que genere más de 40 grados de calor.</p>

Ítem		Descripción
Composición (si aplica)	Descripción de la composición del producto	<p>Tintas: son una fina dispersión de pigmentos o derivados de colorantes en un medio líquido de viscosidad variable llamado vehículo o ligante (comúnmente barniz). Su estructura y composición están condicionadas a los elementos siguientes: sistema de impresión – forma de impresión – tipo de máquina de impresión – soporte de impresión – requisitos estáticos – resistencias solicitadas de cualquier tipo en cualquier posición del impreso en función del uso al cual será destinado: mecánica, física, química.</p> <p>Lona: Una lona impermeable es un gran trozo de material resistente, flexible, y resistente al agua o impermeable, a menudo una tela tal como un lienzo o poliéster recubierta de poliuretano, o fabricada de materiales plásticos tales como polietileno.</p>
Otros	¿Cuál?	<p>Para la prestación del servicio se tendrán en cuenta las siguientes dimensiones. En los tres tipos de materiales. Lona FRONT, Lona BACKILNGHT, BANNER.</p> <p>3M 5M 15M 20M 35M.</p> <p>Las impresiones en los materiales van de acuerdo al pedido del cliente.</p>

CAPITULO 4. ¿CÓMO DESARROLLO MI SOLUCIÓN?

9. ¿Cómo obtendrá ingresos? Describa la estrategia de generación de ingresos para su proyecto.

De qué forma vas a generar ingresos:

- Venta del servicio de diseño de paneles publicitarios.
- Impresión de paneles publicitarios.
- Instalación de los paneles publicitarios.

Producción

Por pedidos y por proyecto.

Estrategias de mercado.

- ✓ Plan de medios. que informe sobre el servicio que ofrece la empresa.
- ✓ Establecer contratos con el segmento empresarial.
- ✓ Apoyo a eventos sociales.

10. Describa las condiciones comerciales que aplican para el portafolio de sus productos:

Ciente	
¿Cuáles son los volúmenes y su frecuencia de compra?	<p>Volúmenes de compra: se mantiene un volumen constante de aproximadamente 7 vallas publicitarias por empresa lo cual representa 300.000.000 en inversión para diseño e impresión por cada una de ellas.</p> <p>Frecuencia de compra: mensual.</p>
¿Qué características se exigen para la compra (Ej: calidades, presentación - empaque)?	Calidad-----innovación en el diseño----- formas de pagos confiables y sobre todo entrega justo a tiempo.
Sitio de compra	El cliente puede adquirir nuestros servicios de impresión acudiendo directamente a nuestro local comercial calle 3 # 26-99 barrio la granja en Arauca o a través de las diferentes redes sociales que maneja la empresa para satisfacer su necesidad. STARPUBLIC. Facebook. www.starpublic.com .
Forma de pago	<ul style="list-style-type: none"> -Efectivo. A crédito. -Tarjeta de crédito. Débito. -PayPal. -otras.
Precio	<p>Los precios que se manejan actualmente en el mercado son de acuerdo al tamaño que desee el cliente. Porque de esta manera se puede determinar el tiempo del diseño y la cantidad de material de impresión. Para las dimensiones comerciales de las impresiones 3M, 5M, 15M, 20M, 35M. están los siguientes precios, los cuales son sacados de un estado de costos para determinar los precios de ventas:</p> <p>1.500.000—2.000.000—10.000.000—15.000.000 y 25.000.000 respectivamente.</p>

Requisitos post-venta	Garantía. Asesoría especializada. Distribución de impresiones.
Garantías	2 años.
Margen de comercialización	20%.

11. Realice la proyección de cantidades y precios de venta (mensual). Justifique los resultados y señale la forma de pago:

- Proyección cantidades: mirar anexos imagen 15.
- Proyección precios de venta: mirar anexos imagen 15.
- Forma de pago (contado / crédito)*:

Al contado		A crédito	
Por volúmenes.	Por unidades.	Por volúmenes.	Por unidades
Siempre las ventas realizadas por volúmenes se hacen al contado.	Cuando el cliente manifiesta la intención de pagar al contado.		Si el tiempo de entrega supera las 24 horas se puede realizar a crédito.
	Cuando la entrega de las impresiones no supera las 24 horas.		Siempre que se supere los 10.000.000 de pesos en compra del servicio, se puede realizar a crédito.

- Justificación: se tuvo en cuenta debido a lo que arrojó el modelo financiero.

12. Describa la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido anteriormente: Identificación de la norma, procesos, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad.

- Normatividad empresarial (constitución empresa).
- Normatividad tributaria.
- Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos).
- Normatividad laboral.
- Normatividad ambiental.
- Registro de marca – Propiedad intelectual.

