

FECHA	lunes, 21 de noviembre de 2016
--------------	--------------------------------

Señores

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

BIBLIOTECA

Ciudad

SEDE/SECCIONAL/EXTENSIÓN	Sede Fusagasugá
---------------------------------	-----------------

DOCUMENTO	Trabajo De Grado
------------------	------------------

FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
-----------------	--

NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
---	----------

PROGRAMA ACADÉMICO	Contaduría Pública
---------------------------	--------------------

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	NO. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
BERNAL CUELLAR	LEYDY PAOLA	1.069.747.731

Director(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
BEDOYA VALENCIA	HUMBERTO

TÍTULO DEL DOCUMENTO
REESTRUCTURACIÓN ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PUBLICITARIOS

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
CONTADOR PUBLICO

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS (Opcional)
21/11/2016	163

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS: (Usar como mínimo 6 descriptores)

ESPAÑOL	INGLÉS
1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	ORGANIZATIONAL STRUCTURE
2. MICROEMPRESA	MICROENTERPRISE
3. PUBLICIDAD	ADVERTISING
4. PROCESOS	PROCESSES
5. CONVERGENCIA	CONVERGENCE
6. REESTRUCTURACION	RESTRUCTURING

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS: (Máximo 250 palabras – 1530 caracteres):

B&C Imagen Impresiones Creativas es un establecimiento de comercio ubicado en la carrera 6 no. 16^a-85 Barrio balmoral, en Fusagasugá dedicado a la elaboración y comercialización de productos publicitarios donde no se llevaba un control de su contabilidad en general, creando conflictos internos por la falta de organización en cuanto al costo de sus productos, el control de los inventarios y la falta de datos reales que ayudaran a tomar decisiones para su mejora.

En base a esto se realizó una reestructuración organizacional de la microempresa en busca de un beneficio para la misma, organizando su contabilidad, creando una estructura de costos para cada producto que oferta, actualizando y controlando el inventario existente, crear y diseñar estrategias para mejorar las ventas, se realizó una convergencia norma internacional para que su contabilidad este al día con las nuevas normas de contabilidad que rigen a Colombia, además de un formato de facturación para lograr un mejor control de sus ventas, costos y gastos.

B & C Imagen Impresiones Creativas is a trading establishment located in the 6th race. 16^a-85 Barrio balmoral, in Fusagasugá dedicated to the elaboration and commercialization of advertising products where control of its accounting in general was not carried out, creating internal conflicts due to the lack of

organization in the cost of its products, the control of the inventories And lack of real data to help make decisions for improvement.

Based on this, an organizational restructuring of the microenterprise was carried out in search of a benefit for the same, organizing its accounting, creating a cost structure for each product that offers, updating and controlling the existing inventory, creating and designing strategies to improve the Sales, an international standard convergence was made so that its accounting is up to date with the new accounting standards that govern Colombia, in addition to a billing format to achieve a better control of its sales, costs and expenses

AUTORIZACION DE PUBLICACION

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado un alianza, son:

Marque con una "x":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La conservación de los ejemplares necesarios en la Biblioteca.	X	
2. La consulta física o electrónica según corresponda.	X	
3. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
4. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
5. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades	X	

que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.		
6. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, *“Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”*, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS

RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI** **NO** .

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no

contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las “Condiciones de uso de estricto cumplimiento” de los recursos publicados en Repositorio Institucional, cuyo texto completo se puede consultar en biblioteca.unicundi.edu.co

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons : Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).



En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

	MACROPROCESO DE APOYO	CODIGO: AAAR113
	PROCESO GESTION APOYO ACADEMICO	VERSION:1
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	PAGINA: 8 de 8

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Titulo Trabajo de Grado o Documento.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. REESTRUCTURACIÓN ORGANIZACIONAL B&C 2016.pdf	TEXTO
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA
Bernal Cuellar Leydy Paola	

**REESTRUCTURACIÓN ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DEDICADA A
LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
PUBLICITARIOS**

BERNAL CUELLAR LEYDY PAOLA

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
SEDE FUSAGASUGÁ**

2016
**REESTRUCTURACION ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DEDICADA A
LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
PUBLICITARIOS**

BERNAL CUELLAR LEYDY PAOLA

**DOCENTE ASESOR
HUMBERTO BEDOYA
ECONOMISTA INDUSTRIAL**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TITULO DE:
CONTADOR PÚBLICO**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
SEDE FUSAGASUGÁ**

2016

Nota de aceptación

Jurado 1

Jurado 2

DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado principalmente a Dios quien guía cada paso que doy, quien me ha permitido iniciar y culminar este camino con éxito convirtiéndome en una profesional integra; a mi familia, mis padres Jorge y Nasly por todo su apoyo en la formación académica el cual fue esencial para sacar adelante mi sueño para un futuro mejor, a mis hermanos Andrea, Diana y Memo por su la confianza que depositaron en mi cuando emprendí este camino, por estar siempre a mi lado.

AGRADECIMIENTOS

Debo agradecer a cada docente de la Universidad de Cundinamarca quienes en mi proceso de formación me guiaron y brindaron su conocimiento, esmerándose por formar profesionales íntegros. A mi familia por enseñarme la importancia de la perseverancia para cumplir mis objetivos, por creer en mí y en mis ideales, siendo una base sólida para no desfallecer, mi padre quien en medio de sus limitaciones económicas se propuso en ayudarme, incentivando a estudiar, mi madre quien día a día se preocupaba por mi bienestar y mis hermanos quienes con su amor me apoyaban a seguir con este camino. A mi pareja quien siempre confió en mí y ha estado en mi lado en este camino lleno de conocimientos y buenas experiencias. A mis compañeros de clase por su amistad y dedicación de sacar esta meta adelante. Y en general a todos los que se vieron involucrados directa o indirectamente con este trabajo, a quienes les agradezco su apoyo y compromiso por crear profesionales íntegros con grades valores éticos.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	22
1. LINEA DE INVESTIGACIÓN	23
1.1. AREA DE INVESTIGACIÓN	23
1.2. LINEA DE INVESTIGACIÓN	23
1.3. TITULO	23
2. JUSTIFICACIÓN	24
3. OBJETIVOS	25
3.1. OBJETIVO GENERAL	25
3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	25
4. MARCO TEORICO	26
5. MARCO CONCEPTUAL	28
6. MARCO LEGAL	30
7. RECURSOS	32
7.1. RECURSOS HUMANOS	32
7.2. RECURSOS MATERIALES	32
7.3. RECURSOS FINANCIEROS	32
8. PROCESO DE PLANEACION	33
8.1. DESCRIPCION DE LA EMPRESA	33
8.2. ANALISIS DEL SECTOR	34
8.3. DIAGNOSTICO Y ANALISIS INTERNO	39
8.3.1. DOFA	39
8.3.2. Factores críticos	40
8.3.2.1. Recursos financieros	41
8.3.2.2. Recursos Humanos	42
8.3.2.3. Recursos físicos	42
8.3.2.4. Reputación e imagen	42
8.4. CONFIGURACION DE LA EMPRESA	54
8.4.1. Estructura económica	54

8.4.2.	Estructura legal.....	55
8.4.3.	Estructura financiera.....	56
8.4.4.	Dirección y administración.....	65
8.4.5.	Productos.....	66
8.4.6.	Localización.....	69
8.4.7.	Estrategia comercialización.....	71
9.	PLAN DE MEJORAMIENTO.....	72
9.1.	PROPUESTA DE REORGANIZACION Y ESTRATEGIAS.....	72
9.2.	ESTRATEGIAS.....	74
9.2.1.	Productos.....	74
9.2.2.	Mercados.....	74
9.2.3.	Control de facturación.....	77
9.3.	REGLAMENTACION LEY 1314 DE 2009 Y DECRETO 2706 DE 2012 ..	79
9.3.1.	Políticas Contables para B&C Imagen Impresiones Creativas.....	80
9.3.2.	Estados Comparativos entre norma local y NIIF.....	84
9.4.	INSTRUMENTO DE CONTABILIDAD BÁSICA.....	102
9.4.1.	Proyección de Ingresos.....	103
9.5.	CONTROL DE INVENTARIOS.....	105
9.5.1.	Sistema de Inventario Permanente.....	105
9.5.2.	Formato Kardex.....	105
9.6.	ESTRUCTURA DE COSTOS POR PRODUCTOS.....	110
9.6.1.	Estructura de Costos: Producto Mug Clásico.....	111
9.6.2.	Estructura de Costos: Producto Mug Borde y oreja color.....	112
9.6.4.	Estructura de Costos: Producto Perlado.....	114
9.6.5.	Estructura de Costos Mug Apilable x 2.....	115
9.6.6.	Estructura de Costos: Producto Mug Cónico.....	116
9.6.7.	Estructura de Costos: Producto Mug cervecero.....	117
9.6.8.	Estructura de Costos: Mug Cuchara.....	118
9.6.9.	Estructura de Costos: Camisetas Talla pequeña.....	119
9.6.10.	Estructura de Costos: Camisetas Adulto.....	120
9.6.11.	Estructura de Costos: Foto Borde 20cm x 30cm.....	121
9.6.12.	Estructura de Costos: Producto Cojines.....	122

9.6.13.	Estructura de Costos: Producto Cojines	123
9.6.14.	Estructura de Costos: Producto Botones	124
9.6.15.	Estructura de Costos: Producto Llaveros Plásticos	125
9.6.16.	Estructura de Costos: Producto Lamina PVC Carnet	126
9.6.17.	Estructura de Costos: Producto Caramañola 600ml	127
9.6.18.	Estructura de Costos: Producto Gorra	128
9.7.	INVERSIÓN NECESARIA	129
9.7.3.	Posibles Riesgos y Problemas	129
10.	IMPACTOS	130
10.6.	IMPACTO ECONOMICO	130
10.7.	IMPACTO CULTURAL.....	130
10.8.	IMPACTO AMBIENTAL	131
11.	CONCLUSIONES.....	132
12.	RECOMENDACIONES	133
	BIBLIOGRAFIA	134
13.	ANEXOS	135

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Esquema de Organización, Fuente Sisk 1996.....	27
Ilustración 2; Local Master color, Fusagasugá	35
Ilustración 3: Local Fotografía Villamil, Fusagasugá	37
Ilustración 4: Matriz DOFA. Fuente: Propia	39
Ilustración 5: Matriz Tamaños Muéstrales	43
Ilustración 7: Balance General 2014	57
Ilustración 6: Estado de Resultados 2014	58
Ilustración 9: Balance General 2015	59
Ilustración 8: Estados de Resultados 2015	60
<i>Ilustración 11: Balance General enero a marzo 2016.....</i>	<i>61</i>
Ilustración 10: Estado de resultados Enero a marzo 2016	62
Ilustración 12: Organigrama. Fuente: Leydy Paola Bernal Cuellar	65
Ilustración 13: Producto Mug cuchara y Mug recuadro.....	66
Ilustración 14: Producto Mug Color y Mug Dorado	66
Ilustración 15: Producto Billetera y Cojín.....	66
Ilustración 16: Producto Camisas estampadas Lino y Lycra.....	67
Ilustración 17: Producto Rompecabezas y Foto set	67
Ilustración 18: Producto Pad Mouse y Mug Apilable	67
Ilustración 19: Producto Marco en Vidrio y Llaveros metálicos.....	67
Ilustración 20: Producto Espejos y Mug cervecero	68
Ilustración 21: Producto Caramañola y Termo Bebe	68
Ilustración 22: Producto Piedras.....	68
Ilustración 23: Producto Apilable x4 y Marco Vidrio.....	68
Ilustración 24: Mapa Fusagasugá	69
Ilustración 25: Ubicación carrera. 6 No. 16a- 86 Balmoral.....	69
Ilustración 26: Local B&C Imagen impresiones Creativas	70
Ilustración 32: Pagina Facebook	75
Ilustración 33: Productos página de Facebook.....	75
Ilustración 34: Pagina en Instagram	76
Ilustración 36: Formato Factura de B&C Imagen.....	77
Ilustración 37: Formato control de Facturas 2016	78
Ilustración 38: Control Ventas	102
Ilustración 39: Control de ventas Mes abril 2016.....	103

TABLA DE TABLAS

Tabla 1: Recursos Humanos	32
Tabla 2: Recursos Financieros.....	32
Tabla 3: Análisis de la competencia Master color.....	34
Tabla 4: Análisis de la competencia Fotografía Villamil.....	36
Tabla 5: Análisis de la competencia Publikor	38
Tabla 6: Factor crítico con la competencia.....	40
Tabla 7: Factores Críticos. Fuente Propia	41
Tabla 8: Estado de Situación Financiera Comparativa	87
Tabla 9: Situación Comparativa 2014	92
Tabla 10: Estado de Resultados Comparativo 2014	93
Tabla 11: Estado de Situación Financiera Comparativa 2015	97
Tabla 12: Estado de Resultado Comparativo 2015	98
Tabla 13: Estado de Situación Financiera Apertura. Año 2016	101
Tabla 14: Kardex: Mug Clásico.	108
Tabla 15: Kardex: Cojín Corazón.	109
Tabla 16: Hoja de Costos Mug Clásico	111
Tabla 17: Hoja de Costos Mug Color	112
Tabla 18: Hoja de Costos Mug Mágico	113
Tabla 19: Hoja de Costos Mug Perlado.....	114
Tabla 20: Hoja de Costos Mug Apilable x2.....	115
Tabla 21: Hoja de Costos Mug Cónico	116
Tabla 22: Hoja de Costos Mug Cerveceros.....	117
Tabla 23: Hoja de Costos Mug Cuchara.....	118
Tabla 24: Hoja de Costos Camiseta Talla pequeña	119
Tabla 25: Hoja de Costos Camiseta Adultos	120
Tabla 26: Hoja de Costos Foto Borde	121
Tabla 27: Hoja de Costos Cojín Corazón	122
Tabla 28: Hoja de Costos Cojín Cuadrado	123
Tabla 29: Hoja de Costos Botón 5.5.....	124
Tabla 30: Hoja de Costos Llaveros Plásticos.....	125
Tabla 31: Lamina PVC carné	126
Tabla 32: Hoja de Costos Caramañola 600ml.....	127
Tabla 33: Hoja de Costos Gorra Mayada	128
Tabla 34: Kardex: Mug Borde y oreja Color	142
Tabla 35: Kardex: Mug Mágico	143
Tabla 36: Kardex: Mug Perlado.....	144
Tabla 37: Kardex: Mug Apilable x2.....	145
Tabla 38: Kardex: Mug cónico.....	147

Tabla 39: Kardex: Mug Cerveceros.....	148
Tabla 40: kardex: Mug Cuchara	149
Tabla 41: Kardex: Camisa talla 2-4	151
Tabla 42: Kardex: Camiseta talla 6-8	152
Tabla 43: Kardex: Camiseta talla 10-12	153
Tabla 44: Kardex Camiseta talla S	154
Tabla 45 Kardex: Camiseta talla M	155
Tabla 46: Kardex: Camiseta talla L	156
Tabla 47: Kardex: Camiseta talla XL	157
Tabla 48: Kardex: Foto borde 30cmx20cm.....	158
Tabla 49 Kardex: Cojín Cuadrado	159
Tabla 50. Kardex: Boton 5.5.....	161
Tabla 51: Kardex: Llavero plástico	162
Tabla 52: Kardex: Lamina Carne.....	163
Tabla 53: Kardex: Gorras	166

TABLA DE ANEXOS

Anexo 1: RUT

Anexo 2: Cámara y comercio

Anexo 3: Fotografía recurso físico

Anexo 4: Modelo Encuesta

Anexo 5: Formato kardex Productos

Anexo 5: Acta de seguimiento a trabajos de grado emprendimiento. Asesor Interno

INTRODUCCION

Se observa que los futuros contadores públicos se enfrentan a un mercado de alta competitividad laboral y más en el municipio de Fusagasugá donde es de difícil acceso obtener un empleo con pagos justos y tareas idóneas, este es el problema del diario vivir por ende muchos de los egresados de las Universidades de Fusagasugá optan por cambiar su sitio de residencia con el fin de buscar mejores posibilidades laborales con sueldos aceptables.

Con el fin de aplicar los conocimientos obtenidos durante la carrera universitaria además de crecer como profesional independiente, se generó este establecimiento de comercio dedicado a la elaboración y venta de productos publicitarios, totalmente personalizados según lo desee el cliente, se vende desde una unidad de los diferentes productos que se ofertan como en cantidad si una empresa lo requiere, gracias a lo que se ha aprendido en el transcurso de la carrera se pudo plasmar en el establecimiento de comercio, haciendo que este sea próspero y rentable para ser una entrada directa de dinero y no depender de un empleo, pues al ser independiente se puede obtener diferentes ventajas, como manejar tiempos, seguir estudiando sin alguna restricción de horario, poseer un empleo como dependiente y continuar con el negocio; pero se es consciente que al momento de iniciar el negocio no se tuvieron en cuenta los estudios necesarios para su apertura y necesita con urgencia una organización estable para mejorar sus utilidades, por ende se ha decidido realizar una reestructuración organizacional en la empresa, enfocándose principalmente en su parte contable observando su estado actual y que falencias se pueden superar con dedicación.

B&C imagen impresiones creativas es un establecimiento de comercio dedicado a la elaboración y comercialización de productos publicitarios, situada en el municipio de Fusagasugá, se busca determinar aquellos elementos que le permitan al negocio comenzar un proceso de adecuación a los nuevos estándares internacionales en las normas contables, lo cual permita cumplir la normatividad vigente y a su vez gestionar mejor el negocio al conocer su estructura de costos y gastos en general por tipo de producto lo que facilitará la definición de los precios de venta y por ende estimar sus utilidades.

1. LINEA DE INVESTIGACIÓN

1.1. AREA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento y Desarrollo Empresarial

1.2. LINEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento y Desarrollo Empresarial

1.3. TITULO

REESTRUCTURACIÓN ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS PUBLICITARIOS

2. JUSTIFICACIÓN

Al observar las diferentes falencias que aqueja a B&C Imagen Impresiones Creativas, tales como la falta de estructuración de costos, control de inventarios, control de facturación y teniendo en cuenta que uno de los aspectos que tiene una mayor incidencia es la falta de estructura contable, lo cual genera que este establecimiento de comercio se encuentre estancado y no permite que se desarrolle como tal.

Además, conociendo que la prosperidad de una empresa radica en su estructura y organización interna, llevando una contabilidad básica aceptable, una relación de costos y gastos para así conocer el número de ventas esperadas.