- Normatividad empresarial (constitución empresa).**
 La empresa STARPUBLIC S.A.S estará regida por las especificaciones constituida bajo la normatividad de la ley 905 del 2014. Por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
Ley 590 de 2000
Artículo 1º. estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de las mayores cantidades de micro, pequeñas y medianas Empresas, mi pymes.
Artículo 3º. créase el sistema nacional de mipymes, conformado por los consejos superior de pequeña y mediana empresa, el consejo superior de microempresa y los consejos regionales. El sistema nacional de apoyo a las mipymes estará integrado por el ministerio de comercio, industria y turismo, ministerio de protección social, ministerio de agricultura, departamento nacional de planeación, Sena, Colciencias, bancoldex, fondo nacional de garantías y finagro, el cual coordinará las actividades y programas que desarrollen las mipymes.
- Normatividad tributaria**
Artículo 34. préstamos e inversiones destinados a las mipymes. Para efecto de lo establecido en el artículo 6º de la ley 35 de 1993, cuando el gobierno nacional verifique que existen fallas del mercado u obstáculos para la democratización del crédito, que afecten a las micro, pequeñas y medianas empresas, en coordinación con la junta directiva del banco de la república determinará de manera temporal la cuantía o proporción mínima de los recursos o líneas de crédito, que, en la forma de préstamos o inversiones, deberán destinar los establecimientos que realicen actividades de otorgamiento de créditos al sector de las micro, pequeñas y medianas empresas.
Artículo 40. condiciones especiales de crédito a empresas generadoras de empleo. El fondo nacional de garantías s. a. podrá otorgar condiciones especiales de garantía a empresas especialmente generadoras de empleo, por un setenta por ciento (70%) del valor del crédito requerido para el emprendimiento, de conformidad con el reglamento que expida el gobierno nacional, el cual se debe llevar a cabo dentro de los seis (6) meses siguientes a la sanción de la presente ley.
- Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos)**
Artículo 12. concurrencia de las mipymes a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del estado. Con el fin de promover la concurrencia de las micro, pequeñas y medianas empresas a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del estado.
Artículo 14. promoción. las entidades públicas del orden nacional y regional competentes, los departamentos, municipios y distritos promoverán coordinadamente, la organización de ferias locales y nacionales, la conformación de centros de exhibición e información permanentes, y otras actividades similares para dinamizar mercados en beneficio de las mipymes.
- Normatividad laboral**
Artículo 209 de la constitución política, en el cual se contempla que la función administrativa esta al servicio de los intereses generales y que desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, celeridad, imparcialidad y publicidad.
Ley 1474 de 2011; por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.
Artículo 2.2.1.2.1.4.9 del decreto 1082 de 2015: establece que las entidades estatales pueden contratar bajo la modalidad de contratación directa la prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión con la persona natural o jurídica que esté en capacidad de ejecutar el objeto del contrato, siempre y cuando la entidad estatal verifique la idoneidad o experiencia requerida y relacionada con el área de que se trate.
- Normatividad ambiental**
Legislación aplicable en materia de contaminación atmosférica
 • Ley 34/2007, de 15 de noviembre, de calidad del aire y protección de la atmósfera.
 • Real decreto 100/2011, de 28 de enero, por el que se actualiza el catálogo de actividades potencialmente contaminadoras de la atmósfera y se establecen las disposiciones básicas para su aplicación. • Ley 16/2002, de 1 de julio, de prevención y control integrado de la contaminación
 • Real decreto 117/2003, de 31 de enero, sobre limitación de emisiones de compuestos orgánicos volátiles debidas al uso de disolventes en determinadas actividades.
Decreto 1713 de 2002, ministerio de medio ambiente y desarrollo territorial
 • Manual de saneamiento ambiental, secretaria de salud de Boyacá, 1991 decreto 605.
 • Decreto 1505 de 2003 por el cual se modifica parcialmente el decreto 1713 de 2002, en relación con los planes de gestión integral de residuos sólidos y se dictan otras disposiciones.
 • decreto 838 de 2005 (modifica al decreto 1713 de 2003) 6. decreto 4741 de 2005 por el cual se reglamenta parcialmente la prevención y el manejo de los residuos o desechos peligrosos generados en el marco de la gestión integral.
- Registro de marca – Propiedad intelectual**
 Las marcas cumplen un importante papel en la organización de los mercados. De una parte, permiten a los empresarios diferenciar sus productos y servicios de los de sus competidores, con lo cual se les garantiza que el prestigio que se atribuye a sus productos o servicios, está protegido, y solamente el titular podrá usar legítimamente sus propias marcas. La empresa STARPUBLIC obtendrá su registro internacional de marcas a través de la ley 1455 de 2011 por medio de la cual se aprueba el protocolo concerniente al arreglo de Madrid relativo al registro internacional de marcas, adoptado en Madrid el 27 de junio de 1989, modificado el 3 de octubre de 2006 y el 12 de noviembre de 2007.
 La protección de las marcas en Colombia se logra por medio de su registro ante la superintendencia de industria y comercio - sic, conforme lo establece el artículo 154 de la decisión 486 de la comisión de la comunidad andina, de la siguiente manera: “el derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por el registro de la misma ante la respectiva oficina nacional competente”.

13. Describa las condiciones técnicas más importantes que se requieren para la operación del negocio.

Equipo de impresión. Maquinaria Rho 312R.

Computadoras Core i5.

Acceso a internet.

Acceso a luz eléctrica.

Es fundamental contar con luz eléctrica como insumo para el diseño y la impresión. Es decir que para el funcionamiento de la empresa, el promedio de consumo mensual debe ser 272 kWh. Mes de energía.

Planta de impresión.

Área de 10 metros cuadrados.

14. Defina los requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos.

Equipos de oficina. Los equipos, muebles y enseres relacionados, son los necesarios para que la parte administrativa de la microempresa preste sus servicios de la mejor manera, teniendo en cuenta que también incluiría lo necesario en la zona de atención a clientes y proveedores. Tecnología software.

Requerimientos	Cantidad	V/Unitario	V/Total
Escritorio para la oficina	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Silla de gerencia	1	\$ 70.000	\$ 70.000
Computador para oficina Core i5	1	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000
Archivador	1	\$ 90.000	\$ 90.000
Impresora Epson L555	1	\$ 600.000	\$ 600.000
Software Corel Draw	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
Software Office Adobe Illustrator	2	\$ 100.000	\$ 200.000
Software Adobe Photoshop		\$ 100.000	\$ 200.000
Artículos de oficina	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Imprevistos	1	\$ 1.290.000	\$ 1.290.000
Total			\$ 8.350.000

14.1 ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI / NO, justificación).

Respuesta: si, porque se necesita un espacio donde se impriman las vallas publicitarias, donde se guarde los materiales para imprimir las vallas; espacios para el diseño publicitario y también una ubicación estratégica para la distribución.

14.2 Identifique los requerimientos de inversión:

Nota: Se debe enlistar la totalidad de requerimientos en inversión, independiente de si se financiarán con recursos del Fondo Emprender, propios o de otras fuentes.

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Paredes.	5	2.000.000	Aislantes de ruidos.
	Materiales impermeables.	5	1	
	Pinturas impermeables para el manejo de herramientas de impresión.	20	50.000	
	Sistema de ventilación.	1	2.000.000	
	Sistema de alimentación ininterrumpida.	1	3.000.000	SAI.
	Muebles ergonómicos.	4	200.0000	
Maquinaria y Equipo	Inversión en maquinaria	1	\$65.000.000	Maquinaria Rho 312R.
Equipo de comunicación y computación	Computadora.	3	\$4.200.000	
	Sistema de comunicación interno externo de la empresa.	1	2.000.000	
Muebles y Enseres y otros	Muebles y enseres	6	\$4.150.000	
Otros (incluido herramientas)				
Gastos pre-operativos	Constitución de la empresa.		1.500.000	

14.3 Detalle las condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios.

Dimensiones de la planta: 40 metros de largo por 40 de ancho y 35 de fondo.

Área Almacenamiento.

- ✓ La temperatura debe ser inferior a los 30 grados centígrados.
- ✓ El área total es de 7 metros cuadrados.
- ✓ Las paredes deben estar pintadas con pinturas impermeables y de material impermeable.
- ✓ Ventilación pequeña y fuera de los rayos del sol directo.

Área Atención al cliente.

- ✓ El lugar con buena ventilación y luminosidad.
- ✓ Área total de 7 metros cuadrados.
- ✓ Mobiliario.

Área Diseño.

- ✓ Área de 7 metros cuadrados.
- ✓ Ventilación.
- ✓ Paredes aislantes de ruido.
- ✓ Muebles ergonómicos.

Área de impresión

- ✓ Área de 10 metros cuadrados.
- ✓ Debe ser una zona completamente seca y con materiales impermeables.
- ✓ Debe haber un sistema de alimentación ininterrumpida SAI para evitar la maquinaria cuando haya bajones de luz.

Área Zona administrativa

- ✓ Oficina de 4 metros cuadrados.
- ✓ Buena ventilación
- ✓ Lugar limpio y seco.
- ✓ Mobiliario
- ✓ Servicios básicos.

14.4 ¿Para la adquisición de algún activo, se tiene contemplado realizar importación? (SI / NO, justificación).

No.

14.4.1 Detalle los activos, países proveedores y tiempos estimados:

No aplica.

14.4.2 En caso de presentarse incremento en el valor del activo por factores como: tasa de cambio, reformas tributarias etc., ¿cómo financiará éste mayor valor?

No aplica.

15. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

**Nota: Describa el proceso a través del siguiente esquema*.
Elabore un cuadro para cada producto.**

16. ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa? (cantidad de bien o servicio por unidad de tiempo)

Bien / Servicio: Diseño e impresión gráfica.				
Unidades a producir: 35.				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos / horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina (Cantidad de producto/ unidad de tiempo)
Pedido	20 minutos	Operario de ventas	1	Computador. 24 pedidos en 8 horas.
Análisis y diseño	30 minutos	Director comercial y diseñador gráfico.	2	Computador. 16 análisis y diseños en 8 horas
Coordinación de impresión	5 minutos	Coordinador de impresión y ayudante de impresión	2	Computador. 96 coordinaciones en 8 horas.
Impresión	50 minutos	Coordinador de impresión y ayudante de impresión	2	Maquinaria. 10 impresiones en 8 horas.
Empacado y revisión	20 minutos	Coordinador de impresión, ayudante de impresión Director comercial y diseñador gráfico.	4	24 empacados y revisiones en 8 horas.
Distribución y supervisión	20 minutos.	Gerente y demás directores	3	24 distribuciones en 8 horas.
Total	2 horas 5 minutos	5	5	

Capacidad productiva en diseño. $4 \times 30 = 120$.

El diseñador durante las 8 horas de jornada laboral diaria, utilizando las herramientas tecnológicas y de diseño gráfico puede realizar máximo 3 diseños. Al mes realiza 90 diseños.

Capacidad productiva en impresión.

Maquina: 4 impresiones por 7 horas de jornada laboral.

Área: En 10 metros cuadrados se pueden realizar un máximo de 20 impresiones por 7 horas de jornada laboral. Capacidad de almacenamiento: $10/20=0.5$. Es decir cada impresión ocupa 50 centímetros.

$50*4=200$. Es decir 2 metros para 4 impresiones.
 $4*30= 120$ impresiones mensuales.

17. Equipo de trabajo

17.1. ¿Cuál es el perfil del emprendedor, el rol que tendría dentro de la empresa y su dedicación?

- **Perfil:** Estudiante de administración de empresas 10 semestre universidad de pamplona.
- **Rol:** Gerente General
- **Dedicación** (Tiempo completo / tiempo parcial): Tiempo completo.

17.2. ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación (primer año)?

Nombre del Cargo	Funciones principales	Perfil requerido			Tipo de contratación (jornal, prestación de servicios, nómina)	Dedicación de tiempo (tiempo completo / tiempo parcial)	Unidad	Valor remuneración *	Mes de vinculación
		Formación	Experiencia General (años)	Experiencia específica (años)					
GERENTE	Sus funciones son dirigir, controlar, analizar, y deducir el rendimiento de la empresa en el desarrollo normal de sus procesos tanto de producción como de ventas, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.	Ingeniero Comercial, Ingeniero en Administración de Empresas. Carreras afines.	2 años.	2 años.	Nómina.	Tiempo completo.		\$2.269.950	Abril 2020
DIRECTOR COMERCIAL y DISEÑADOR GRAFICO.	<ul style="list-style-type: none"> • La tarea más importante realizada por un director de marketing es el desarrollo de una marca de la empresa. Compuesta por elementos visuales, como un logotipo, y a veces sonidos, como la música utilizada en un anuncio de televisión o de radio, una marca es la imagen que viene a la mente cuando los clientes piensan en la empresa. 	Idioma: Inglés. Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos. Títulos: Ingeniero Comercial, Administrador de Empresas. Carreras afines. Estudios complementarios: Computación, comercialización y ventas.	2 años	2 años	Nomina	Tiempo completo		\$1.350.219,94	Abril 2020
OPERARIO DE VENTAS	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce el portafolio de servicios en su totalidad • Llevar una excelente presentación personal • Presenta al cliente con amabilidad y cortesía 	Conocimientos: título de bachiller. Técnico en ventas. Tecnólogo en ventas. Experiencia: 2 años en	2 años	2 años	Nomina	Tiempo completo		\$1.000.000	Abril 2020

	<ul style="list-style-type: none"> Cumplir los requerimientos del cliente Verifica que los pedidos salgan en las mejores condiciones Supervisa el comportamiento de los clientes del área de servicio 	trabajos relacionados.							
CONTADOR	<ul style="list-style-type: none"> Controlar el correcto registro de cuentas y de manera oportuna Examinar procedimientos contables y realizar ajustes correspondientes Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna. Liquidación de nómina y talento humano. 	<p>Título: auxiliar contable. Contaduría o carreras afines.</p> <p>Experiencia: mínimo 2 años</p>	2 años	2 años	Nomina	Prestación de servicios		\$1.350.219,94	Abril 2020
COORDINADOR DE IMPRESIÓN.	<ul style="list-style-type: none"> Organizar y supervisar la producción en los procesos de impresión Colaborar en la gestión de la calidad en los procesos de impresión Colaborar en la gestión de la seguridad y de la protección ambiental en los procesos de impresión Gestionar la reproducción del color en los procesos gráficos Planificar la fabricación de productos gráficos. 	<p>Título: diseño gráfico o carreras afines</p> <p>Experiencia: más de 3 años en actividades similares.</p>	2 años	2 años	Nomina	Tiempo completo		\$1.350.219,94	Abril 2020

	Determi nar los materiales de producción en la industria gráfica.								
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

CAPITULO 5. ¿CUÁL ES EL FUTURO DE MI NEGOCIO?

18. ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas, y cuál es su presupuesto?

Estrategia de promoción (nombre): plan de medios				
Propósito: Incursionar en el mercado y posicionarse.				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)
Creación de redes sociales	Personal, disponible.	Febrero.	100.000	Director comercial
Manejo de radio y televisión local	Personal, disponible.	Febrero.	100.000	Director comercial
Ferias y eventos	Personal, disponible.	Marzo	100.000	Director comercial
Otras	Personal, disponible.	Junio	500.000	Director comercial
Costo Total			800.000	Director comercial

Estrategia de comunicación (nombre): Diseño y manejo de imagen corporativa y directrices internas.				
Propósito: Gestionar una adecuada la comunicación interna y externa.				
Actividad	Recursos requeridos	Mes de ejecución	Costo	Responsable (Nombre del cargo líder del proceso)
La creación de un documento que defina la comunicación de los clientes internos.	Personal, disponible. Personal, disponible reuniones y juntas	Mayo.	500.000	Gerente general
Canales de comunicación con el cliente. Redes sociales, correos, seguimiento persona al consumidor, teléfonos, punto de atención.	Capital humano, espacio físico en la empresa para la atención y comunicación y equipos de cómputo.	Mayo.	5.000.000	Diseñador gráfico, director comercial y gerente general.
Costo Total			5.500.000	

21. Proyección de ingresos.

Ver anexos imagen. 1

22. Proyección de costos.

Ver anexos imagen. 2

23. Proyección de gastos.

Ver anexos imagen. 3

24. Inversiones.

Ver anexos imagen. 4

25. Capital de trabajo.

Ver anexos imagen. **No aplica.**

26. Resumen fuentes de financiación.

Ver anexos imagen. **No aplica.**

CAPITULO 6. ¿QUÉ RIESGOS ENFRENTO?

27. Riesgos.

- ¿Qué factores externos son críticos para la ejecución del negocio? Indique el nombre y su rol en la ejecución.**
 1. El precio del dólar: porque encarece los costos de la maquinaria sin importar si son importados directos por la empresa o importados por un distribuidor.
 2. Gobierno y leyes: la normatividad que rige el negocio y sobre todo los aspectos relacionados con los descuentos tributarios a empresas de economía naranja.

- ¿Qué factores externos e internos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos?**

Variable*	Riesgo	Plan de mitigación
Técnico	Fallas en la luz eléctrica como consecuencia de la destrucción de torres eléctricas por parte de grupos delincuenciales.	Adquisición a mediano plazo de una planta eléctrica para cuando sucedan estos imprevistos.
Comercial	Entrega de productos en zonas de violencia.	Entrega de productos en puntos preestablecidos libre de conflictos armados.
Talento humano	Riesgo de contraer algún tipo de cáncer al estar en contacto físico constante con las radiaciones de la maquinaria.	Se aplica la normativa básica en seguridad y se diseñan planes de capacitación y de pausas activas con el personal.
Normativo	Riesgo en las demoras de trámites legales de constitución de la empresa.	Establecer canales de comunicación con la DIAN y la cámara comercio, así como de las entidades responsables de emitir los procesos de autorización para el inicio de las operaciones comerciales.
Medio ambiente	Aumento en el consumo de energía.	Trabajar de la mano con empresas consultoras expertas en temas y prácticas medioambientales para implementar paneles solares que permitan el funcionamiento del área administrativa y de diseño.
Otros, ¿cuál?	Ninguno	

CAPITULO 7. RESUMEN EJECUTIVO.

Nombre Emprendedor

Jesús Fernando Guanare Palencia.

Perfil emprendedor

Administrador de empresas.

Concepto del negocio

Diseño e impresión de material publicitario con tecnología de punta.

Metas

Indicador	Meta para el primer año
Empleos	Generar 2 empleos por año.
Ventas	Incrementar ventas a 100.000.000, al finalizar el año.
Mercadeo (eventos)	Posicionarnos en el mercado regional.
Contrapartida SENA	150.000.000. No aplica.
Empleos indirectos	Generar 1 empleo indirecto por año.

□ **Plan operativo**

OBJETIVO	ACTIVIDAD	TIEMPO		CRONOGRAMA												RESPONSABLE	RECURSOS		
		Desde	Hasta	1	2	3	4	5	6	7	8	8	10	11	12				
Satisfacer la demanda que aumenta de 210.000.000 a 400.000.000, para el año 2021 en el municipio de Arauca.	Ampliar capacidad en maquinaria en un 20%.	Enero 2021	junio 2021.	x	x	x	x	x	x									Departamento de impresión y acabado.	50.000.000
	Ampliar el área de impresión en 20 metros cuadrados.	Enero 2021	junio 2021.	x	x	x	x	x	x									Departamento de impresión y acabado.	15.000.000

Anexos.