Es por ello que se considera de gran importancia realizar la reestructuración organizacional esencialmente en la parte contable de B&C imagen impresiones creativas, buscando mejorar su calidad de servicio, incremento en las ventas y utilidades esperadas generando un informe base que sirva como guía de orientación donde se observe la forma adecuada de llevar a cabo la reestructuración y la implementación de nuevos procesos.

Por ultimo uno de los argumentos que motivan a realizar este proyecto es mejorar la empresa, que crezca y se dé a conocer en todo el municipio además crear una cultura organizacional adecuada permitiendo que puedan afrontar los cambios que pasan en el mercado realizando las sugerencias necesarias al interior de la empresa.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un plan de reestructuración organizacional del establecimiento de comercio B&C Imagen Impresiones Creativas dedicada a la elaboración y venta de productos publicitarios, en la ciudad de Fusagasugá.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar un diagnostico actual en la que se encuentra la empresa, por medio de la matriz DOFA.
- Organizar el área contable de la empresa, ya que esta es parte fundamental para el crecimiento de cualquier empresa.
- Realizar el control del inventario existente, generando un instrumento para su control
- Crear una estructura de costos de cada producto determinando un precio de venta razonable.
- Elaborar un instrumento del registro de la contabilidad básica para su uso diario generando control en las ventas, costos y gastos.

4. MARCO TEORICO

Cuando se habla del cambio organizacional, reestructuración y reorganización de la empresa, se busca estar al día con el constante cambio que sufren los mercados con el fin de modernizarse y estar a la vanguardia para evitar la quiebra, por ello se sustenta este trabajo en diferentes teorías.

4.1.1. Pensamiento Estratégico (Gerstein, 1988)

Según Gerstein comprende la metodología de la Planificación Estratégica, tan útil y necesaria para todo buen líder, un gerente empresarial, o director de la Administración Pública, un supervisor, un docente, el cual está llamado a ser el individuo que mejor comprenda a su organización, el sistema en su totalidad, y el entorno donde se desenvuelve. Además de ayudar a identificar las claves fundamentales para lograr el éxito, comprender las habilidades básicas de una persona para generar estrategias y generar la toma de decisiones oportuna que ayuden al continuo mejoramiento.

Por ello para B&C Imagen Impresiones Creativas debe generar una buena planificación dentro de la organización que sea útil en todo aspecto con el fin de lograr buenos ingresos generando estrategias idóneas con la empresa.

4.1.2. Estudio administrativo (Certo, 2010)

Como lo afirma Certo; se busca desarrollar una visión estratégica, determinar objetivos claros, crear una estrategia, evaluando el desempeño de la empresa y realizar los ajustes convenientes, llevando a la elaboración de un diagnóstico de la organización aplicando la matriz DOFA, su análisis permitirá a la organización formular estrategias para aprovechar sus fortalezas, prevenir el efecto de sus debilidades, utilizar a tiempo sus oportunidades y anticiparse al efecto de las amenazas.

4.1.3. Teoría de Organización Empresarial (Sisk, 1996)

Las organizaciones son creadas para producir algo en particular como servicios o productos utilizando la energía humana y la no humana para transformar materias primas en estos, se debe conocer las características, principios, tipos, evolución y desarrollo de las organizaciones que están constituidas de manera formal.



Ilustración 1: Esquema de Organización, Fuente Sisk 1996

4.1.4. Teoría Organización Contable (Sisk, 1996)

Cuando se habla de organización contable se refiere a todas las distintas formas de capital que sirven para adquirir otros recursos y medios necesarios para la organización. Lo componen el efectivo, los financiamientos, créditos, cuentas por cobrar y otros. Toda gran empresa nace gracias a su organización contable contando los recursos necesarios para su buen funcionamiento generando fuentes de ingresos a base de estos.

4.1.5. Teoría de Reorganización Empresarial

La estructura organizacional se debe realizar un diseño organizacional que permita un desempeño adecuado y dar cumplimiento a los aspectos planteados, incluida por supuesto, la misión de la organización.

Pero cuando esta organización presenta falencias, no se debe pensar en dejar a un lado el proyecto si no por el contrario se hace necesario enfocar un aspecto esencial acompañado de criterios y acciones a base de estudios o un periodo en el que esta empresa haya tenido funcionamiento con el fin de observar sus debilidades y como se pueden mejorar para que esta sea prospera mediante la reestructuración empresarial.

5. MARCO CONCEPTUAL

- Organización

Se definen como estructuras administrativas creadas para lograr metas y objetivos por medio de diferentes organismos humanos o también de la gestión del talento humano, cumpliendo funciones especializadas para lograr diferentes propósitos. (Definición, 2014)

- Estructura organizacional

Es un concepto que se define por su jerarquía dentro de las entidades u organizaciones buscando un objetivo en común, siendo estructurada de diferentes maneras dependiendo del entorno y diferentes variables, la cual se realiza para llevar al éxito una organización de una forma planificada y organizada. (Financiera, 2015)

- Reestructuración

Hace referencia al reordenamiento o reorganización de algo, en este caso en la empresa determinando nuestras estructuras para buscar una mejora continua en procesos ineficientes que se llevan actualmente. (DefiniciónABC, s.f.)

- Micro empresa

Las Microempresas en Colombia se consideran como aquellas que no poseen más de 10 trabajadores y que sus activos totales sean inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes (Ley 590, 2000)

- Publicidad

Se define como una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o un servicio en diferentes mercados mejorando la imagen del mismo con el fin de lograr un posicionamiento (Raul, 1998)

- Estampado

Viene de la acción y efecto de estampar, el cual se refiere a imprimir algo en otra cosa en diversas formas y materiales buscando colocar imágenes o textos sobre algo que no lo tenga. (Definición, 2014)

- Edición

Es el proceso en el cual se mejoran fotografías, retratos o diferentes gráficos editándolos para conseguir un mejor resultado. (DefiniciónABC, s.f.)

- Plotter

Es una máquina que se utiliza junto con un computador para imprimir en forma lineal e diferentes materiales en grandes tamaños, con una alta durabilidad

- Corel Draw

Programa especial para uso del diseño grafico por su configuracion que ayuda a mejorar fotografias y graficos

- Sublimacion

Es el proceso que consiste en transferiri alguna tinta en especial a un material que contiene unas formulas quimicas especiales mediante el calor para recibir estas la tinta que durara en la misma por tiempo indefinido. (Definicion, 2014)

- Transfer

Papel especial para imprimir y ser estampado en telas para generar color en la misma.

6. MARCO LEGAL

6.1.1. Determinación del tipo de sociedad

Al momento de realizar el Registro único Tributario, queda a nombre de Leydy Paola Bernal Cuellar con tipo de contribuyente "Persona Natural", y número de identificación Tributaria (NIT): 1069747731-4, con nombre comercial B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS y actividad principal Publicidad 7310, con responsabilidades, calidades y atributos de "Ventas Régimen Simplificado" (Estatuto Tributario), que representa una figura jurídica capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, así mismo ser representada judicial y extrajudicialmente. Donde el capital estará conformado por los bienes aportados por la propietaria y obligaciones financieras, estará en este régimen ya que sus ingresos brutos totales no superan los 4000 UVT y posee un solo establecimiento de comercio ubicado en la carrera 6 No. 16-86, barrio Balmoral en el municipio de Fusagasugá.

6.1.2. Requisitos para pertenecer al Régimen Simplificado (DIAN, 2016)

- Inscribirse al RUT (Anexo 1)
- Llevar un libro fiscal de operaciones diarias
- Exhibir en un lugar visible el RUT como responsable del régimen simplificado
- Informar a la DIAN el cese de las actividades
- Suministrar información cuando la DIAN lo exija

6.1.3. Prohibiciones del Régimen Simplificado

- Cobrar el IVA en las transacciones efectuadas
- No deben facturar, pero si lo hacen, la factura debe cumplir con los requisitos, excepto la autorización de la numeración, por parte de la DIAN.

6.1.4. Leyes a tener en cuenta

- Ley 590 de 2000: Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.
- Ley Mypime 10 Julio de 2000
- Ley 1014 de 26 enero de 2006: Ley de emprendimiento
- Ley 1314 de 2009: por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento.
- Decreto 2706 de 27 diciembre 2012: Por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas

7. RECURSOS

7.1. RECURSOS HUMANOS

Integrantes	N° Horas	Costo	Costo Total
Leydy Paola Bernal Cuellar	90	\$2.873	\$ 258.546

Tabla 1: Recursos Humanos

7.2. RECURSOS MATERIALES

- 1 Computador de mesa o portátil.
- Libros de consultoría administrativa y contable.
- 1 USB.
- Cámara de Fotografías
- Servicio de internet.
- Impresora láser.
- (3) Carpetas para facturas de venta, compra y documentos legales.
- 1 Resaltador

7.3. RECURSOS FINANCIEROS

CONCEPTO	V. UNIDAD	UNIDADES	TOTAL
Hojas remas	50	200	\$ 10.000
Esfero	800	2	\$ 1.600
Catálogos	4	3000	\$ 12.000
Carpetas	4	1000	\$ 4.000
TOTAL			\$ 27.600

Tabla 2: Recursos Financieros

8. PROCESO DE PLANEACION

8.1. DESCRIPCION DE LA EMPRESA

B&C Imagen Impresiones Creativas, nace como un negocio familiar uniendo el apellido de su propietaria Bernal y Cuellar, inicia su venta al público el 6 de agosto de 2014 en el Centro comercial Manila, Local 12 en el municipio de Fusagasugá; la cual hace su registro ante cámara y comercio el 13 de noviembre de 2014 a nombre de Leydy Paola Bernal Cuellar (Anexo 2), teniendo como actividad principal la 7310 Publicidad y 7420 Actividad de fotografía.

B&C Imagen Impresiones Creativas actualmente está ubicada en la carrera 6 No. 16ª-86 Barrio Balmoral, Fusagasugá, teniendo un horario al público de lunes a viernes de 8:00am a 12:30 y 2:00pm a 6pm, y los días sábados de 9:00am a 4:00pm.

Este establecimiento de comercio se dedica a la venta y elaboración de productos publicitarios, vendiendo desde un producto totalmente personalizado a gusto de cada cliente como ventas por mayor a diferentes e importantes empresas en Fusagasugá tales como COOTRANSFUSA, EMSERFUSA, REY DE REYES, además de varios negocios y colegios del municipio.

B&C Imagen Impresiones Creativas comercializa la mayor parte de sus productos en Fusagasugá, pero también en otros municipios como Silvania, Melgar, Boquerón, Carmen de Apicala, Icononzo, Arbeláez, entre otros, buscando satisfacer diferentes necesidades con la venta de los productos totalmente personalizados.

Oferta productos relacionados con la publicidad en general tales como tarjetas de presentación, tarjetas de invitación, avisos, pendones, volantes, stickers, pasacalles, vinilos, mug personalizados de diferentes formas, tamaños y colores, camisas estampadas, gorras, porta retratos, piedras, caramañolas, baldosas, manillas, botones, llaveros, billeteras, espejos, esqueletos, bolsos, termos, cartucheras, y muchos productos más ya que cuenta con un aproximado de 90 productos.

Se observa que el establecimiento de comercio no posee un control de inventarios, costos ni gastos de sus productos, además no se lleva un control de facturación, su contabilidad se lleva en registros básicos de ventas y gastos.

8.2. ANALISIS DEL SECTOR

El sector de la publicidad en Fusagasugá se concentra en la carrera 5 con calles 6, 7 y 8 con diferentes negocios donde la mayoría no están legalizados, pero realmente la competencia directa de B&C Imagen Impresiones Creativas son 3 empresas en el municipio de Fusagasugá las cuales están constituidas legalmente y actualmente operan en diferentes puntos de la ciudad como:

	VENTAJAS	DESVENTAJAS
MASTERCOLOR	<p>Posicionado en pleno centro</p> <p>Posee una trayectoria en Fusagasugá por más de 3 años</p> <p>Maquinaria para dar fotografías a bajo costo</p> <p>Cuenta con más de 10 empleados</p> <p>Variedad de productos</p>	<p>Ofrece productos tales como los mug, con entrega de 8 días hábiles</p> <p>No estampan ellos mismos los productos</p> <p>Envían a Bogotá los pedidos</p>
B&C IMAGEN	<p>Posee las maquinas necesarias para la elaboración de los productos que ofrece</p> <p>Elabora los productos el mismo día, y en tan solo 30 minutos.</p>	<p>Poco reconocimiento, pues es una empresa prácticamente nueva</p> <p>No es reconocida al mismo nivel que Master color</p>

Tabla 3: Análisis de la competencia Master color. Fuente Propia



Ilustración 2; Local Master color, Fusagasugá

	VENTAJAS	DESVENTAJAS
FOTOGRAFIA VILLAMIL	<p>Se encuentra cerca de la registradora, el cual es punto favorable</p> <p>Es conocido en Fusagasugá lleva en el mercado más de un año</p> <p>Variedad de productos relacionados a la fotografía</p> <p>Cuenta con cámaras profesionales</p> <p>Presta el servicio de domicilios.</p> <p>Cuenta con buenas relaciones con el personal de la alcaldía</p>	<p>Ofrece los productos de un día Para Otro</p> <p>No realizan todos los productos ellos mismos</p> <p>Incitan la competencia desleal.</p> <p>Posee una mala fama en ciertos lugares de Fusagasugá.</p>
B&C IMAGEN	<p>Provee a Fotografía Villamil en ciertos productos como Mug, Baldosas, Botones, Llaveros.</p> <p>Entrega los productos el mismo día y tan solo en 30 minutos</p> <p>Cuenta con la maquinaria necesaria para la realización de los productos que oferta.</p>	<p>Intermediaria en las ventas</p> <p>No es conocido por sí mismo, si no por terceros.</p>

Tabla 4: Análisis de la competencia Fotografía Villamil. Fuente propia



Ilustración 3: Local Fotografía Villamil, Fusagasugá

	VENTAJAS	DESVENTAJAS
PUBLICOR	<p>Posicionamiento en la quinta</p> <p>Poseen las maquinarias para realizar los productos</p> <p>Cuentan con familiares que le proveen los insumos a menor valor</p> <p>Oferta variedad de productos</p>	<p>Ofrece los productos de un día Para Otro</p> <p>No realizan todos los productos ellos mismos</p> <p>Incentivan a la competencia desleal, por bajar los precios para quedarse con los clientes.</p> <p>Poseen mala fama en la carrera quinta por ser egoístas en cuanto al trabajo.</p> <p>Mala calidad en cuanto a impresión y estampados</p>
B&C IMAGEN	<p>Cuenta con la maquinaria necesaria para la realización de los productos que oferta.</p> <p>Posee buena imagen en cuanto los intermediarios que provee.</p> <p>Variedad de productos</p> <p>B&C se esmera porque sus productos sean realizados con calidad</p>	<p>Intermediaria en las ventas</p> <p>Costos un poco más altos en relación a Publikor.</p>

Tabla 5: Análisis de la competencia Publikor

8.3. DIAGNOSTICO Y ANALISIS INTERNO

8.3.1. DOFA

MATRIZ DOFA

	POSITIVOS Para alcanzar el Objetivo	NEGATIVOS Para alcanzar el Objetivo
Origen Interno	<h3>Fortalezas</h3> <ul style="list-style-type: none">• Entrega de productos en 30 Minutos.• Precios Accesible.• Buena atención al cliente.• Manejo de redes sociales a manera publicitaria.• Desarrollar un plan de mercadeo.• Productos novedosos.• Calidad de los productos.• Reconocimiento por la rapidez del servicio.• Cuenta con buena vida crediticia, si en algún momento se desea un crédito.• Trabajo familiar.	<h3>Debilidades</h3> <ul style="list-style-type: none">• Local pequeño.• Poco tiempo en el mercado.• Falta de organización en el horario.• Falta de maquinarias para fortalecer la empresa.• Cuenta con recursos propios por ende no tiene una inversión grande.• Solo cuenta con dos personas en el trabajo, por costos y horarios.• Posee un solo proveedor grande quien a veces se le agotan los productos.
Origen Externo	<h3>Oportunidades</h3> <ul style="list-style-type: none">• Mercado Fusagasugá y sus alrededores.• Precios variables, que dejan una buena utilidad.• Posee una buena ubicación, donde pasa mucha gente y no posee competencia cerca.• Se esmera por la calidad de los productos desde el diseño hasta el estampado.• Posee diseños totalmente personalizados.• Variedad de productos innovadores.• Puede ser proveedor de diferentes negocios en Fusagasugá y sus alrededores.• Posee buenos contactos para vender sus productos al por mayor.• Los productos que vende dejan una buena utilidad.	<h3>Amenazas</h3> <ul style="list-style-type: none">• Que llegue una empresa que se dedique a lo mismo en el municipio.• Competencia desleal.• Numero reducido de clientes.• Tardanza de posicionamiento de la empresa.• Aumento de costos por que la mayoría de productos son importados.• Falta de insumos a los proveedores.



Ilustración 4: Matriz DOFA. Fuente: Propia

8.3.2. Factores críticos

MATRIZ FACTOR DE RIESGOS CON LA COMPETENCIA								
	B&C IMAGEN			MASTERCOLOR		FOTOGRAFIA VILLAMIL		
Factores Críticos de éxito	Ponderación	Clasificación	Puntuación	Clasificación.	Puntuación.	Clasificación	Puntuación	
Publicidad	0,20	3	0,6	2	0,4	2	0,4	
Calidad de Productos	0,10	4	0,4	3	0,3	3	0,3	
Competitividad de los precios	0,10	2	0,2	3	0,3	3	0,3	
Administración	0,10	3	0,3	4	0,4	2	0,2	
Lealtad de los clientes	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45	
Participación de mercado	0,10	2	0,2	4	0,4	2	0,2	
Personal	0,25	3	0,75	3	0,75	3	0,75	
TOTAL			2,9		3			2,6

Tabla 6: Factor crítico con la competencia. (Icotenc, NORMA GTC 45 DE 2010)

La ponderación se mide con 0.0 NO ES IMPORTANTE y 1.0 como IMPORTANTE, y sus diferentes intervalos se clasifican el grado de importancia de cada factor. La clasificación se mide como 1: Malo, 2: Medio, 3: Superior a medio y 4: Superior, buscando multiplicar la ponderación con la clasificación dando una puntuación de cada empresa.