Imagen 1.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MÁRGENES POR PRODUCTOS						
Producto Vallas publicitarias 3M						
Ingresos Vallas publicitarias 3M	252.427.548	271.976.547	293.039.498	315.733.649	340.185.326	
Costo Materia Prima Consumida Vallas publicitarias 3M	201.942.038	217.581.237	234.431.599	252.586.919	272.148.261	
Margen \$ Vallas publicitarias 3M	50.485.510	54.395.309	58.607.900	63.146.730	68.037.065	
Margen % Vallas publicitarias 3M	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	
Producto Vallas publicitarias 5M						
Ingresos Vallas publicitarias 5M	277.670.302	299.174.201	322.343.448	347.307.014	374.203.858	
Costo Materia Prima Consumida Vallas publicitarias 5M	222.136.242	239.339.361	257.874.758	277.845.611	299.363.087	
Margen \$ Vallas publicitarias 5M	55.534.060	59.834.840	64.468.690	69.461.403	74.840.772	
Margen % Vallas publicitarias 5M	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	
Producto Vallas publicitarias 15M						
Ingresos Vallas publicitarias 15M	302.913.057	326.371.856	351.647.398	378.880.379	408.222.391	
Costo Materia Prima Consumida Vallas publicitarias 15M	242.330.446	261.097.485	281.317.918	303.104.303	326.577.913	
Margen \$ Vallas publicitarias 15M	60.582.611	65.274.371	70.329.480	75.776.076	81.644.478	
Margen % Vallas publicitarias 15M	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	
Producto Vallas publicitarias 20M						
Ingresos Vallas publicitarias 20M	328.155.812	353.569.511	380.951.348	410.453.744	442.240.924	
Costo Materia Prima Consumida Vallas publicitarias 20M	262.524.649	282.855.608	304.761.078	328.362.995	353.792.739	
Margen \$ Vallas publicitarias 20M	65.631.162	70.713.902	76.190.270	82.090.749	88.448.185	
Margen % Vallas publicitarias 20M	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	
Producto Vallas publicitarias 35M						
Ingresos Vallas publicitarias 35M	353.398.567	380.767.165	410.255.298	442.027.109	476.259.456	
Costo Materia Prima Consumida Vallas publicitarias 35M	282.718.853	304.613.732	328.204.238	353.621.687	381.007.565	
Margen \$ Vallas publicitarias 35M	70.679.713	76.153.433	82.051.060	88.405.422	95.251.891	
Margen % Vallas publicitarias 35M	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	
Producto						
Ingresos	0	0	0	0	0	0

	C	D	E	F	G	H	I	K
Margen % Vallas publicitarias 35M			20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	
Producto								
Ingresos			0	0	0	0	0	
Costo Materia Prima Consumida			0	0	0	0	0	
Margen \$			0	0	0	0	0	
Margen %			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
Producto								
Ingresos			0	0	0	0	0	
Costo Materia Prima Consumida			0	0	0	0	0	
Margen \$			0	0	0	0	0	
Margen %			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
Producto								
Ingresos			0	0	0	0	0	
Costo Materia Prima Consumida			0	0	0	0	0	
Margen \$			0	0	0	0	0	
Margen %			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
Producto								
Ingresos			0	0	0	0	0	
Costo Materia Prima Consumida			0	0	0	0	0	
Margen \$			0	0	0	0	0	
Margen %			0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
RESUMEN Productos								
Ingresos Productos			1.514.565.285	1.631.859.279	1.758.236.989	1.894.401.895	2.041.111.955	
Costo Materia Prima Consumida Productos			1.211.652.228	1.305.487.424	1.406.589.592	1.515.521.516	1.632.889.564	
Margen \$ Productos			302.913.057	326.371.856	351.647.398	378.880.379	408.222.391	
Margen % Productos			20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	

Imagen 2.

		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Variables Unitarios							
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.		576.977,3	598.902,4	621.660,7	645.283,8	669.804,6
Costos Mercancía Inventariables							
Unidades Compradas Estimadas			2.100	2.180	2.263	2.349	2.438
Compras Mercancías			1.211.652.228	1.305.487.424	1.406.589.592	1.515.521.516	1.632.889.564
Compras Mercancías + Gastos de Mercancías			1.212.133.043	1.305.986.509	1.407.107.642	1.516.059.252	1.633.447.735
Costo Mercancía Vendida	\$		1.211.652.228	1.305.487.424	1.406.589.592	1.515.521.516	1.632.889.564
Mano de Obra Operativa			51.420.698	106.749.370	166.529.017	173.523.235	241.544.344
Gastos de Mercancía	\$		480.814	499.085	518.051	537.736	558.170
Costo/Gastos de M/cía o Servicio + Mano Obra O	\$		1.263.553.741	1.412.735.879	1.573.636.659	1.689.582.488	1.874.992.078
Depreciación	\$		7.787.033	7.787.033	7.787.033	7.787.033	7.787.033
Total Costo de Lo Vendido (Mercancía o Servicio)	\$		1.271.340.774	1.420.522.911	1.581.423.692	1.697.369.520	1.882.779.111
Margen Bruto	\$		16,06%	12,95%	10,06%	10,40%	7,76%
Costos de Ventas							
Inventario Inicial de Mercancía o Servicio			0	0	0	0	0
más Compras			1.211.652.228	1.305.487.424	1.406.589.592	1.515.521.516	1.632.889.564
menos Inventario Final de Mercancía o Servicio			0	0	0	0	0
Costo de la Mercancía o Servicio Vendido			1.211.652.228	1.305.487.424	1.406.589.592	1.515.521.516	1.632.889.564
Mano de Obra Operativa			51.420.698	106.749.370	166.529.017	173.523.235	241.544.344
Depreciación			7.787.033	7.787.033	7.787.033	7.787.033	7.787.033
más Gastos de Mercancía o Servicio			480.814	499.085	518.051	537.736	558.170
Costo de Lo Vendido (Mercancía o Servicio)			1.271.340.774	1.313.773.542	1.414.894.675	1.523.846.285	1.641.234.767

Imagen 3.

<u>Inicio</u>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	1.514.565.285	1.631.859.279	1.758.236.989	1.894.401.895	2.041.111.955
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Costo/Gastos Mcia o Servicio Vendido + Mano Obra O	1.263.553.741	1.412.735.879	1.573.636.659	1.689.582.488	1.874.992.078
Depreciación	7.787.033	7.787.033	7.787.033	7.787.033	7.787.033
Utilidad Bruta	243.224.512	211.336.368	176.813.298	197.032.374	158.332.844
Gasto de Administración	34.466.914	71.553.313	74.415.446	77.540.895	80.952.694
Gastos de Ventas	9.520.800	19.765.181	20.555.788	21.419.131	22.361.573
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Diferidos	67.406.473	0	0	0	0
Utilidad Operativa	131.830.325	120.017.874	81.842.064	98.072.349	55.018.577
Otros ingresos	0	0	0	0	0
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	131.830.325	120.017.874	81.842.064	98.072.349	55.018.577
Impuesto renta	0	0	0	0	0
Utilidad Neta Final	131.830.325	120.017.874	81.842.064	98.072.349	55.018.577

Imagen 4.

B	C	D	E	F	G	H	I	J
PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN PROYECTO:								
		Proveedores:	Deuda:	Capital Emprendedor:	Capital Empleado:	TOTAL:	Verificación:	
	Inversiones Fijas *	0	0	0	0	-	-	
	Verificación Inversiones Fijas **							-
	Terrenos					-	-	
	Construcciones y Edificios					-	-	
	Adecuaciones y Mejoras					-	-	
	Maquinaria y Equipo					-	-	
	Muebles y Enseres					-	-	
	Equipo de Transporte y Carga					-	-	
	Equipos de Comunicaciones, Computación y Herramientas					-	-	
	Inversión Corriente (Capital de Trabajo) *	0	0	0	0	(67.406.473)	-	
	Verificación Inversión Corriente **							-
	Efectivo					(67.406.473)	-	
	Cuentas por cobrar					-	-	
	Inventarios de Mercancía					-	-	
	Inversión Diferida (Total Gastos durante Período)	0	0	0	0	67.406.473	-	
	Verificación Inversión Diferida **							-
	Gastos Notariales					320.000	-	
	Matrícula Mercantil					100.000	-	
	Gastos de Constitución					300.000	-	
	Arrendamientos					3.600.000	-	
	Nómina Empleados (no incluye Gerente)					-	-	
	Nómina Operarios					14.013.553	-	
	Nómina Gerente Empleado					21.611.740	-	
	Honorarios Contador					12.855.174	-	
	Servicios Públicos					4.800.000	-	
	Dotaciones					1.500.000	-	
	Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia					400.000	-	
	Seguro Todo Riesgo					500.000	-	
	Publicidad y Mercadeo					800.000	-	
	Evento de Lanzamiento					600.000	-	
	Otros Diferidos Financiables No Especificados					-	-	
	Otros Diferidos No Financiables					-	0	
	TOTAL INVERSIONES	0	-	0	0	(0)	-	
	Verificación Total Inversiones **							-
	<i>Hay que distribuir el valor total de las inversiones fijas, corriente y diferida (Columna H) en las formas de financiación según los rubros financieros de acuerdo al Reglamento del fondo.</i>							
	<i>** El valor de verificación debe coincidir con el valor de cada una de las inversiones (fijas, capital de trabajo y diferida) horizontalmente y con las formas de financiación verticalmente.</i>							
	<i>** Tener presente para determinar los recursos mínimos del fondo Empleado el número de empleos generados por el proyecto.</i>							
	Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (1)	828.116						
	Monto Solicitado (2)	-						
	Índice Número de Salarios Solicitados (2/1)	-						

Imagen 5.

BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	-67.406.473	64.432.195	192.237.101	281.866.198	387.725.579	450.531.189
Cuentas x Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas x Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras C x C		0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	-67.406.473	64.432.195	192.237.101	281.866.198	387.725.579	450.531.189
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Adecuaciones y mejoras	0	6.750.000	6.000.000	5.250.000	4.500.000	3.750.000
Maquinaria y Equipo de Operación	0	58.500.000	52.000.000	45.500.000	39.000.000	32.500.000
Muebles y Enseres	0	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	0	2.148.131	1.611.098	1.074.065	537.033	0
Total Activos Fijos:	0	67.398.131	59.611.098	51.824.065	44.037.033	36.250.000
Total Inversión Diferida:	67.406.473	0	0	0	0	0
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	0	131.830.325	251.848.199	333.690.263	431.762.612	486.781.189
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	0	0	0	0	0
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligación Fondo Emprender (Conti	0	0	0	0	0	0
PASIVO	0	0	0	0	0	0
Patrimonio						
Capital Social	0	0	0	0	0	0
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	0	0	0
Utilidades Retenidas	0	0	131.830.325	251.848.199	333.690.263	431.762.612
Utilidades del Ejercicio	0	131.830.325	120.017.874	81.842.064	98.072.349	55.018.577
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	0	131.830.325	251.848.199	333.690.263	431.762.612	486.781.189
PASIVO + PATRIMONIO	0	131.830.325	251.848.199	333.690.263	431.762.612	486.781.189

Distribución de la planta.

Imagen 8.



Entrada: Entre el área administrativa y el área de servicio al cliente está la ubicación de la entrada a la empresa.

Zona de administrativa: En la entrada a mano izquierda está el área donde va a trabajar el gerente y el contador en la gestión empresarial.

Servicio al cliente: Tras entrar en el establecimiento, junto al área administrativa los clientes aguardarán turno en la sala de espera y serán atendidos por los empleados en el mostrador cuando corresponda.

Almacenamiento: En el centro de la empresa en la parte derecha se encuentra ubicada la bodega en donde se guardan los insumos, (lonas y tintas de impresión).

Zona de diseño.

Junto al área de almacenamiento está ubicada el área de diseño que es donde se realizará la mayor parte del trabajo de los empleados, por lo que se facilitará su

movimiento dentro de la empresa sin tener que recorrer diferentes partes para desempeñar la tarea. En esta área habrá un computador para gestionar los documentos que serán impresos y realizar tareas de diseño y maquetación.

Zona de impresión.

Esta zona abarca el área de producción y el área de acabado. En esta parte se puede encontrar la maquinaria impresión. A partir de ese punto, se encuentra una zona privada para los trabajadores donde pueden realizar el resto de actividades.