La ponderación de la competencia se realizó entrevistando a 4 empleados de cada empresa, los cuales calificaron a la empresa en la que labora en los diferentes factores, esta se sumó y dividió en los entrevistados para sacar la ponderación.

En cuanto a B&C Imagen Impresiones Creativas, se entrevistó a empleados como clientes, para sacar una ponderación oportuna mostrando que posee una puntuación de 2,9 un poco debajo de Master color quien posee 3 pero tiene gran trayectoria en Fusagasugá, por ende, se considera aceptable la puntuación de B&C Imagen para una empresa que es reciente en el mercado fusagasugueño y se espera mejore con el tiempo aumentando su puntuación.

FACTORES CRITICOS	
CATEGORIAS	FACTORES
FINANCIERO	No contar con Inversión necesaria para su crecimiento. Falta del control de inventario Costos de cada producto Presupuesto de Ingresos
PERSONAL	Personal Idóneo para las actividades de la empresa Protección en las actividades que lo ameriten
FISICOS	Local Bien ubicado Muestras visiblemente agradables Espacio para trabajar adecuado

Tabla 7: Factores Críticos. Fuente Propia

8.3.2.1. Recursos financieros

En cuanto a los recursos financieros, el establecimiento de comercio B&C imagen Impresiones Creativas conto con un préstamo de familiares y amigos de \$ 3.000.000 para brindar su servicio al público, el cual fue pagado en cuotas mensuales de \$316.000 por 12 meses, así la empresa pago el prestamos que recibió y ahorro un dinero aparte.

Con las ventas que posee se cubrió el préstamo, los costos y gastos de la entidad, y aunque no fue mucho cada mes quedo una utilidad para la empresa, con la cual el primer año de funcionamiento se compró una impresora para sublimación, una máquina para mug con 4 resistencias, diferentes muebles para el establecimiento de comercio y cuenta con un inventario solido hoy en día.

B&C Imagen Impresiones Creativas no desea solicitar préstamos bancarios en el momento, pues se conoce que se paga demasiado por intereses, por ende, mes a mes realiza un ahorro de \$300.000 a \$800.000 dependiendo de las ventas del mes, con el fin de contar con sus propios recursos para compras futuras.

8.3.2.2. Recursos Humanos

B&C imagen Impresiones creativas, cuenta con dos vendedores en el establecimiento de comercio Diana Marcela Bernal Cuellar y Leydy Paola Bernal Cuellar, además de un vendedor externo.

Aunque su personal es reducido se considera que es lo suficiente, pues en cuestiones de diseño y producción se encargada Diana Marcela y en cuestión de ventas y parte contable Leydy Paola, formando un equipo sólido para mantenerse en el mercado.

8.3.2.3. Recursos físicos

B&C Imagen impresiones Creativas cuenta con un local el cual está en arriendo pagando un canon mensual de \$412.000 ubicado en la carrera 6 No. 16^a-86, des el 1 de marzo de 2015 hasta la actualidad. (Anexo 3)

8.3.2.4. Reputación e imagen

B&C Imagen Impresiones Creativas, desea poseer una buena imagen por parte de sus clientes y proveedores, por ello se esmeran día a día para prestar una atención al cliente de una forma adecuada, vender productos con calidad y durabilidad, además de buscar satisfacer a las personas dándole gustos en los diseños que se realizan.

B&C Imagen Impresiones Creativas cuenta con 48 clientes fijos tanto personas naturales como jurídicas los cuales se determinaron por que han realizado 5 o más compras en el establecimiento de comercio. Utilizando una matriz de tamaños muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza (ilustración 5), se propone como tamaño del universo los 48 clientes fijos, con una probabilidad de ocurrencia de 0.5, se pretende obtener un nivel de confianza del 90% y un error máximo del 10% por ello se encuestan 28 clientes.

Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas

N [tamaño del universo]	48
--------------------------------	-----------

← **Escriba aquí el tamaño del universo**

p [probabilidad de ocurrencia]	0,5
---------------------------------------	------------

← **Escriba aquí el valor de p**

Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)
90%	0,05	1,64
95%	0,025	1,96
97%	0,015	2,17
99%	0,005	2,58

Fórmula empleada

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_o = p^*(1-p)^* \left(\frac{Z (1 - \frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$$

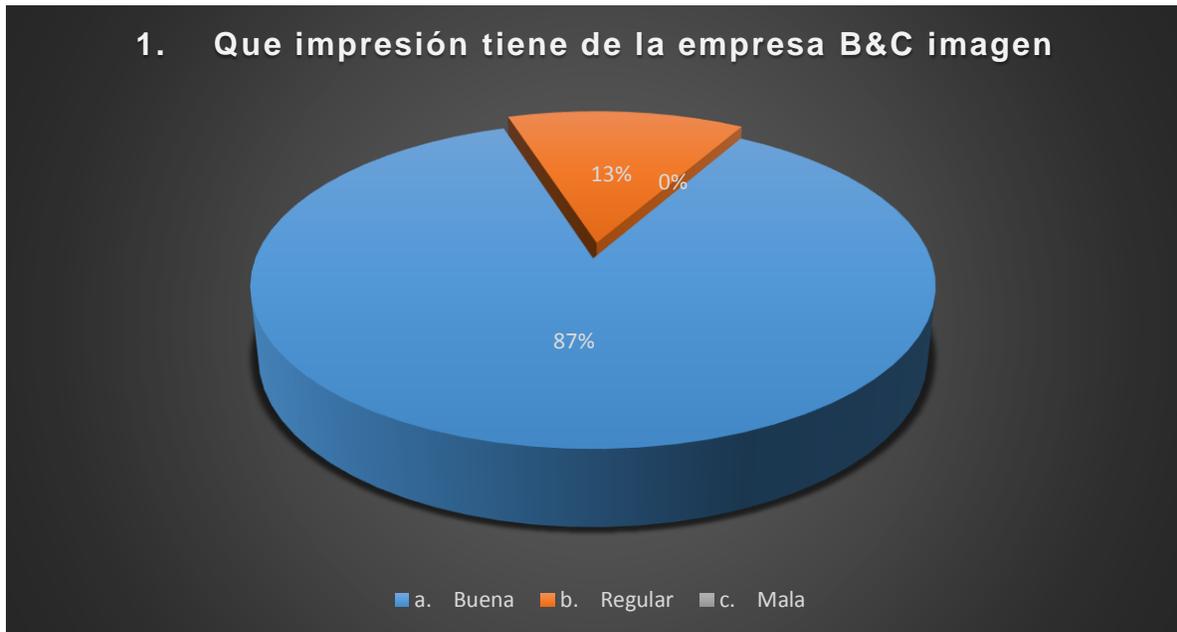
Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 48 con una p de 0,5

Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	28	30	33	36	38	41	43	45	47	48
95%	32	34	36	39	41	43	44	46	47	48
97%	34	36	38	40	42	44	45	46	47	48
99%	37	39	41	42	43	45	46	47	47	48

Ilustración 5: Matriz Tamaños Muestrales

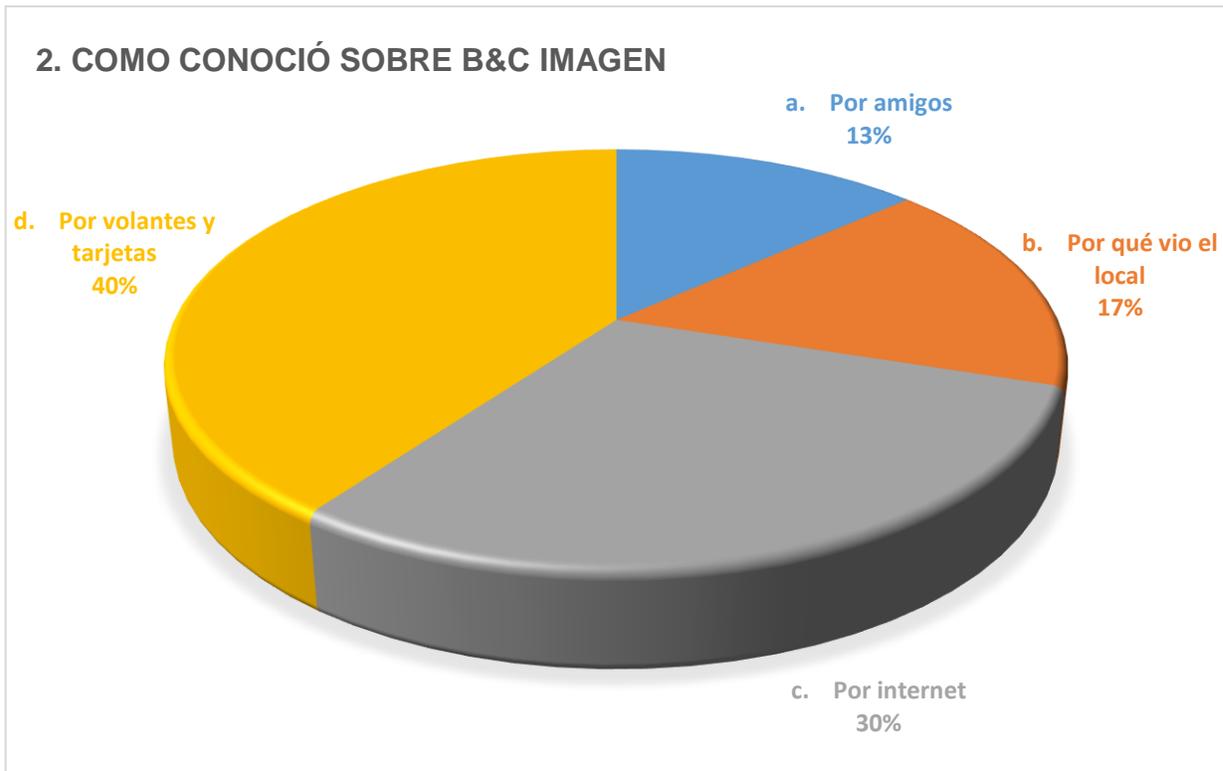
Para conocer la reputación de esta empresa, se realizó una encuesta de 10 preguntas a 28 clientes de la misma con el fin de conocer que piensan de B&C Imagen Impresiones Creativas (Anexo 4), como les pareció el servicio, los productos y demás variables que permita identificar su nivel de satisfacción.

PREGUNTA	Buena	%	Regular	%	Mala	
1. Que impresión tiene de la empresa B&C imagen	25	87%	3	13%	0	0%



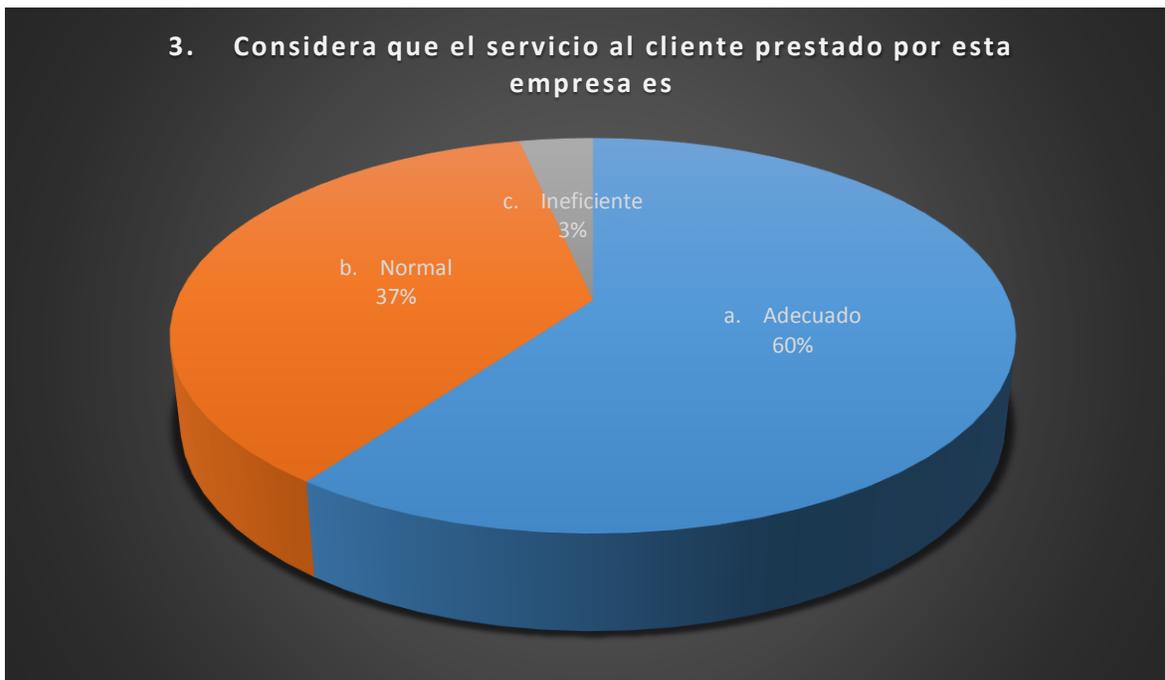
Se observa que al preguntar sobre la impresión que tiene de esta empresa un 87% de las personas encuestadas tienen una buena imagen pues les ha gustado la atención y los productos; un 13% opina que su imagen es regular pues no han asistido con frecuencia o conocen poco de la misma. Ninguno de los encuestados tiene una mala imagen de B&C imagen Impresiones Creativas.

PREGUNTA	Volantes y Tarjetas	%	Amigos	%	Internet	%	Vio el local	%
2. Como conoció sobre B&C IMAGEN	12	40%	4	13%	7	30%	5	17%



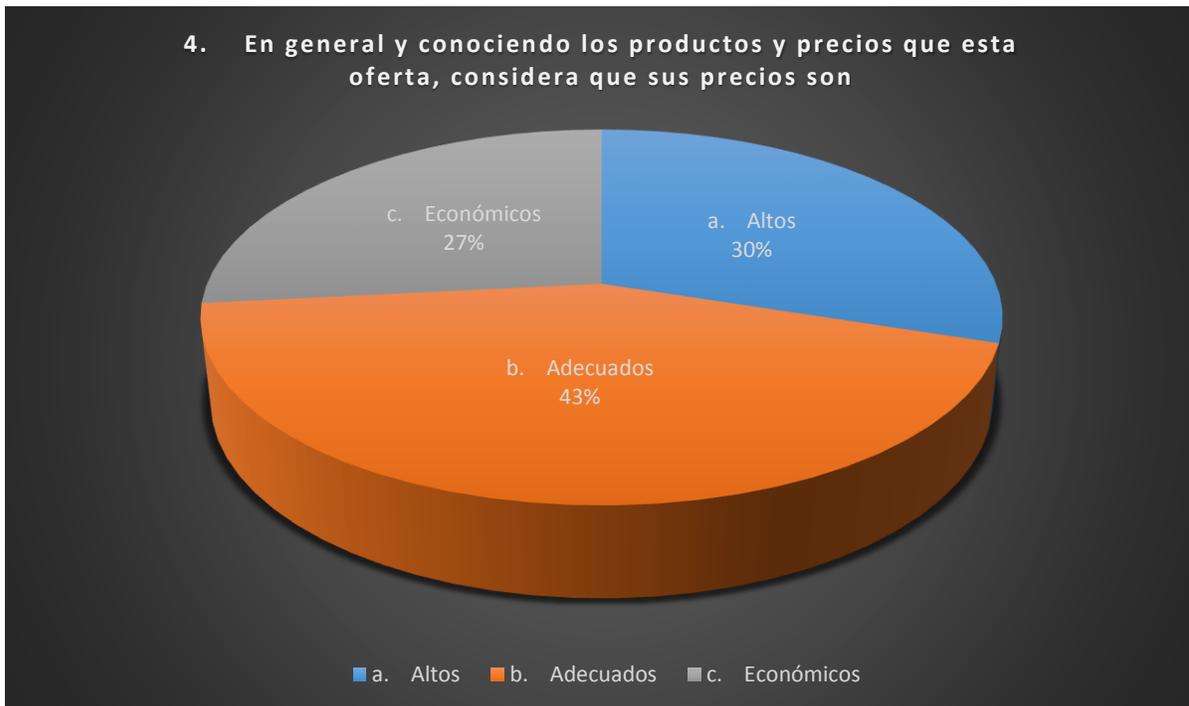
B&C Imagen Impresiones Creativas por medio de la encuesta conoció que la mayoría de clientes se enteró de la empresa por medio de los Volantes y tarjetas que la misma ha repartido en un 40%, le sigue el internet con un 30% lo cual demuestra que al utilizar las nuevas tecnologías se pueden captar nuevos mercados, un 17% llegó al local porque lo vio en algún momento, les pareció curioso porque no sabían del lugar y decidieron ir a preguntar; por último un 13% ha conocido de la empresa por amigos y conocidos.