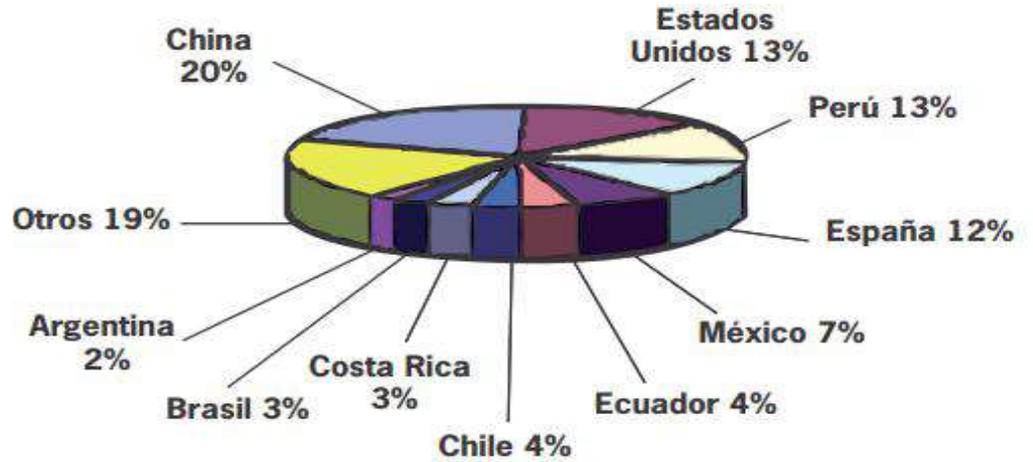
Salida: la puerta de salida es la misma de entrada.

Emergencia: en la zona de atrás, en el área de impresión esta una puerta para las salidas de emergencia.

Países que mas exportan en la industria grafica.

Imagen 9.

Importaciones por países de origen 2007-2008



Fuente: DIAN. Cálculos: ANDIGRAF. Departamento de Investigaciones Económicas

Participación de los países que más exportan en industria gráfica en américa latina.

Imagen 10.



FUENTE: DANE; Andigraf – Investigaciones económicas

LIENZO LEANCE CANVAS.

Imagen 11.

Problema.	Solución.	Proposición de valor única.	Ventaja especial.	Segmento de clientes
La oferta con respecto al servicio de impresión de paneles publicitarios es insuficiente en el municipio de Arauca teniendo en cuenta la calidad en el diseño, el tiempo de entrega y la logística de distribución.	La oferta del servicio de paneles publicitarios a gran escala, utilizando la última tecnología en maquinaria de impresión y los mejores softwares de diseño gráfico.	La tecnología, expresada en maquinaria y softwares de diseño. Además nos vamos a enfocar en el servicio de vallas publicitarias.	Ofreceremos a los diferentes clientes descuentos especiales de acuerdo a gusto y la preferencia que desee el cliente y el material de impresión que el desee para construir vínculos estrechos con cada uno de ellos, del mismo modo toda la distribución siempre y cuando sea dentro del municipio la contrata la empresa.	Consumidores empresariales. El 85% de las empresas registradas en la cámara de comercio de Arauca son consumidores de material de impresión gráfica. (Guía de estudios económicos cámara de comercio de Arauca 2018).

	<p>Métricas claves.</p> <ul style="list-style-type: none"> -La calidad y la innovación en el diseño. -Elaboración de las vallas. -La satisfacción del cliente. -Fortalecer las herramientas de impresión con nuevas tendencias tecnológicas. 		<p>Canales.</p> <p>Haciendo contacto con la oficina de atención al cliente de la empresa.</p> <p>A través de internet.</p> <p>A través de la página web empresarial www.sarpublic.com; haciendo uso de los diferentes sistemas de pago online: tarjeta de crédito/debito, transferencia bancaria, PayPal.</p>	
<p>Estructura de costos.</p>		<p>Flujo de ingresos.</p>		

Imagen 12.



Imagen 13.

Ventas de la Comunicación Gráfica Colombiana



Segmento Andigraf	Ingresos Operacionales			Ganancia (Pérdida)			Margen de Utilidad	
	2017	2018	Variación %	2017	2018	Variación	2017	2018
Comunicación Gráfica	\$ 8.140.274.842	\$ 1.485.653.433	5,9%	\$ 292.843.343	\$ 334.145.958	14,1%	3,3%	3,5%
Envases y empaques	\$ 2.877.816.044	\$ 3.107.705.983	8,0%	\$ 168.368.699	\$ 177.228.559	5,3%	5,9%	5,7%
Actividades de impresión	\$ 1.975.777.650	\$ 2.121.930.054	7,4%	\$ 66.572.089	\$ 109.195.682	64,0%	3,4%	5,1%
Etiquetas	\$ 1.727.177.253	\$ 1.830.490.425	6,0%	\$ 61.053.193	\$ 46.726.408	-23,5%	3,5%	2,6%
Artículos escolares y de oficina	\$ 787.566.294	\$ 901.288.532	14,4%	\$ 10.847.061	\$ 2.902.164	-126,8%	-1,4%	0,3%
Publicaciones periódicas	\$ 829.238.351	\$ 799.317.541	-3,6%	\$ 19.656.008	\$ 41.852.113	112,9%	-2,4%	-5,2%
Libros y editoriales	\$ 744.117.082	\$ 708.256.998	-4,8%	\$ 27.428.259	\$ 39.452.814	43,9%	3,7%	5,6%
Publicidad y diseño	\$ 18.582.168	\$ 16.663.900	-10,3%	\$ 75.828	\$ 482.444	-736,2%	-0,4%	2,9%
Proveedores de la Comunicación Gráfica	\$ 6.829.563.471	\$ 7.045.142.530	3,4%	\$ 234.722.542	\$ 147.310.217	-37,2%	3,4%	2,1%
Materias primas y sustratos	\$ 3.048.906.543	\$ 3.148.533.870	3,3%	\$ 193.692.655	\$ 162.020.461	-16,4%	6,4%	5,1%
Maquinaria y equipo	\$ 2.154.096.986	\$ 2.212.014.987	2,7%	\$ 9.707.713	\$ 31.017.627	-619,5%	0,5%	-1,4%
Insumentos y suministros	\$ 1.626.559.942	\$ 1.704.593.673	4,8%	\$ 31.322.194	\$ 16.307.383	-47,9%	1,9%	1,0%
Total general	\$ 15.789.840.313	\$ 14.550.795.963	-8,8%	\$ 527.565.905	\$ 481.456.175	-8,7%	3,3%	2,9%

Fuente: Superintendencia de Sociedades, 2019. Elaborado por Andigraf.
Valores en miles de pesos.

www.andigraf.com.co

 Andigraf Colombia
  andigrafcolombia
  AndigrafCol
  Andigraf Colombia
  AndigrafCol

Imagen 14.

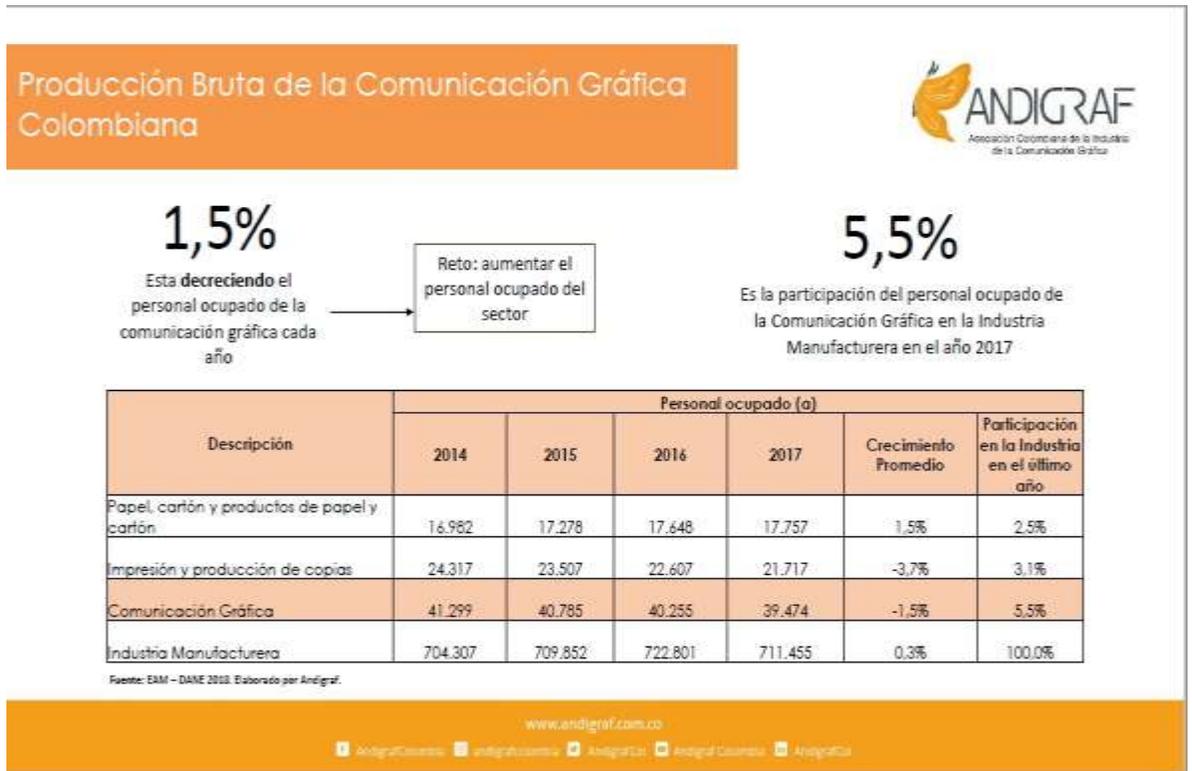


Imagen 15.

Precios, Volúmenes y Ventas Totales							
Precio por Producto							
Precio Vallas publicitarias 3M	\$ / unid.		601.018	623.857	647.563	672.171	697.713
Precio Vallas publicitarias 5M	\$ / unid.		661.120	686.242	712.320	739.388	767.484
Precio Vallas publicitarias 15M	\$ / unid.		721.222	748.628	777.076	806.605	837.256
Precio Vallas publicitarias 20M	\$ / unid.		781.323	811.014	841.832	873.822	907.027
Precio Vallas publicitarias 35M	\$ / unid.		841.425	873.399	906.588	941.039	976.798
Precio	\$ / unid.						
Precio	\$ / unid.						
Precio	\$ / unid.						
Precio	\$ / unid.						
Precio	\$ / unid.						
Unidades Vendidas por Producto							
Unidades Vallas publicitarias 3M	unid.		420	436	453	470	488
Unidades Vallas publicitarias 5M	unid.		420	436	453	470	488
Unidades Vallas publicitarias 15M	unid.		420	436	453	470	488
Unidades Vallas publicitarias 20M	unid.		420	436	453	470	488
Unidades Vallas publicitarias 35M	unid.		420	436	453	470	488
Unidades	unid.						
Unidades	unid.						
Unidades	unid.						
Unidades	unid.						
Unidades	unid.						
Capacidad Instalada y Utilizada *							
Capacidad Instalada Horas / Hombre	unid.		1.820	1.820	1.820	1.820	1.820
Capacidad Utilizada Horas / Hombre	unid.		364	728	1.092	1.456	1.820
% Utilización Capacidad Instalada en H/H	%		20.0%	40.0%	60.0%	80.0%	100.0%

Precio	\$ / unid.					
Precio	\$ / unid.					
Precio	\$ / unid.					
Precio	\$ / unid.					
Unidades Vendidas por Producto						
Unidades Vallas publicitarias 3M	unid.	420	436	453	470	488
Unidades Vallas publicitarias 5M	unid.	420	436	453	470	488
Unidades Vallas publicitarias 15M	unid.	420	436	453	470	488
Unidades Vallas publicitarias 20M	unid.	420	436	453	470	488
Unidades Vallas publicitarias 35M	unid.	420	436	453	470	488
Unidades	unid.					
Unidades	unid.					
Unidades	unid.					
Unidades	unid.					
Unidades	unid.					
Capacidad Instalada y Utilizada *						
Capacidad Instalada Horas / Hombre	unid.	1.820	1.820	1.820	1.820	1.820
Capacidad Utilizada Horas / Hombre	unid.	364	728	1.092	1.456	1.820
% Utilización Capacidad Instalada en HH	%	20,0%	40,0%	60,0%	80,0%	100,0%
* Si utiliza otra medida puede señalarlo en el espacio dejado para comentarios en la parte de abajo de la hoja.						
Total Ventas						
Precio Promedio	\$	721.221,6	748.628,0	777.075,8	806.604,7	837.255,7
Ventas	unid.	2.100	2.180	2.263	2.349	2.438
Ventas	\$	1.514.565.285	1.631.859.279	1.758.236.989	1.894.401.895	2.041.111.955
Rebajas en Ventas						
Rebaja	% ventas					
Pronto pago	\$	0	0	0	0	0
Otros Ingresos						
Otros Ingresos No operacionales	\$					