PREGUNTA	Adecuado		Normal		Ineficiente	
	Count	Percentage	Count	Percentage	Count	Percentage
3. Considera que el servicio al cliente prestado por esta empresa es	17	60%	10	37%	1	3%



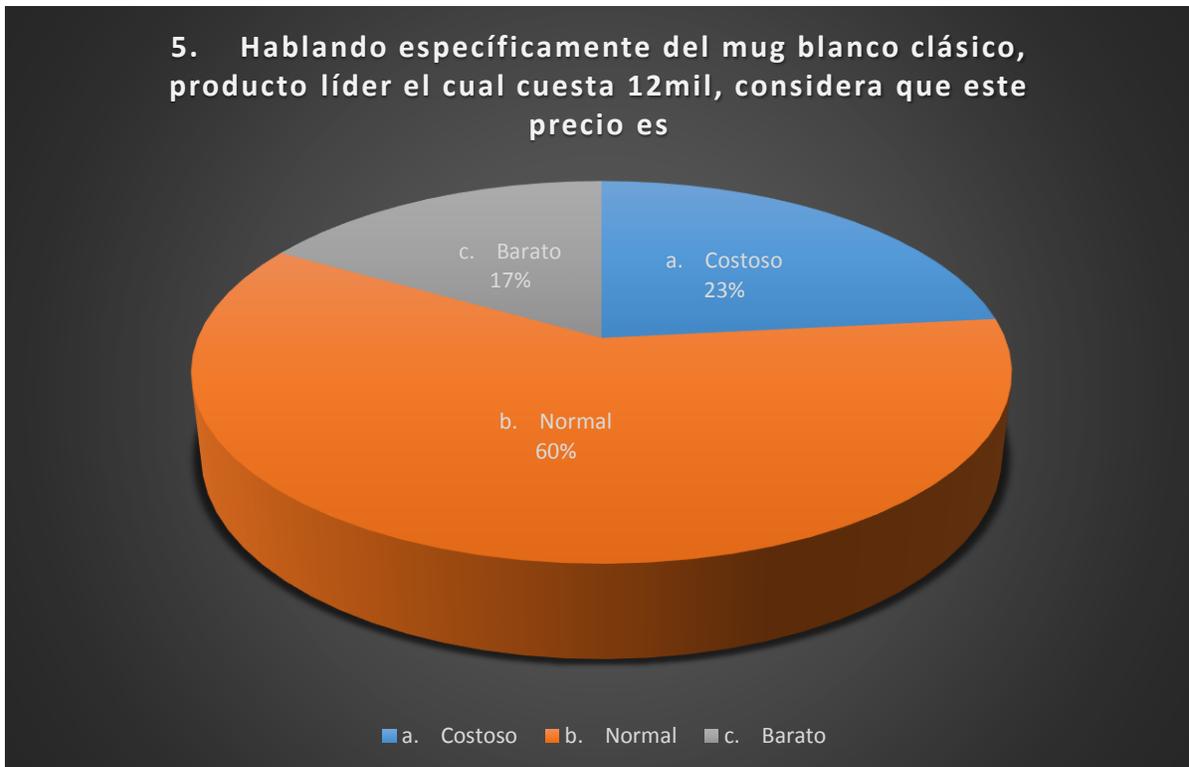
B&C Imagen Impresiones Creativas no posee personal con experiencia o títulos de atención al cliente, pero sus propietarias y vendedoras se esmeran por prestar la mejor atención resolviendo las diferentes inquietudes de las personas dando a conocer su portafolio de productos, y se observa con 60% considera que el servicio prestado al cliente es el adecuado, el 37% considera que es un servicio normal siendo este estandarizado como se espera que se atienda a una persona cuando va a comprar y un 3% considera que es ineficiente pues no contestaron lo que preguntaran. Teniendo en cuenta las respuestas favorables y negativas se debe realizar una mejora para una satisfacción total.

PREGUNTA	Adecuado		Altos		Económicos	
4. En general y conociendo los productos y precios que esta oferta, considera que sus precios son	11	43%	9	30%	8	27%



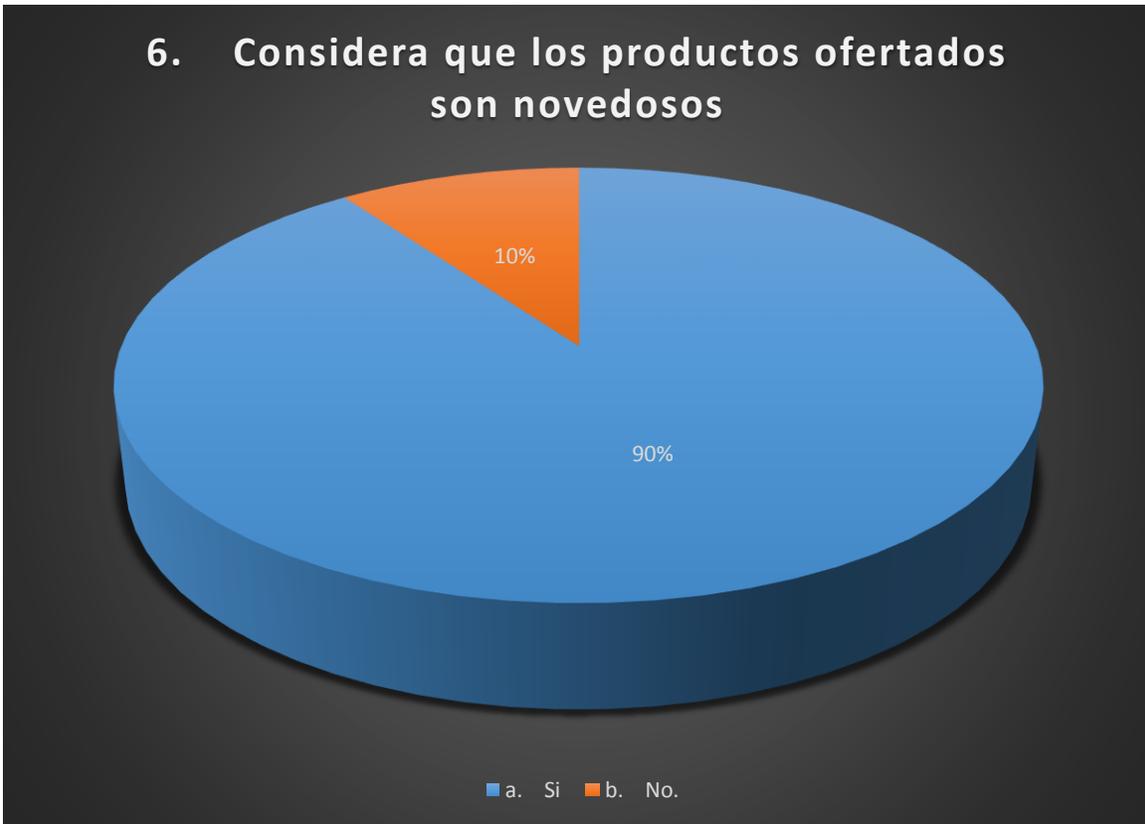
Se observa que un 43% define que son precios adecuados, un 30% considera que alguno de los productos tiene precios Altos y un 27% consideran que son precios económicos para ser productos de tan buena calidad.

PREGUNTA	Costoso		Normal		Barato	
	5. Hablando específicamente del mug blanco clásico, producto líder el cual cuesta 12mil, considera que este precio es	7	23%	17	60%	5



El producto de mayor venta en B&C Imagen Impresiones Creativas es el Mug Clásico el cual cuesta \$12.000 por unidad y a mayor cantidad sale más económico, el 23% considera que es un precio costoso y debería ser más económico porque es un producto muy bonito y útil, un 60% opina que el precio es normal, es decir el adecuado para el producto y justo para el producto; y un 17% considera que es barato el producto.

PREGUNTA	SI		NO	
6. Considera que los productos ofertados son novedosos	17	25%	3	10%



B&C Imagen impresiones Creativas se esmera día a día por ofrecer productos novedosos, personalizados buscando que no sea comunes, para sorprender en diferentes ocasiones por ende un 90% de los encuestados considero que los productos son novedosos y tan solo un 10% no lo considero así.

PREGUNTA	Mugs		Camisetas		Cojines		Llaveros	
7. Que producto se le hace más llamativo	12	43%	3	10%	11	40%	2	7%



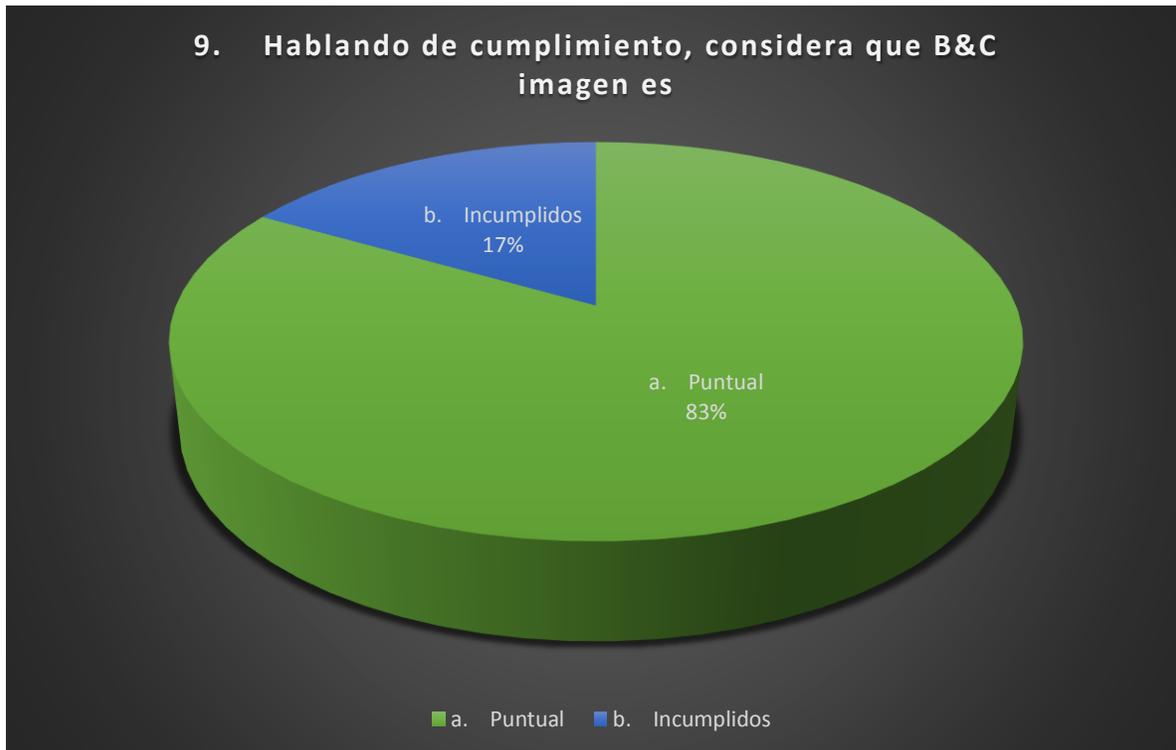
Al preguntar que producto se les hace más llamativo un 43% opino que los mugs por sus formas, tamaños y colores, un 40% contestó que los cojines son novedosos y diferentes; un 10% dijo que las camisetas por los estampados y la calidad de la tela; por ultimo un 7% les gusto los llaveros por sus formas; otros dijeron las piedras, pero por el precio no les llamaba del todo la atención.

PREGUNTA	Favorable		Desfavorable	
	8. Su imagen ante esta empresa es	26	93%	2



Un 93% tiene una imagen favorable hacia la empresa B&C Imagen Impresiones Creativas considerando que posee buenos productos y atiende de la mejor manera, siendo cumplidos en los pedidos, pero un 7% opina que es desfavorable porque tuvieron una mala experiencia, como que el producto no quedo como ellos imaginaban.

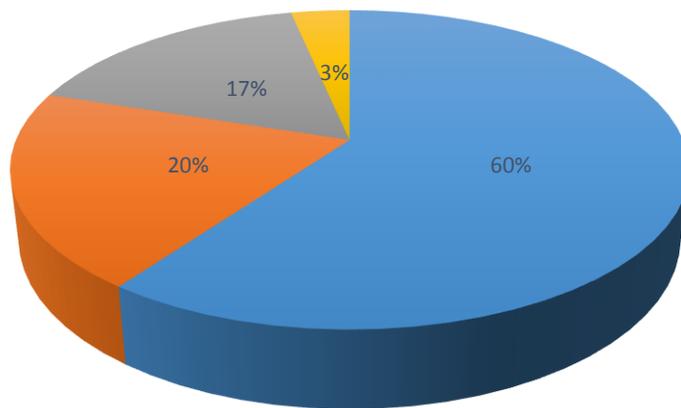
PREGUNTA	Cumplidos		Incumplidos	
	9. Hablando de cumplimiento, considera que B&C imagen es	23	83%	5



B&C Imagen Impresiones Creativas desea que se le reconozca por su calidad y su cumplimiento en los trabajos, es un trabajo que se realiza día a día ser cumplidos minimizando quedar mal a los clientes, poco a poco esto lo logran y se observa que el 83% de las personas encuestas opinan que son puntuales y un 17% opinan que son incumplidos, esto se va a estudiar para buscar minimizar el porcentaje que posee una mala imagen de la empresa.

PREGUNTA	Creciendo		Más de 2 Locales		Trasladándose		Cerrado	
	16	60%	6	20%	5	17%	1	3%
10. Pensando en un futuro, usted vería a B&C imagen:								

10. Pensando en un futuro, usted vería a B&C imagen:



- a. Creciendo
- b. Teniendo más de dos locales comerciales
- c. Trasladándose de Fusagasugá
- d. Cerrada

B&C Imagen Impresiones Creativas nace como un negocio familiar pero realmente desea expandirse, crecer para ser sólidos con el fin de abarcar diferentes mercados para suplir ciertas necesidades y es grato conocer que el 60% de los encuestados opinan que en un futuro B&C Imagen Impresiones creativas Crecerá y se expandirá, un 20% opina que tendrá más de 2 locales, un 17% opina que se trasladara del municipio y un 3% dice que cerrara sus puertas.

Conociendo las diferentes opiniones de los clientes encuestas, se observa que B&C Imagen Impresiones Creativas posee una buena imagen la cual con esmero y esfuerzo puede mejorar, sus clientes se sienten cómodos con el servicio, los productos son variados y novedosos, además de que son rápidos al estar listos con una buena calidad. La mayoría dicen que son cumplidos, pero será una meta de esta empresa brillar por su cumplimiento y calidad, siendo cada día más responsables con cada cliente quienes le dan vida al negocio. Se pretende dar a conocer el establecimiento de comercio por medio de publicidad como volantes y tarjetas.

8.4. CONFIGURACION DE LA EMPRESA

8.4.1. Estructura económica

B&C Imagen Impresiones Creativas en la actualidad cuenta con diferentes activos en la empresa que suman un aproximado de \$12.000.000 los cuales son:

MAQUINARIA Y EQUIPO

- Computador de Mesa de 1tera y 4b
- Computador de mesa especial para diseño gráfico.
- Portátil DELL
- Impresora Epson T50
- Disco extraíble Toshiba de 1 Tera
- Impresora T50 Tinta sublimación
- Impresora Epson L210 Multifuncional Tinta original
- Tableta Grafica Bamboo
- Teléfono Inalámbrico
- Termo fijadora Plana 38cm x 38cm
- Maquina Para mug Negra
- Máquina para Mug 4 en 1
- Selladora Botones 5.5
- Selladora Carnets
- Impresora Canon 10x15
- Cámara negra canon
- Cámara roja Nikon
- Cámara Nikon Morada Colpix
- Estampadora de Gorras
- Laminadora
- Anilladora
- 2 Cosedora Revistera
- Cosedora Industrial
- 3 Remachadoras
- 2 Taladros
- Caja de herramienta
- Escalera en aluminio de 5 pasos

MUEBLES Y ENSERES

- Vitrina en aluminio con tres entrepaños
- Mueble PACMAN muestras
- Mueble mostrador
- Escritorio para pc
- Escritorio para impresoras
- Silla Ejecutiva
- Silla alta negra
- Silla rimax Azul
- 5 Repisas en mdf
- 4 repisas en vidrio
- Maniquí hombre pecho
- Maniquí dama pecho
- 4 mostradores de gorra
- División en aluminio con vidrio y madera
- Escritorio de madera
- Escritorio metálico
- Silla de madera
- Aviso 2mts x 0.70cm
- Estante Metálico de 6 Entrepaños
- Mesa Madera de 2mts x 0.50
- Mostrador manillas cinta

8.4.2. Estructura legal

B&C imagen Impresiones Creativas está constituida en el régimen Simplificado, (Artículo 499 Estatuto Tributario) cumpliendo con los términos para ser considerada como una microempresa ya que su planta de trabajadores no supera los 10 empleados, (Ley 590 de 2000) y posee un solo establecimiento de comercio ubicado en la carrera. 6 No. 16-86.

El establecimiento de comercio B&C Imagen Impresiones Creativas se registra ante la cámara y comercio el 17 noviembre de 2014 a nombre de Leydy Paola Bernal Cuellar como persona natural responsable de ventas del régimen simplificado, con actividad comercial 7310 Publicidad y 7420 Actividades de fotografía.

8.4.3. Estructura financiera

8.4.3.1. Balance inicial 2014 agosto

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS	
NIT: 1069747731-4	
BALANCE INICIAL AGOSTO 2014	
ACTIVO	PASIVO
Activo Circulante	Pasivo Circulante
Caja	Proveedores
Bancos	Acreeedores
Inversiones a corto plazo	Intereses por pagar
Cuentas por cobrar	ISR por pagar
Inventario	Anticipo de clientes
Total, Activo Circulante	Total, Pasivo Circulante
\$3.000.000	\$3.000.000
Activo Fijo	Pasivo a Largo Plazo
Edificios	Documentos por pagar a largo plazo
Terrenos	Total, Pasivo Largo Plazo
Muebles y enseres	\$0
Maquinaria y equipo	
Equipo de Computo	
Total, Activo Fijo	SUMA DEL PASIVO
\$4.350.000	\$3.000.000
Activo diferido	CAPITAL CONTABLE
Rentas pagadas por anticipado	Capital social
Otros activos diferidos	Reservas
Total, Activo Diferido	Resultados de ejercicios anteriores
\$0	Resultados del ejercicio
SUMA DEL ACTIVO	Total, Capital contable
\$7.350.000	\$4.350.000
	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE
	\$4.350.000
	SUMA DEL PASIVO + CAPITAL
	\$7.350.000

Ilustración: Balance Inicial agosto 2014

8.4.3.2. Balance General Agosto a diciembre 2014

BALANCE GENERAL			
DICIEMBRE 31 DE 2014			
ACTIVO		PASIVO	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Caja	\$750,000	Proveedores	
Bancos	\$600,000	Acreedores	\$1,418,000
Inversiones a corto plazo		Intereses por pagar	
Cuentas por cobrar		Cuentas por Pagar	
Inventario	\$300,000	Anticipo de clientes	
Total, Activo Circulante	\$1,650,000	Total, Pasivo Circulante	\$1,418,000
Activo Fijo		Pasivo a Largo Plazo	
Edificios		Documentos por pagar a largo plazo	
Terrenos		Total, Pasivo Largo Plazo	\$0
Muebles y enseres	\$1,500,000		
Maquinaria y equipo	\$2,650,000		
Equipo de Computo	\$1,050,000		
Depreciación Acumulada	-\$208,000		
Total, Activo Fijo	\$4,992,000	SUMA DEL PASIVO	\$1,418,000
Activo diferido		CAPITAL CONTABLE	
Rentas pagadas por anticipado		Capital social	\$4,350,000
Otros activos diferidos		Reservas	
Total Activo Diferido	\$0	Resultados de ejercicios anteriores	
		Resultados del ejercicio	\$874,000
SUMA DEL ACTIVO	\$6,642,000	Total, Capital contable	\$5,224,000
		SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	\$5,224,000
		SUMA DEL PASIVO + CAPITAL	\$6,642,000

Ilustración 6: Balance General 2014

8.4.3.3. Estado de Resultados Agosto a diciembre 2014

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS NIT: 1069747731-4 ESTADO DE RESULTADOS DICIEMBRE 31 DE 2014	
Ingresos	
Ventas Brutas	\$20,800,000
(-) Devoluciones	\$0
Ventas Netas	\$20,800,000
Costo de las Ventas	
Costo de las ventas	\$11,768,000
Total, costo de Ventas	\$11,768,000
Utilidad Bruta	\$9,032,000
Gastos	
Publicidad	\$90,000
Gastos Bancarios	\$0
Mano de obra contratada	\$100,000
Mantenimiento	\$20,000
Gastos administrativos	\$2,000,000
Depreciación	\$208,000
Gastos operativos	\$300,000
Servicios Públicos	\$640,000
Sueldos y salarios	\$4,800,000
Total, Gastos	\$8,158,000
Utilidad Neta	\$874,000

Ilustración 7: Estado de Resultados 2014

8.4.3.4. Balance General 2015

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS

NIT: 1069747731-4
BALANCE GENERAL
DICIEMBRE 31 DE 2015

ACTIVO		PASIVO	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Caja	\$900,000	Proveedores	\$0
Bancos	\$1,500,000	Acreedores	\$0
Inversiones a corto plazo		Intereses por pagar	\$0
Cuentas por cobrar	\$460,000	Cuentas por Pagar	\$800,000
Inventario	\$500,000	Anticipo de clientes	\$0
Total, Activo Circulante	\$3,360,000	Total, Pasivo Circulante	\$800,000
Activo Fijo		Pasivo a Largo Plazo	
Edificios		Documentos por pagar a largo plazo	
Terrenos		Total, Pasivo Largo Plazo	\$0
Muebles y enseres	\$4,880,000		
Maquinaria y equipo	\$4,800,000		
Equipo de Computo	\$2,300,000		
Deprecia con acumulada	\$1,428,000		
Total, Activo Fijo	\$10,552,000	SUMA DEL PASIVO	\$800,000
Activo diferido		CAPITAL CONTABLE	
Rentas pagadas por anticipado		Capital social	\$5,350,000
Otros activos diferidos		Reservas	\$3,000,000
Total, Activo Diferido	\$0	Resultados de ejercicios anteriores	\$0
SUMA DEL ACTIVO	\$13,912,000	Resultados del ejercicio	\$4,762,000
		Total, Capital contable	\$13,112,000
		SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	\$13,112,000
		SUMA DEL PASIVO + CAPITAL	\$13,912,000

Ilustración 8: Balance General 2015

8.4.3.5. Estado de Resultados 2015

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS NIT: 1069747731-4 ESTADO DE RESULTADOS DICIEMBRE 31 DE 2015	
Ingresos	
Ventas Brutas	\$59,400,000
(-) Devoluciones	\$0
Ventas Netas	\$59,400,000
Costo de las Ventas	
Costo de las ventas	\$30,678,000
Total, costo de Ventas	\$30,678,000
Utilidad Bruta	\$28,722,000
Gastos	
Publicidad	\$450,000
Gastos Bancarios	\$0
Mano de obra contratada	\$232,000
Mantenimiento	\$80,000
Gastos administrativos	\$5,000,000
Gastos depreciación	\$1,428,000
Gastos operativos	\$450,000
Servicios Públicos	\$1,920,000
Sueldos y salarios	\$14,400,000
Total, Gastos	\$23,960,000
Utilidad Neta	\$4,762,000

Ilustración 9: Estados de Resultados 2015

8.4.3.6. Balance General Enero a marzo 2016

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS NIT: 1069747731-4 BALANCE GENERAL Enero Marzo 2016			
ACTIVO		PASIVO	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Caja	\$900,000	Proveedores	\$0
Bancos	\$1,800,000	Acreedores	\$0
Inversiones a corto plazo		Intereses por pagar	\$0
Cuentas por cobrar	\$520,000	Cuentas por Pagar	\$2,200,000
Inventario	\$400,000	Anticipo de clientes	\$0
Total, Activo Circulante	\$3,620,000	Total, Pasivo Circulante	\$2,200,000
Activo Fijo		Pasivo a Largo Plazo	
Edificios		Documentos por pagar a largo plazo	
Terrenos		Total, Pasivo Largo Plazo	\$0
Muebles y enseres	\$4,880,000		
Maquinaria y equipo	\$4,800,000		
Equipo de Computo	\$3,755,000		
Total, Activo Fijo	\$13,435,000		
Activo diferido		SUMA DEL PASIVO	
Rentas pagadas por anticipado			\$2,200,000
Otros activos diferidos		CAPITAL CONTABLE	
Total, Activo Diferido	\$0	Capital social	\$8,000,000
		Reservas	\$5,000,000
		Resultados de ejercicios anteriores	\$0
		Resultados del ejercicio	\$1,855,000
		Total, Capital contable	\$14,855,000
SUMA DEL ACTIVO		SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	
	\$17,055,000		\$14,855,000
		SUMA DEL PASIVO + CAPITAL	
			\$17,055,000

Ilustración 10: Balance General enero a marzo 2016

8.4.3.7. Estado de Resultados 2016

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS NIT: 1069747731-4 ESTADO DE RESULTADOS Enero -Marzo 2016	
Ingresos	
Ventas Brutas	\$13,785,000
(-) Devoluciones	\$0
Ventas Netas	\$13,785,000
Costo de las Ventas	
Costo de las ventas	\$5,376,150
Total, costo de Ventas	\$5,376,150
Utilidad Bruta	\$8,408,850
Gastos	
Publicidad	\$0
Gastos Bancarios	\$0
Mano de obra contratada	\$0
Mantenimiento	\$95,000
Gastos administrativos	\$1,212,000
Gastos operativos	\$116,850
Servicios Públicos	\$330,000
Sueldos y salarios	\$4,800,000
Total, Gastos	\$6,553,850
Utilidad Neta	\$1,855,000

Ilustración 11: Estado de resultados Enero a marzo 2016

Se adelantó la contabilidad del establecimiento de comercio con el fin de realizar balances y estados de resultado, para así tener una visión real de cómo ha funcionado el establecimiento de comercio. En el plan de mejoramiento la presente estructura financiera se compara con la transición que se debe realizar según la ley 1314 y el decreto 2706 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas, ya que este establecimiento entraría en el grupo 3 aplicando las NIIF para Microempresas, con el fin de estar en concordancia a la nueva reglamentación en Colombia.

8.4.3.8. Rotación de Cartera

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS			
NIT: 1069747731-4			
Rotación de Cartera			
[7] ROTACION DE CARTERA = $\frac{\text{CUENTAS POR COBRAR PROMEDIO} * 360}{\text{VENTAS}}$ = días			
2014-2015	230000	360	1,39
	59400000		

Se realizó un promedio de las cuentas por cobrar del año 2014 y 2015, se observa que en este periodo en un día se recuperan las ventas por cobrar. B&C Imagen Impresiones Creativas vende de contado, evitando dejar dinero por cobrar a más de un mes.

8.4.3.9. Utilidad Bruta sobre Gastos Fijos

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS			
NIT: 1069747731-4			
Utilidad Bruta Sobre Gastos Fijos			
UTILIDAD BRUTA / GASTOS FIJOS			
2014	\$	9.032.000	\$ 7.950.000 1,14
2015	\$	28.722.000	\$ 22.532.000 1,27
2016	\$	8.408.850	\$ 6.553.850 1,28

Se observa que los gastos fijos cuentan con una buena cobertura en los tres años, a marzo de 2016 por cada peso en gastos fijos se tiene \$1.28 para respaldarlos.

8.4.3.10. Rendimiento sobre el Patrimonio

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS					
NIT: 1069747731-4					
Rendimiento sobre Patrimonio					
UTILIDAD NETA / PATRIMONIO					
2014	\$	1.082.000	\$	5.432.000	19,92%
2015	\$	6.190.000	\$	14.540.000	42,57%
2016	\$	1.855.000	\$	14.855.000	12,49%

B&C Imagen Impresiones Creativas es un negocio rentable, ya que tomando de enero a diciembre del año 2014 se indica que por cada peso que se invierte el negocio genera un 42% de rendimiento sobre el patrimonio. Y tomando de enero a marzo de 2016 se observa un rendimiento sobre el patrimonio del 12% por lo que lleva del año.

8.4.3.11. Estructura del Capital

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS					
NIT: 1069747731-4					
Estructura del Capital					
PASIVO / PATRIMONIO					
2014	\$	1.418.000	\$	5.432.000	26,10%
2015	\$	800.000	\$	14.540.000	5,50%
2016	\$	2.200.000	\$	14.855.000	14,81%

Se observa que en el año 2014 la estructura del capital estaba conformada en un 26.10% por proveedores, se entiende ya que fue el año que comenzó a funcionar el negocio, pero ya en el año 2015 este porcentaje se redujo al 5.50% del patrimonio aportado por proveedores, y en el primer trimestre del año 2016 aumento debido a la compra de maquinaria pero se espera que al finalizar el año este porcentaje vuelva a disminuir.

8.4.4. Dirección y administración

B&C imagen Impresiones Creativas, nace al unir los apellidos de la propietaria Bernal & Cuellar, Imagen porque está relacionada a todo lo que tenga que ver con publicidad e Impresiones Creativas por la variedad de productos en los cuales estampan a gusto de cada cliente. Esta empresa está localizada en el municipio de Fusagasugá con un establecimiento de comercio ubicado en la carrera. 6 No. 16ª-86 Barrio Balmoral.

En cuanto a un organigrama no lo tienen definidos como tal por su reducido personal, pues las dos personas que laboran allí realizan las actividades que sean necesarias como Vender, diseñar, Imprimir, estampar y de más actividades. Aun así, se realiza un Modelo de organigrama con el fin que más adelante sea estructurado a gusto de la empresa.

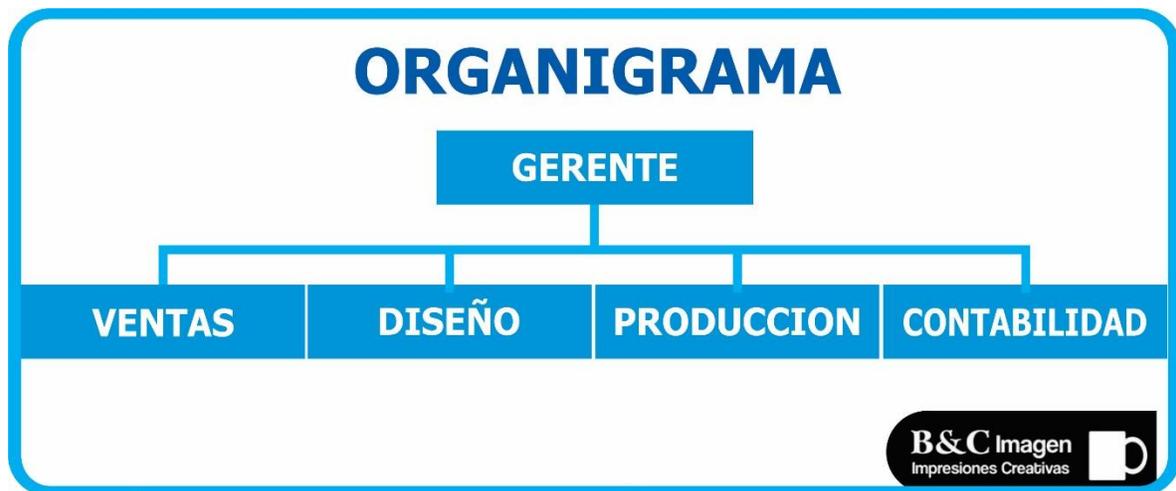


Ilustración 12: Organigrama. Fuente: Leydy Paola Bernal Cuellar

8.4.5. Productos



Ilustración 13: Producto Mug cuchara y Mug recuadro



Ilustración 14: Producto Mug Color y Mug Dorado



Ilustración 15: Producto Billetera y Cojín



Ilustración 16: Producto Camisas estampadas Lino y Lycra.



Ilustración 17: Producto Rompecabezas y Foto set

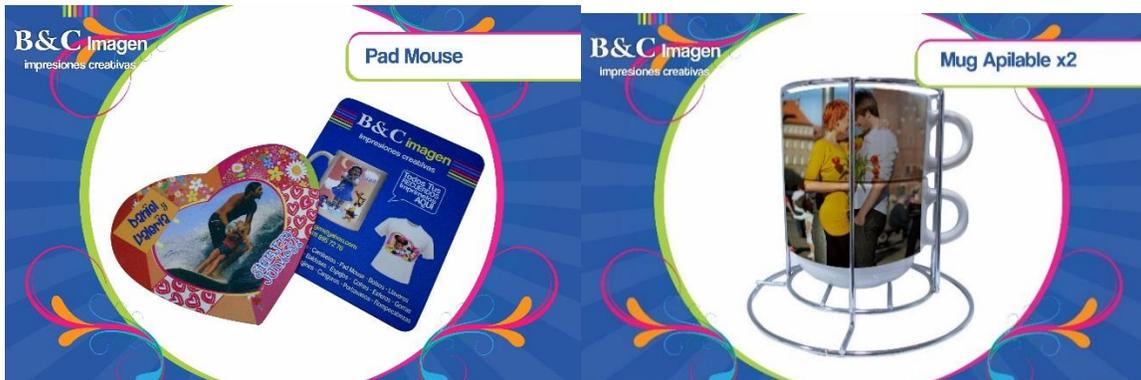


Ilustración 18: Producto Pad Mouse y Mug Apilable



Ilustración 19: Producto Marco en Vidrio y Llaveros metálicos



Ilustración 20: Producto Espejos y Mug cervecero



Ilustración 21: Producto Caramañola y Termo Bebe



Ilustración 22: Producto Piedras



Ilustración 23: Producto Apilable x4 y Marco Vidrio

8.4.6. Localización

Esta empresa estará localizada en el municipio de Fusagasugá con un establecimiento de comercio ubicado en la carrera. 6 No. 16ª-86 Barrio Balmoral.

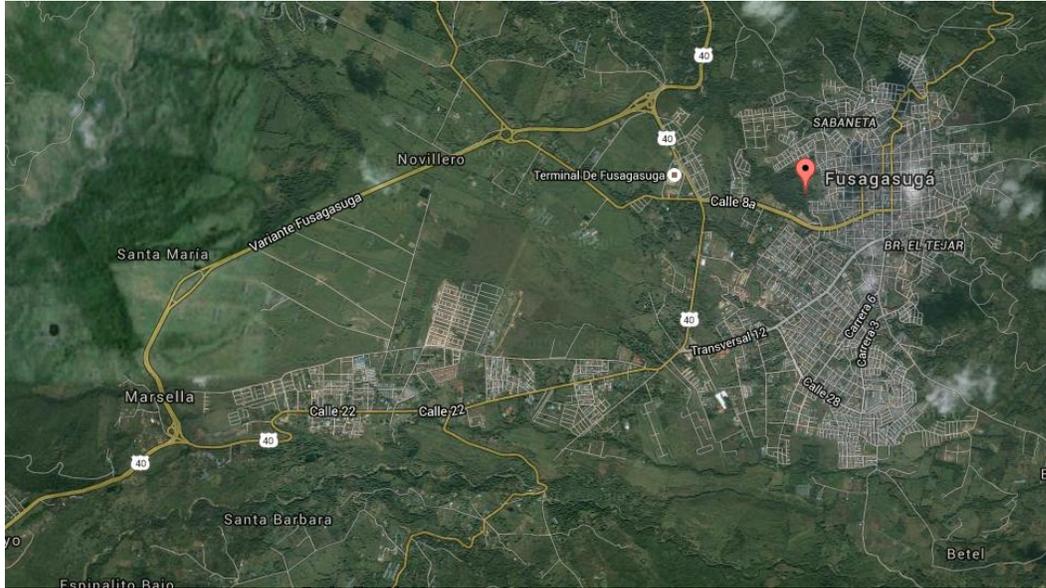


Ilustración 24: Mapa Fusagasugá

Fuente: mapas guiarte.com

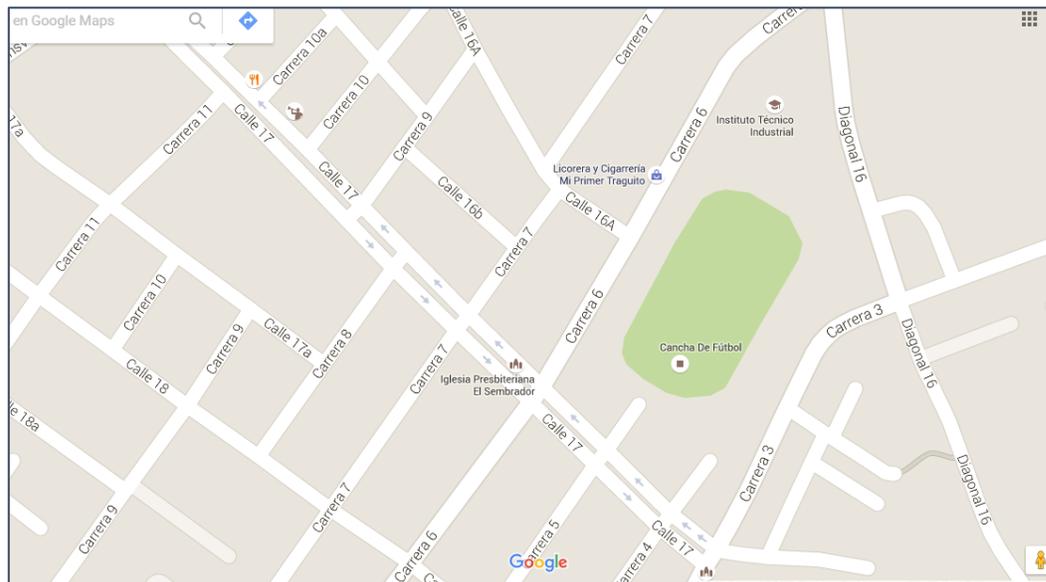


Ilustración 25: Ubicación carrera. 6 No. 16a- 86 Balmoral

Fuente: Google Maps



Ilustración 26: Local B&C Imagen impresiones Creativas

Fuente: B&C Imagen Impresiones Creativas

8.4.7. Estrategia comercialización

B&C Imagen Impresiones creativas no posee unas estrategias de comercialización definidas, pero si promociona sus productos por diferentes métodos como:

- B&C Imagen Impresiones Creativas promociona la empresa por medio de la radio en la emisora Nueva época en diferentes horarios, lanzando una cuña.
- Lanzamiento de la empresa a través de redes sociales Facebook e Instagram, publicando con frecuencia los productos nuevos, novedosos y de precios cómodos. Además, se publican los productos vendidos a diferentes clientes para demostrar la calidad del trabajo, por medio de estas redes se ha vendido diferentes productos en varios sitios de Colombia realizando los envíos por Interrapidísimo y envía.
- B&C Imagen Impresiones Creativas contrata muchachos para la entrega de volantes y tarjetas de la empresa en puntos estratégicos de Fusagasugá como es el parque principal, avenida de las palmas, salida de colegios y en el éxito.
- El potencial más fuerte que posee B&C Imagen impresiones 7creativas para comercializar sus productos es por medio de la atención al cliente, donde se cuenta que se ofrece, precios y formas de hacer cada producto.
- El medio de comercialización más usado es voz a voz, el cual se utiliza con frecuencia contando a diferentes personas lo que vende en este establecimiento de comercio, para convencerlos que pasen a visitar y de paso a conocer los productos.

Además, se pretende conseguir una buena relación con el cliente, visitándolos o llamándolos de vez en cuando para conocer que necesitan y ofertar los productos nuevos, además se busca conseguir nuevos clientes y generar contactos con la alcaldía, registradora, entre otras empresas del sector público y privado que puedan ser clientes potenciales.

9. PLAN DE MEJORAMIENTO

9.1. PROPUESTA DE REORGANIZACION Y ESTRATEGIAS

B&C Imagen Impresiones Creativas en el año 2016 cumplirá 2 años de funcionamiento con atención al público, por ende, es de vital importancia que realice ciertas estrategias para mejorar sus ventas y opte por una reestructuración organizacional, para así crecer en el mercado de una forma organizada, enfocándose en su parte contable.

Se propone ofrecer productos a precios que dejen un buen margen de utilidad, para ello se creó una estructura de costos de cada producto, teniendo en cuenta que las mercancías no son compradas siempre en el mismo lugar y quienes posee precios diferentes; además se sugiere realizar diferentes catálogos para los productos que ofertan ya sea para mostrarlos de forma virtual a quienes no conocen el local ya que no pueden verlos personalmente, y físicos; se necesita con urgencia otros medios para promocionar el negocio tales como radio, televisión, perifoneo o repartir volantes con mayor frecuencia; además B&C Imagen impresiones Creativas no lleva un inventario constante de los productos que tiene en existencia, ya que un problema que lo aqueja con frecuencia es vender productos que no posee y al momento de solicitarlos al proveedor es posible que este esté agotado quedando mal con el cliente final, por ello es necesario el instrumento para el control del mismo.

La base fundamental de un negocio prospero radica en su organización interna, conociendo los balances de esta empresa que se realizaron este año pues no se llevaba un control del mismo, se observa que las ventas han sido buenas pues se cubren los costos y gastos dejando una utilidad para que la empresa invierta en ella misma en maquinaria y equipo para ofertar más productos con mayor calidad.

Observando las falencias del establecimiento de comercio, en busca de una mejora se realizó:

- Diferentes estrategias para mejorar sus ventas, en cuanto a sus catálogos para hacerlo llamativo al público, se intensifico el uso de redes sociales para promocionar el establecimiento de comercio buscando finalizar ventas haciendo uso de las diferentes herramientas tecnológicas. Se realizó un modelo de Factura y a su vez se llevó el control de facturación en un instrumento en Excel.
- B&C Imagen Impresiones Creativas, según la nueva normatividad en Colombia es considerada una microempresa, por ende pertenece al grupo 3

de las NIIF y debe llevar su contabilidad conforme a la ley 1314 de 2009 y el decreto 2706 de 2012, donde se establece unas fechas para la aplicación de la misma, por ello la contabilidad fue comparada en el proceso de transición para la aplicación de las NIIF para Microempresas respecto a la información financiera obtenida del año 2014, donde se inició la construcción del primer año de información financiera de acuerdo a los nuevos estándares y se realizan los últimos estados financieros conforme al decreto 2649 de 1993 a corte 31 de diciembre de 2014; según la fecha de aplicación desde el 1 de enero al 31 de Diciembre 2015, B&C Imagen Impresiones Creativas comenzó a aplicar los nuevos estándares con el fin de cumplir con la fecha del primer reporte, la cual es el 31 de Diciembre de 2015, donde se presentan los primeros estados financieros comparativos de acuerdo con los nuevos estándares. Esto se realizó con el fin de llevar su contabilidad adecuadamente, aunque no está obligada a hacerlo.

- Se creó un instrumento de causación básica de la contabilidad del establecimiento para que se lleve las ventas diarias con el fin de que cada mes sea más fácil su control. Se realizó una proyección de Ingresos a 5 años con el fin de demostrar la viabilidad económica del Establecimiento de comercio y su buen futuro si es administrado con responsabilidad.
- Con el fin de mejorar la entrada y salida de productos, se realizó un control de inventarios por medio del sistema de Inventario permanente ya que este permite el control constante de los inventarios, pues se lleva el registro de cada unidad que ingresa y sale del inventario además este sistema permite la determinación del costo de cada producto al momento de la venta. Se realizó un instrumento en Excel mediante el formato de las tarjetas Kardex, en donde se lleva el registro de cada unidad, su valor, fecha de entrada y salida. La valuación de los inventarios se realizó por el método del promedio ponderado puesto que los productos se adquieren en fechas diferentes con precios diferentes y este método da un costo real.
- Se realizó una matriz de costos de los productos utilizando el sistema de Producción por Lotes pues es el ideal para microempresas ya que su producción es limitada y sus procesos no son permanentes, además B&C Imagen Impresiones Creativas oferta diferentes productos en cantidades limitadas y este sistema se adecua a las necesidades de este establecimiento de comercio. Sus costos directos de Fabricación son en cuanto a su materia Prima: El producto en blanco, Papel textil, Tinta de sublimación, Mano de obra directa calculada en base al salario mínimo legal vigente y los Costos indirectos de fabricación se tomaron por porcentajes en cuanto al servicio público de la luz, además de la depreciación de la maquinaria y su mantenimiento.

9.2. ESTRATEGIAS

9.2.1. Productos

- Se Realizaron catálogos de productos de manera organizada para poder mostrar al cliente los diferentes productos y servicios que se ofrecen en B&C Imagen Impresiones Creativas, tales como el catálogo de mug, catálogo de gorras, catálogo de camisas, catalogo tarjetas de invitaciones y tarjetas de presentación.
- Se organizaron los productos de una manera llamativa, pues cuenta con un mostrador en forma de pacman siendo este una forma llamativa e innovadora de mostrador (Anexo 4) y es algo curioso, por ende, se organizaron los mostradores con productos para una mejor visibilidad. (Anexo 5)

9.2.2. Mercados

B&C Imagen Impresiones Creativas opta por llegar a diferentes mercados en el municipio como por ejemplo las grandes empresas tales como COOTRANSFUSA, Rey de Reyes, Emserfusa, además de colegios públicos y privados, teniendo en cuenta también los pequeños comerciantes del municipio y sus alrededores de la región del Sumapaz como las iglesias de los diferentes municipios. Se incentivó la repartición de volantes dos fines de semana por mes.

Además de ello se busca promocionarse por medio de redes sociales ya que es un servicio gratuito en el cual acceden demasiadas personas de diferentes lugares, quienes podrán ver los productos que oferta la empresa, conocer sus precios, realizar los diseños que guste, y si es necesario se ofrecerá el servicio de domicilio dentro del municipio sin ningún cobro adicional.

Para ello B&C Imagen Impresiones Creativas abre una página en la red social Facebook publicando los productos que oferta y los que ha vendido semana a semana, además de ellos se publican diferentes promociones o los productos lideres por diferentes fechas especiales en el año como el día de la mujer, el día de la madre, el día del padre y del hombre, entre otras. Además, crea una página en la red social Instagram publicando fotografías y videos de los productos promocionándolos para ser enviado a nivel nacional

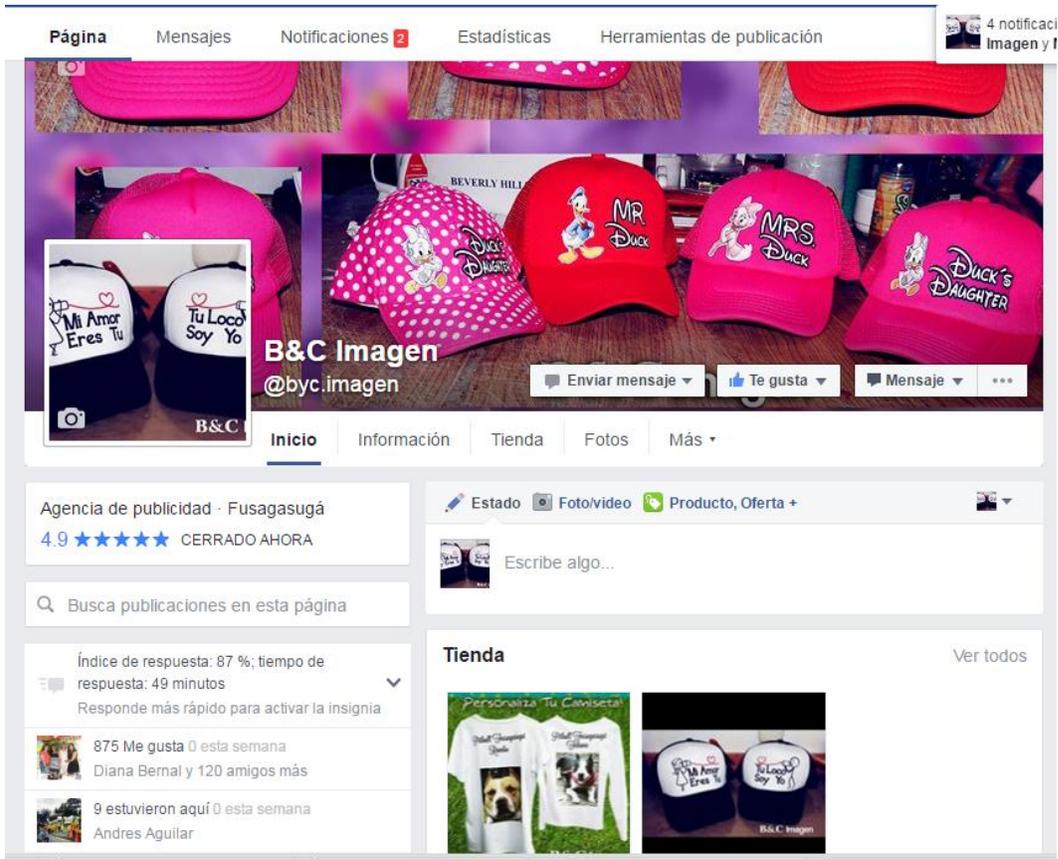


Ilustración 27: Pagina Facebook

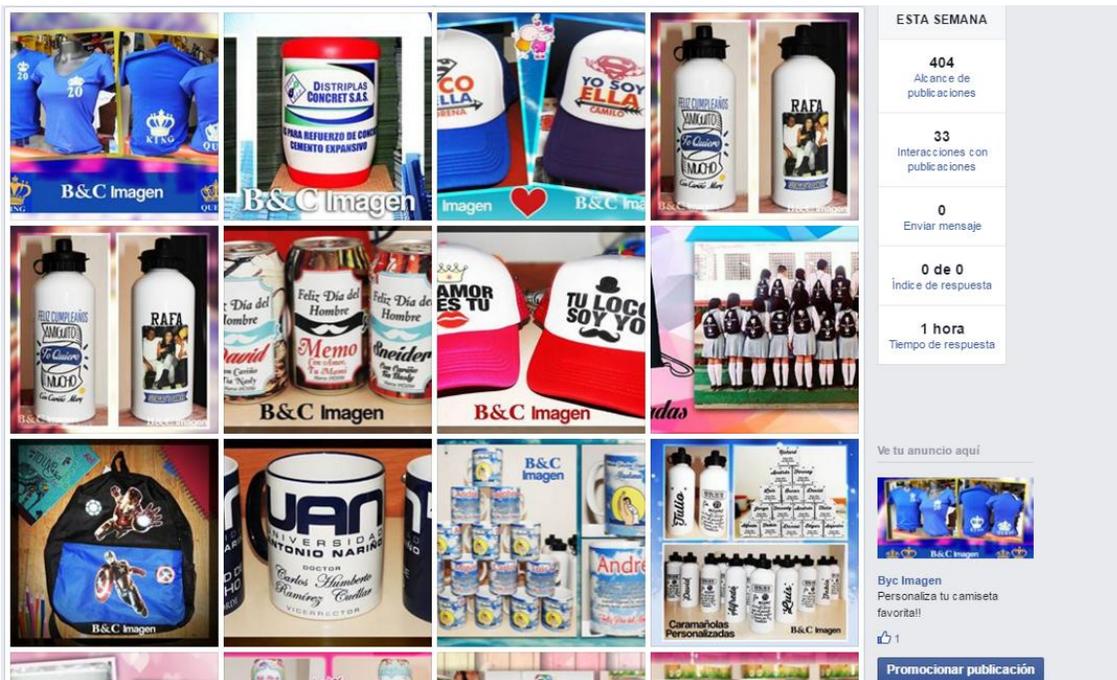


Ilustración 28: Productos página de Facebook



Ilustración 29: Pagina en Instagram

9.2.3. Control de facturación

B&C Imagen impresiones Creativas realiza factura por la mayoría de sus ventas, aunque no tiene la obligación de expedir facturas pues pertenece al régimen simplificado, desde luego las realiza ya que diferentes clientes le exigen la factura para finalizar las compras, esta factura se debe llevar conforme a lo estipulado en el artículo 617 del Estatuto tributario sin la resolución de la Dian, pero estas se estaba llevando erróneamente pues no cumplía con la totalidad de los requisitos establecidos por dicho artículo, ya que le faltaba colocar el apellido y nombre del vendedor.

Para cumplir con la normatividad se modificó su formato dejando el nombre comercial, el Nit y demás requisitos que la conforman agregándole el Apellido y Nombre del vendedor para que esta Factura sea totalmente legal. Se realizó la numeración de la 1001 en adelante, y se espera se utilice adecuadamente respetando los números consecutivos.

Además de ello se realizó un instrumento en Excel para llevar el control de Facturación y sea más fácil buscar facturas por nombre de comprador o fecha en que se generaron.

B&C Imagen impresiones creativas Leydy Paola Bernal Cuellar NIT. 1069747731-4 <small>REGIMEN SIMPLIFICADO</small>		Mugs Rompecabezas Espejos Botones Camisetas Láminas Piedras Pad Mouse Esferos Manillas Cuadros Bolsos Cofres Globos Carnetización		FACTURA DE VENTA		
Carrera 6 No. 16A - 85 Balmoral. Fusagasugá - Cund. Tel: 871 71 45 * byc_imagen@yahoo.com		Fecha		DIA	MES	AÑO
Señor (es):		Fecha de Entrega		DIA	MES	AÑO
Dirección:		Tel:				
Ref.	Cant.	Descripción	V. Unit	V. Total		
OBSERVACIONES:			TOTAL \$			
FIRMA AUTORIZA		FIRMA REPRESENTANTE		ABONO \$		
C.C. No.		C.C. No.		SALDO \$		

FAVOR REVISAR LA MERCANCÍA, NO ACEPTAMOS RECLAMOS POSTERIORES A SU RECIBO ESTA FACTURA SE ASIMILA EN TODOS SUS EFECTOS A UNA LETRA DE CAMBIO ART. 774 C.C.

Ilustración 30: Formato Factura de B&C Imagen

FACTURACION DE B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS								
NIT: 1069747731-4								
No. Factura	Fecha	Cliente	Telefono	Productos	Venta Total	Abono	Saldo	
1001	18-ago-15	Yaneth Herrera	3124425566	1 Foto set y 5 llaveros	\$ 40.000	40000	0	cancelada
1002	21-ago-15	Full HD	320 9510649	10 Mug Clasicos	\$ 75.000	75000	0	cancelada
1003	24-ago-15	Jhon Alvaro Alarcon	3012583308	Tarjetas, Bonos, Imágen	\$ 223.000	223000	0	cancelada
1004	24-ago-15	IED Gustavo uribe	3144007582	Camisetas, Gorras, Boton	\$ 660.000	660000	0	cancelada
1005	00-ene-00	ANULADA	ANULADA	ANULADA	ANULADA	ANULADA	0	ANULADA
1006	02-sep-15	Oscar Mario Quiroga	3125693769	Cintas, tarjetas y rotulos	\$ 70.000	70000	0	cancelada
1007	28-ago-15	Brayan Sarmiento	-	Estampados	\$ 30.000	30000	0	cancelada
1008	28-ago-15	Paola Vasquez	-	Sticker y Manillas	\$ 20.000	20000	0	cancelada
1009	29-ago-15	Amanda Garzon	3112800194	500 etiquetas	\$ 60.000	60000	0	cancelada
1010	02-sep-15	Sandra Yineth Herrera	-	21 Botones	\$ 52.500	52500	0	cancelada
1011	03-sep-15	Inversion Diazag	-	6 mug blanco	\$ 60.000	60000	0	cancelada
1012	07-sep-15	Kirpalamar	-	40 botones	\$ 48.000	48000	0	cancelada
1013	07-sep-15	Kirpalamar	-	1 pendon 1x70	\$ 25.000	25000	0	cancelada
1014	07-sep-15	Kirpalamar	-	Diseño folleto	\$ 12.000	12000	0	cancelada
1015	09-sep-15	Mariela Santana	8866515	Tarjetas Invitacion 34	\$ 27.200	27200	0	cancelada
1016	15-sep-15	Graciela Martinez	3118994543	30 Botones 5,5	\$ 120.000	120000	0	cancelada
1017								FALTA
1018	16-sep-15	Sofia Vargas	3134697821	5 Gorras	\$ 75.000	75000	0	cancelada
1019	16-sep-15	Yolanda Castillo	3016428264	Tarjetas, Sobres cintas	\$ 120.000	120000	0	cancelada
1020	16-sep-15	Ortencia Gualteros	3143622649	70 Mugs	\$ 490.000	490000	0	cancelada
1021	17-sep-15	Manuela Beltran	3102106884	11 mug oreja corazon	\$ 99.000	99000	0	cancelada
1022	16-sep-15	Rey de Reyes		60 impresiones	\$ 240.000	240000	0	cancelada
1023	18-sep-15	Estefani delgado	3108718906	2 camisetas lycra	\$ 50.000	50000	0	cancelada
1024	20-sep-15	Rey de Reyes		50 llaveros	\$ 175.000	175000	0	cancelada
1025	28-sep-15	Paola Garcia	3125128941	2 estampados	\$ 18.000	18000	0	cancelada
1026	22-sep-15	Yolanda Castillo		Impresiones floy	\$ 70.000	70000	0	cancelada
1027								FALTA
1028	23-sep-15	Graciela Martinez		10 mug clasicos	\$ 100.000	100000	0	cancelada
1029	28-sep-15	Julieth Serrano	3222470599	1 cojin cuadrado	\$ 22.000	22000	0	cancelada
1030	28-sep-15	Shand Guzman	3204905054	2 estampados	\$ 20.000	20000	0	cancelada
1031	28-sep-15	Valentina Clavijo	3183629301	4 Camisetas estampadas	\$ 30.000	30000	0	cancelada
1032	28-sep-15	Andres Rodriguez	3157147569	4 estampados	\$ 30.000	30000	0	cancelada
1033	23-sep-15	Graciela Martinez	3102106884	4 estampados	\$ 40.000	40000	0	cancelada
FACTURACION DE B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS								
NIT: 1069747731-4								
No. Factura	Fecha	Cliente	Telefono	Productos	Venta Total	Abono	Saldo	
1151	26-abr-16	Upetel Fusa		64 mug concio	\$ 704.000	704000	0	cancelada
1152	28-abr-16	Elena Gomez	3118806158	1 diseño	\$ 20.000	20000	0	cancelada
1153	30-abr-16	Giovany Castiblanco	3122598181	1Pendon - 200 tarjetas	\$ 70.000	70000	0	cancelada
1154	02-may-16	Ivan Rodriguez Jairo Car	3102053059	1000 Botones	\$ 700.000	700000	0	cancelada
1155	02-may-16	Cootransfusa		20 carteles	\$ 160.000	160000	0	cancelada
1156	10-may-16	AYZ asesores	3118278373	Mil volantes 4x1	\$ 80.000	80000	0	cancelada
1157	10-may-16	Juan sebastian Garcia	3184119643	9 Estampados	\$ 72.000	72000	0	cancelada
1158	12-may-16	AYZ asesores	3118278373	Impresiones	\$ 52.400	52400	0	cancelada
1159	11-may-16	Jorge bueno		28 carnets	\$ 56.000	56000	0	cancelada
1160	FALTA	FALTA	FALTA	FALTA				FALTA
1161	13-may-16	Johana rondan	3138508352	5 estampados	\$ 40.000	40000	0	cancelada
1162	13-may-16	Cootransfusa		Mil tarjetas	\$ 90.000	90000	0	cancelada
1163	16-may-16	ASOMAC	8675371	Mil tarjetas	\$ 90.000	90000	0	cancelada
1164	19-may-16	Claudia Aguilar	3142038827	80 esferos lamy	\$ 144.000	144000	0	cancelada
1165	23-may-16	Giovany Castiblanco	3123665252	2Pendones y 20 comanda	\$ 280.000	280000	0	cancelada
1166	20-may-16	Tresanas	3163013805	Cartas, Aviso y Vinilo	\$ 244.000	244000	0	cancelada
1167	23-may-16	Heidy Sanchez	3166061630	35 botones	\$ 70.000	70000	0	cancelada
1168	24-may-16	Tales TV	3209692340	6 camisetas	\$ 180.000	180000	0	cancelada
1169	31-may-16	Giovany Castiblanco		200 tarjetas y 6 afiches	\$ 70.000	70000	0	cancelada
1170	31-may-16	Sinrabanco	3112824391	Mugs cervec y tapa	\$ 162.000	162000	0	cancelada
1171	01-jun-16	Yurany Barreto	3204557261	500 Marquillas	\$ 100.000	100000	0	cancelada
1172	02-jun-16	Alicia Morray	3223344792	50 botones	\$ 75.000	75000	0	cancelada
1173	03-jun-16	Jose Zamudio	3103219419	10 libretas	\$ 50.000	50000	0	cancelada
1174	08-jun-16	Grafital	3144743142	1 mug clasico	\$ 8.000	8000	0	cancelada
1175	10-jun-16	Anyive Gonzalez	3184470724	17 estampados	\$ 110.500	110500	0	cancelada
1176	15-jun-16	Inversiones Diazag		6 Caramañolas	\$ 96.000	96000	0	cancelada
1177	17-jun-16	Francy Garzon	3222769071	17 y 44 estamoadis	\$ 60.700	60700	0	cancelada
1178	20-jun-16	Cootransfusa		Mil impresiones	\$ 550.000	550000	0	cancelada
1179	23-jun-16	William Rey	3202074768	6Estampados y 6Gorras	\$ 150.000	150000	0	cancelada
1180	25-jun-16	Yeison Avellaneda	3138288808	2 gorras	\$ 30.000	30000	0	cancelada
1181	27-jun-16	Aide Bohorquez	3204943842	3 estampados	\$ 58.000	58000	0	cancelada
1182	27-jun-16	Marisel Moreno		22 mug clasico	\$ 198.000	198000	0	cancelada
1183	27-jun-16	Marisel Moreno	3102106884	4 estampados	\$ 40.000	40000	0	cancelada

Ilustración 31: Formato control de Facturas 2016

9.3. REGLAMENTACION LEY 1314 DE 2009 Y DECRETO 2706 DE 2012

La Ley 1314 de 2009 determina la convergencia de las normas contables colombianas hacia los estándares internacionales, creando tres grupos para la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), El grupo 1 aplicara las NIIF Plenas, el grupo 2 las NIIF para Pymes y el grupo 3 aplicara la NIIF Microempresa, al cual pertenecen las personas naturales o jurídicas que cumplan el artículo 499 del estatuto tributario pertenecientes al Régimen simplificado, Microempresas que tengan activos totales excluida la vivienda por un valor máximo de 500 SMLV, o planta no superior a 10 trabajadores, por ende el Establecimiento de comercio B&C Imagen Impresiones Creativas pertenecería al grupo 3 y debe aplicar las NIIF para Microempresas reglamentada por el decreto 2706 de 2012 que trata sobre el marco técnico normativos de información financiera para las microempresas, quienes deben llevar una contabilidad simplificada.

Se realizó la transición conforme al decreto 2706 quien estable ciertos periodos por cumplir como: Periodo de preparación obligatoria el cual está comprendido entre el 1 ° de enero de 2013 y el 31 de diciembre de 2013, periodo que no se podría cumplir en B&C Imagen Impresiones Creativas pues esta inicio actividades en el año 2014 y este sería su periodo de preparación; Fecha Transición del 1 enero de 2014 donde se inicia el primero año de información financiera de acuerdo con los nuevos estándares y se presentan estados financieros comparativos, además en esta misma fecha de realiza el Estado de situación financiera de apertura donde se medirán los activos, pasivos y patrimonio de la entidad según los nuevos estándares. El periodo de transición comprende del 1 de enero de 2014 y 31 de diciembre de 2014 llevando una doble contabilidad según el decreto 2649 y los nuevos estándares, de igual manera estos serán los últimos estados financieros conforme al decreto 2649 de 1993. La fecha de aplicación es a partir del 1 de enero 2015 y el periodo de aplicación es del 1 enero de 2015 al 31 diciembre 2015 donde se llevará la contabilidad de acuerdo a los nuevos estándares, pero para el caso de B&C Imagen impresiones Creativas en esta fecha también se realizará un comparativo, y a partir del 1 enero del 2016 se realizará el periodo de aplicación.

Los primeros estados financieros de una microempresa conforme a la norma establecida con los nuevos estándares, son los estados financieros anuales en los cuales la microempresa hace una declaración inicial, explícita y sin reservas, del cumplimiento con la Norma de información financiera para las Microempresas, además revelara información comparativa con respecto al periodo comparable anterior para todos los valores monetarios presentados en los estados financieros, así como información comparativa específica.

9.3.1. Políticas Contables para B&C Imagen Impresiones Creativas

Con el fin de cumplir lo establecido en la Ley 1314 de 2009 y reglamentada mediante Decreto 2706 de 2012 y Decreto 3019 de 2013, B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS, con NIT. 1069747731-4 ubicado en la carrea 6 numero 16^a-85 local 3. Barrio Balmoral de Fusagasugá se denominará la Microempresa la cual desea acogerse a estas normas y darle aplicación por medio del presente Manual de políticas contables, utilizando un lenguaje sencillo y de fácil comprensión a sus usuarios, objetivo principal de las nuevas reglamentaciones. Esta microempresa debe aplicar las Normas de Información Financiera local basadas en las NIIF para pymes, buscando llevar una contabilidad simplificada ya que cumple las condiciones para ser parte del grupo 3, pues la planta del personal no supera los 10 trabajadores, sus activos son inferiores a 500 SMMLV y además sus ingresos son inferiores a 6000 SMMLV.

OBJETIVO

Se pretende establecer las pautas necesarias para el funcionamiento de la microempresa en cuanto a su contabilidad, dando un reconocimiento razonable a cada una de sus cuentas buscando que esta sea lo más clara y sencilla posible reflejando datos reales y actualizados de la misma.

DESARROLLO

Se designó un responsable de dirigir el proceso, la señorita Leydy Paola Bernal Cuellar quien estuvo encargada de la realización del presente manual de políticas, reconocimiento de cuentas y convergencia normas internacional, su responsabilidad fue informar hechos económicos que impliquen cambios, analizar la información recibida, establecer cronogramas de implementaciones el cual cumplirá las fechas programas por el decreto 2706 de 2012, con el cambio que el balance de apertura no será en el año 2015 sino año 2016.

DEFINICIONES IMPORTANTES

Buscando la fácil comprensión del presente manual se busca explicar de manera fácil y sencilla términos importantes en la contabilidad.

- **Comprensibilidad:** Información oportuna en los estados financieros fácil de entender por cualquier usuario
- **Relevancia:** Debe ser importante para la toma de decisiones de los usuarios.
- **Fiabilidad:** La información suministrada debe ser real, sin errores ni omisiones.
- **Comparabilidad:** Los usuarios deben y pueden comparar la información suministrada con el fin de verificar si es real o no.
- **Equivalentes al efectivo:** Son inversiones a corto plazo que se busca se conviertan en efectivo lo más pronto.
- **Estados Financieros:** Muestra la situación contable de la empresa, su rendimientos, falencias y flujos que tiene a lo largo de cierto periodo.

ACTIVOS PARA B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS

Son activos corrientes el efectivo existente, o se espera se convierta en efectivo como el inventario para la venta.

Todo lo demás serán activos no corrientes que no representan efectivo a corto plazo.

PASIVOS PARA B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS

Son pasivos corrientes aquellos que se espera pagar a corto plazo, ya sean obligaciones financieras, pago a proveedores y demás

Todo el demás pasivo se considerará pasivos no corrientes ya que no son a corto plazo

Reconocimiento de cuentas según ley 1314 de 2009 y decreto 2706 de 2012

Según el decreto 2706b de 2012 se realizó un reconocimiento de activos, pasivos, patrimonio, ingresos, gastos y de más conceptos contemplados en estas normas de la siguiente manera:

- **Activo:** Se reconoce como activo todo lo relacionado de lo que se obtengan beneficios económicos futuros, donde su costo o valor sea medido con fiabilidad. Por ello los activos corrientes reconocidos en el establecimiento de comercio B&C Imagen Impresiones Creativas son el dinero existente en caja y bancos que en NIIF es el efectivo y equivalente a efectivo, y sus inventarios de los cuales se pretende obtener un beneficio económico. Además, se reconocieron las cuentas por cobrar a corto plazo. Los elementos como la propiedad, planta y equipo serán reconocidos como activos no corrientes.
- **Pasivo:** Se reconoce en el estado de situación financiera cuando se tiene una obligación actual como resultado de un evento pasado; es probable que se requerirá la transferencia de recursos que incorporen beneficios económicos para cancelar la obligación; y el valor de la obligación puede medirse de forma confiable. B&C Imagen Impresiones Creativas reconoce como pasivo las cuentas que tiene por pagar inferiores a 1 año a diferentes acreedores, además de sus obligaciones financieras y con proveedores que no superen los 12 meses. Las obligaciones mayores a 12 meses se reconocerán como pasivos no corrientes.
- **Patrimonio:** se reconoce en norma internacional las partidas del capital pagado, ganancias acumuladas y utilidad o pérdida del ejercicio
- **Ingresos:** Este reconocimiento ocurre simultáneamente con el reconocimiento de los incrementos en los activos o de las disminuciones en los pasivos, si se pueden medir con fiabilidad. B&C Imagen Impresiones Creativas reconoce sus ingresos como los incrementos en los beneficios económicos gracias a la venta de los diferentes productos que oferta siendo reconocidos cuando se transfieren al comprador.
- **Gastos:** Estos son disminución en los activo o aumento de los pasivos, Para B&C Imagen Impresiones Creativas son las disminuciones producidas a lo largo del periodo contable en salidas para lograr su buen funcionamiento.

Según el decreto 2706 antes de la realización de los Estados de Situación de financiero se debe aclarar ciertos términos en la contabilidad de la entidad como:

- **Inversiones:** Son instrumentos financieros en los que la microempresa tiene control sobre sus beneficios, con el fin de obtener ingresos financieros. (Decreto 2706, 2012). B&C Imagen Impresiones Creativas en el momento no cuenta con inversiones.
- **Cuentas por pagar:** Una microempresa reconocerá las cuentas por cobrar siempre y cuando sean valores recuperables y se medirán al costo histórico. B&C Imagen Impresiones Creativas cuando realiza ventas da un periodo para ser canceladas las facturas no mayores a 30 días, o recibe abonos de las ventas y clasifica estas cuentas como activos corrientes ya que se espera cobrar a corto plazo.
- **Inventarios:** Estos son activos de la entidad ya estén mantenidos para la venta, estén proceso de producción, en forma de materiales y suministros para ser consumidos en un proceso de producción. B&C Imagen Impresiones Creativas lleva un sistema de inventario permanente, para optimizar su control. En cuanto al costo de inventarios lo lleva por el método de promedio ponderado. Además, se lleva un control para determinar si se incurre en el algún deterioro del inventario o no.
- **Propiedad, planta y Equipo:** Estos se definen como activos tangibles que se mantienen para su uso en la producción o en el suministro de bienes o servicios y se esperan usar durante más de un periodo contable. B&C Imagen Impresiones Creativas no posee propiedades, pero si planta y equipo los cuales los reconoce como activos. La maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de cómputo se deprecian por el método de depreciación lineal.
- **Obligaciones financieras y cuentas por pagar:** Esta se define como una obligación actual de la entidad que tiene por cancelar. B&C Imagen Impresiones Creativas reconoce estas como pasivos corrientes pues las cubre a corto plazo sus obligaciones y cuentas por pagar.

- Arrendamientos: Los pagos por concepto de arrendamiento deben reconocerse como gasto. B&C Imagen Impresiones Creativas tiene en arriendo un local comercial con un canon mensual de \$412.000 mensual llevando su contabilización como un gasto al estado de resultados.

Se busca con estas políticas cumplir la normatividad vigente, buscando realizar una contabilidad simplificada fácil de comprender y utilizar por diferentes usuarios.

9.3.2. Estados Comparativos entre norma local y NIIF.

Conociendo que el objetivo de los estados financieros es suministrar información sobre la situación financiera y el resultado de las operaciones de la microempresa, que sea útil para la toma de decisiones económicas por parte de los usuarios, se realizó una reclasificación de cuentas con un modelo suministrado por la superintendencia de sociedades respecto a las NIIF del grupo 3 (Tabla 8)

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS

NIT. 1069747731-4

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA COMPARATIVO

31 DICIEMBRE DE 2014

Descripción	Saldo	Reclasificaciones		Ajustes		Estado de Situación Financiera de Apertura 1 de enero de 2015			
		Nombre Cuenta	Dic-31-2014	Debito	Crédito	Debito	Crédito	Debito	Crédito
CAJA	750,000							0	
BANCOS	0							0	
CUENTAS DE AHORRO	600,000							0	
SUB TOTAL DISPONIBLE	1,350,000				1,350,000			0	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO		1,350,000						1,350,000	
INVERSIONES	0							0	
CERTIFICADOS	0				0			0	
DEUDORES	0				0			0	
CLIENTES	0				0			0	
ANTICIPO IMPTO.CONTRIBUCIONES	0				0			0	
INTERESES POR COBRAR	0				0			0	
PROVISION	0		0					0	
CUENTAS POR COBRAR	0		0					0	
INVENTARIOS	300,000				0			300,000	
PROVISION INVENTARIOS	0		0					0	
DIFERIDOS	0				0			0	
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	0				0			0	
INTANGIBLES			0					0	

TOTAL, CORRIENTE	1,650,000				1,650,000	
INVERSIONES	0				0	
APORTES EN SOCIEDADES	0					
PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	4,992,000			0	0	4,992,000
TERRENO	0			0		0
EDIFICIO	0			0	0	0
DEPRECIACION ACUMULADA	0			0		0
MAQUINARIA Y EQUIPO	2,650,000	2,550,000	0	0		0
DEPRECIACION ACUMULADA	-88,000	0				-88,000
EQUIPO DE OFICINA	1,050,000		1,050,000			0
DEPRECIACION ACUMULADA	-70,000	0				-70,000
MUEBLES Y ENSERES	1,500,000		1,500,000			0
DEPRECIACION ACUMULADA	-50,000	0				-50,000
CARGOS DIFERIDOS	0				0	0
VALORIZACION	0				0	0
DE INVERSIONES	0				0	0
DE PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	0				0	0
TOTAL, ACTIVO NO CORRIENTE	4,992,000					4,992,000
TOTAL, ACTIVO	6,642,000			0	0	6,642,000
CUENTAS POR PAGAR (PROVEEDORES)	0					0
CUENTAS POR PAGAR	0	0				0
RETENCION EN LA FUENTE	0	0				0
IMP. INDUSTRIA Y COMERCIO RETENIDO	0	0				0
RETENCIONES APORTES NOMINA	0	0				0
			0			0
CUENTAS POR PAGAR	1,418,000	0				1,418,000

DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS	0	0				0
DE INDUSTRIA Y COMERCIO	0	0				0
PASIVOS POR IMPUESTOS						0
OBLIGACIONES LABORALES	0					0
TOTAL, PASIVO CORRIENTE	1,418,000					1,418,000
TOTAL, PASIVO	1,418,000					1,418,000
APORTES SOCIALES	4,350,000					4,350,000
RESERVAS	0					0
REVALORIZACION PATRIMONIO	0					0
RESULTADOS EJERCICIO	874,000					874,000
UTILIDADES ACUMULADAS	0					0
RESULTADOS ACUMULADOS	0		0	0	0	0
SUPERAVIT POR VALORIZACION	0					0
TOTAL, PATRIMONIO	5,224,000			0	0	5,224,000
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	6,642,000			0	0	6,642,000

Tabla 8: Estado de Situación Financiera Comparativa

Basándose en el formato publicado por la Superintendencia Financiera se puede realizar la comparación de norma local a las NIIF, generando la apertura idónea del Estado de Situación financiera 01 enero de 2015. En la contabilización no se generan ajustes pues las cuentas utilizadas por el establecimiento de comercio son básicas y no generan cambios a norma internacional a corte 31 de diciembre del 2014, pero si cambian en la naturaleza de diferentes cuentas.

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS
NIT. 1069747731-4
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA COMPARATIVO
31 DICIEMBRE DE 2014

ACTIVO				
	NIIF	LOCAL	VARIACION	%
11 EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO	1,350,000.00	1,350,000.00	0.00	0.00%
1105 CAJA	750,000.00	750,000.00	0.00	0.00%
110505 Caja general	0.00	0.00	0.00	0.00%
110510 Cajas menores	750,000.00	750,000.00	0.00	0.00%
110515 Caja menor moneda extranjera	0.00	0.00	0.00	0.00%
1110 DEPOSITO EN INSTITUCIONES FINANCIERAS Y COOPERATIVAS	600,000.00	600,000.00		0.00%
111005 Cuenta corriente	0.00	0.00	0.00	0.00%
111006 Cuenta de ahorro	600,000.00	600,000.00	0.00	0.00%
1130 FONDOS DE USO RESTRINGIDO	0.00	0.00	0.00	0.00%
113005 Caja	0.00	0.00	0.00	0.00%
113010 Depósitos en Instituciones Financieras y Cooperativas	0.00	0.00	0.00	0.00%
113012 Fondos Especiales para la Administración de Liquidez	0.00	0.00	0.00	0.00%
1140 EQUIVALENTES DE EFECTIVO	0.00	0.00	0.00	0.00%
114005 Depósitos a corto plazo	0.00	0.00	0.00	0.00%
114010 Inversiones a corto plazo	0.00	0.00	0.00	0.00%
114015 Otros acuerdos bancarios	0.00	0.00	0.00	0.00%
13 CUENTAS COMERCIALES POR COBRAR Y OTRAS CUENTAS POR COBRAR	0.00	0.00	0.00	0.00%
1306 VENTA DE BIENES	0.00	0.00		0.00%
130606 Nacionales			0.00	0.00%
130607 Del exterior			0.00	0.00%

130690	Difícil cobro			0.00	0.00%
130699	Deterioro (Cr)			0.00	0.00%
1390	OTROS DEUDORES	0	0	0.00	0.00%
139012	Créditos a empleados			0.00	0.00%
139017	Préstamos a particulares			0.00	0.00%
139090	Difícil cobro			0.00	0.00%
139099	Deterioro (Cr)			0.00	0.00%
14	INVENTARIOS	300,000.00	300,000.00	0.00	0.00%
1405	MATERIAS PRIMAS	80000	0	80,000.00	100.00%
140505	Materias primas	80000	0	80,000.00	100.00%
140599	Deterioro (Cr)	0	0	0.00	0.00%
1430	PRODUCTOS TERMINADOS	0.00	0.00	0.00	0.00%
143005	Productos manufacturados	0	0	0.00	0.00%
143010	Otros productos	0.00	0.00	0.00	0.00%
143099	Deterioro (Cr)	0.00	0.00	0.00	0.00%
1435	MERCADERIAS	165,000.00	300,000.00	(135,000.00)	-45.00%
143505	Mercancías no fabricadas por la empresa	165,000.00	300,000.00	(135,000.00)	-45.00%
143599	Deterioro (Cr)	0.00	0.00	0.00	0.00%
1455	SUMINISTROS DE PRODUCCION	55,000.00	0.00	55,000.00	100.00%
145525	Materiales y accesorios	55,000.00	0.00	55,000.00	100.00%
145599	Deterioro (Cr)	0.00	0.00	0.00	0.00%
15	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	4,992,000.00	4,992,000.00	0.00	0.00%
1520	MAQUINARIA Y EQUIPO	2,442,000.00	2,442,000.00	0.00	0.00%
152005	Maquinaria y equipo	2,650,000.00	2,650,000.00	0.00	0.00%
152010	Modelo de Revaluación			0.00	0.00%
152015	Depreciación (Cr)			0.00	0.00%

152099	Deterioro (Cr)	(208,000.00)	(208,000.00)	0.00	0.00%
1524	EQUIPO DE OFICINA	155,000.00	1,050,000.00	(895,000.00)	-85.24%
152405	Equipo de oficina	155,000.00	1,050,000.00	(895,000.00)	-85.24%
2E+07	Modelo de Costo			0.00	0.00%
2E+07	Modelo de Revaluación			0.00	0.00%
2E+07	Depreciación (Cr)			0.00	0.00%
2E+07	Deterioro (Cr)			0.00	0.00%
152410	Equipo de computación y comunicación	895,000.00		895,000.00	100.00%
2E+07	Modelo de Costo			0.00	0.00%
2E+07	Modelo de Revaluación			0.00	0.00%
2E+07	Depreciación (Cr)			0.00	0.00%
2E+07	Deterioro (Cr)			0.00	0.00%
1525	ENSERES Y ACCESORIOS	1,500,000.00	1,500,000.00	0.00	0.00%
152505	Muebles y enseres	1,500,000.00	1,500,000.00	0.00	0.00%
152510	Modelo de Revaluación			0.00	0.00%
152515	Depreciación (Cr)			0.00	0.00%
152599	Deterioro (Cr)			0.00	0.00%
		6,642,000.00	6,642,000.00		

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS
NIT. 1069747731-4
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA COMPARATIVO
31 DICIEMBRE DE 2014

21 OBLIGACIONES FINANCIERAS E INSTRUMENTOS DERIVADOS	0.00	0.00	0.00	0.00%
2101 PRESTAMOS BANCARIOS	0.00	0.00	0.00	0.00%
210304 Préstamos bancarios garantizados	0.00	0.00	0.00	0.00%
210305 Préstamos bancarios no garantizados	0.00	0.00	0.00	0.00%
210307 Descubiertos o Sobregiros Bancarios	0.00	0.00	0.00	0.00%
23 CUENTAS COMERCIALES POR PAGAR Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR	1,418,000.00	1,418,000.00	0.00	0.00%
2335 Cuentas comerciales por pagar	1,418,000.00	1,418,000.00	0.00	0.00%
233590 Otros acreedores	1,418,000.00	1,418,000.00	0.00	0.00%
31 CAPITAL SOCIAL				
3105 CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO	4,350,000.00	4,350,000.00	0.00	0.00%
310505 Capital autorizado	4,350,000.00	4,350,000.00	0.00	0.00%
310510 Capital por suscribir (DB)			0.00	0.00%
310515 Capital suscrito por cobrar (DB)			0.00	0.00%
36 RESULTADOS DEL EJERCICIO	874,000.00	874,000.00	0.00	
3605 RESULTADOS DEL EJERCICIO	874,000.00	874,000.00	0.00	0.00%
360501 Utilidad o excedente del ejercicio	874,000.00	874,000.00	0.00	0.00%
360502 Pérdida o déficit del ejercicio	0.00	0.00	0.00	0.00%
37 RESULTADO DE EJERCICIOS ANTERIORES	0.00	0.00	0.00	0.00%
3705 RESULTADO DE EJERCICIOS ANTERIORES	0.00	0.00	0.00	0.00%
370501 Utilidad o Excedente del ejercicio	0.00	0.00	0.00	0.00%
370502 Pérdida o Déficit del ejercicio	0.00	0.00	0.00	0.00%
3710 GANANCIAS (PÉRDIDAS) BALANCE DE APERTURA	0.00	0.00	0.00	0.00%
371002 Efectivo y Equivalentes de Efectivo	0.00	0.00	0.00	0.00%

371004	Inversiones Financieras	0.00	0.00	0.00	0.00%
371006	Activos no corrientes o grupos de activos mantenidos para la venta o para distribuir a los propietarios	0.00	0.00	0.00	0.00%
371008	Deudores Comerciales y otras cuentas por cobrar	0.00	0.00	0.00	0.00%
371010	Inventarios	0.00	0.00	0.00	0.00%
371012	Propiedades, Planta y Equipo	0.00	0.00	0.00	0.00%
371014	Activos Intangibles y Crédito Mercantil	0.00	0.00	0.00	0.00%
371016	Propiedades de Inversión	0.00	0.00	0.00	0.00%
371022	Otros Activos	0.00	0.00	0.00	0.00%
371024	Obligaciones Financieras e Instrumentos Derivados	0.00	0.00	0.00	0.00%
371026	Operaciones de Crédito Público y financiamiento banca Central	0.00	0.00	0.00	0.00%
371028	Impuestos por pagar	0.00	0.00	0.00	0.00%
371030	Acreedores comerciales y otras cuentas por pagar	0.00	0.00	0.00	0.00%
371032	Obligaciones laborales y de seguridad social integral	0.00	0.00	0.00	0.00%
371034	Bonos y Otros títulos	0.00	0.00	0.00	0.00%
371038	Provisiones	0.00	0.00	0.00	0.00%
371040	Otros Pasivos	0.00	0.00	0.00	0.00%
510511	Intereses sobre Cesantías	0.00	0.00	0.00	0.00%
		6,642,000.00	6,642,000.00		

Tabla 9: Situación Comparativa 2014

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS
NIT. 1069747731-4
ESTADO DE RESULTADOS COMPARATIVO
31 DICIEMBRE DE 2014

INGRESOS	20,800,000.00	20,800,000.00	0.00	0.00%
Ventas Brutas	20,800,000.00	20,800,000.00	0.00	0.00%
(-) Devoluciones	0.00	0.00	0.00	0.00%
COSTO DE VENTAS	11,768,000.00	11,768,000.00	0.00	0.00%
Costo de las ventas	11,768,000.00	11,768,000.00	0.00	0.00%
UTILIDAD BRUTA	9,032,000.00	9,032,000.00		0.00%
GASTOS	8,158,000.00	8,158,000.00	0.00	0.00%
Publicidad	\$90,000	\$90,000	0.00	0.00%
Gastos Bancarios	\$0	\$0	0.00	0.00%
Mano de obra contratada	\$100,000	\$100,000	0.00	0.00%
Gastos depreciación	\$208,000	\$208,000	0.00	
Mantenimiento	\$20,000	\$20,000	0.00	0.00%
Gastos administrativos	2,000,000.00	2,000,000.00	0.00	0.00%
Gastos operativos	\$300,000	\$300,000	0.00	0.00%
Servicios Públicos	\$640,000	\$640,000	0.00	0.00%
Sueldos y salarios	\$4,800,000	\$4,800,000	0.00	0.00%
UTILIDAD NETA	874,000.00	874,000.00	0.00	0.00%

Tabla 10: Estado de Resultados Comparativo 2014

En el estado de Resultado comparativo con corte a 31 de diciembre de 2014 no se generaron variación en valores contables, solo se generaron cambios en las cuentas locales a los nuevos estándares y el nuevo PUC bajo NIIF.

Los principales impactos generados en el estado de situación financiera de apertura, basados en el año 2014 son los siguientes:

- Se determinó que el efectivo y equivalente a efectivo estuvo conformado con el activo circulante en normal local, por ello no se tuvo una variación de esta cuenta en los nuevos estándares.
- En cuanto a los Inventarios si se hallaron unas diferencias y reclasificación de cuentas, pues los nuevos estándares traen sub cuentas para determinar el inventario existente de manera real y concreta, la cuenta 1405 Materias primas tuvo una variación del 100% ya que en norma internacional ingresaron 80.000 y en norma local este valor se encontraba en mercancías no fabricadas por la empresa, la maquinaria y equipo en NIIF es diferente la cuenta de equipo de oficina a la cuenta de equipo de computo, pero la cuenta enseres y accesorios se conservó igual en norma local como en NIIF.
- En cuanto a los pasivos se clasificaron contablemente según el nuevo plan de cuentas y los conceptos de cada una de estas, pero no se obtuvo ninguna variación en sus saldos respecto a que la entidad no posee obligaciones financieras y sus demás obligaciones son cancelados en el corto plazo
- Básicamente los cambios obtenidos se encuentran en la codificación y el nombre de cada cuenta.

Cabe resaltar que la equivalencia de cuentas contables de norma local a Normas Internacionales de Información Financiera se realizó principalmente con base en las cuentas utilizadas por el establecimiento de comercio, por ello no se utilizó todo el plan de cuentas de las NIIF, pues según la actividad económica del establecimiento no se halló necesario,

Los principales impactos en el Estado de Resultados Integral a corte 31 de diciembre de 2014 se basan en la codificación y nombre de las cuentas, en la parte contable no se encontró diferencias de normal local a NIIF.

A continuación, se realizó el comparativo del Estado de Situación Financiera a corte 31 diciembre de 2015 y el estado de Resultado con el mismo corte con el fin de hallar el estado de apertura de situación financiera para el 1 enero de 2016.

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS
NIT. 1069747731-4
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA COMPARATIVO
31 DE DCICIEMBRE DE 2015

ACTIVO				
	NIIF	LOCAL	VARIACION	%
11 EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO	2,400,000.00	2,400,000.00	0.00	0.00%
1105 CAJA	900,000.00	900,000.00	0.00	0.00%
110505 Caja general	0.00	0.00	0.00	0.00%
110510 Cajas menores	900,000.00	900,000.00	0.00	0.00%
110515 Caja menor moneda extranjera	0.00	0.00	0.00	0.00%
1110 DEPOSITO EN INSTITUCIONES FINANCIERAS Y COOPERATIVAS	1,500,000.00	1,500,000.00		0.00%
111005 Cuenta corriente	0.00	0.00	0.00	0.00%
111006 Cuenta de ahorro	1,500,000.00	1,500,000.00	0.00	0.00%
1130 FONDOS DE USO RESTRINGIDO	0.00	0.00	0.00	0.00%
113005 Caja	0.00	0.00	0.00	0.00%
113010 Depósitos en Instituciones Financieras y Cooperativas	0.00	0.00	0.00	0.00%
113012 Fondos Especiales para la Administración de Liquidez	0.00	0.00	0.00	0.00%
1140 EQUIVALENTES DE EFECTIVO	0.00	0.00	0.00	0.00%
114005 Depósitos a corto plazo	0.00	0.00	0.00	0.00%
114010 Inversiones a corto plazo	0.00	0.00	0.00	0.00%
114015 Otros acuerdos bancarios	0.00	0.00	0.00	0.00%
13 CUENTAS COMERCIALES POR COBRAR Y OTRAS CUENTAS POR COBRAR	460,000.00	460,000.00	0.00	0.00%
1306 VENTA DE BIENES	460,000.00	460,000.00	0.00	0.00%
130606 Nacionales			0.00	0.00%
130607 Del exterior	460,000.00	460,000.00	0.00	0.00%

130690	Difícil cobro	0.00	0.00	0.00	0.00%
130699	Deterioro (Cr)	0.00	0.00	0.00	0.00%
1390	OTROS DEUDORES	0	0	0.00	0.00%
139012	Créditos a empleados	0	0	0.00	0.00%
139017	Préstamos a particulares	0	0	0.00	0.00%
139090	Difícil cobro	0	0	0.00	0.00%
139099	Deterioro (Cr)	0	0	0.00	0.00%
14	INVENTARIOS	500,000.00	500,000.00	0.00	0.00%
1405	MATERIAS PRIMAS	80000	0	80,000.00	100.00%
140505	Materias primas	80000	0	80,000.00	100.00%
140599	Deterioro (Cr)	0	0	0.00	0.00%
1430	PRODUCTOS TERMINADOS	0.00	0.00	0.00	0.00%
143005	Productos manufacturados	0	0	0.00	0.00%
143010	Otros productos	0.00	0.00	0.00	0.00%
143099	Deterioro (Cr)	0.00	0.00	0.00	0.00%
1435	MERCADERIAS	385,000.00	500,000.00	(115,000.00)	-23.00%
143505	Mercancías no fabricadas por la empresa	385,000.00	500,000.00	(115,000.00)	-23.00%
143599	Deterioro (Cr)	0.00	0.00	0.00	0.00%
1455	SUMINISTROS DE PRODUCCION	35,000.00	0.00	35,000.00	100.00%
145525	Materiales y accesorios	35,000.00	0.00	35,000.00	100.00%
145599	Deterioro (Cr)	0.00	0.00	0.00	0.00%
15	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	10,552,000.00	10,552,000.00	0.00	0.00%
1520	MAQUINARIA Y EQUIPO	4,320,000.00	4,320,000.00	0.00	0.00%
152005	Maquinaria y equipo	4,800,000.00	4,800,000.00	0.00	0.00%
152010	Modelo de Revaluación			0.00	0.00%
152015	Depreciación (Cr)	480,000.00	480,000.00	0.00	0.00%

152099	Deterioro (Cr)			0.00	0.00%
1524	EQUIPO DE OFICINA	1,084,000.00	1,840,000.00	(756,000.00)	-41.09%
152405	Equipo de oficina	1,355,000.00	2,300,000.00	(945,000.00)	-41.09%
2E+07	Modelo de Costo			0.00	0.00%
2E+07	Modelo de Revaluación			0.00	0.00%
2E+07	Depreciación (Cr)	271,000.00	460,000.00	(189,000.00)	0.00%
2E+07	Deterioro (Cr)			0.00	0.00%
152410	Equipo de computación y comunicación	756,000.00		756,000.00	100.00%
2E+07	Equipo de computación y comunicación	945,000.00		945,000.00	0.00%
2E+07	Modelo de Revaluación			0.00	0.00%
2E+07	Depreciación (Cr)			0.00	0.00%
2E+07	Deterioro (Cr)	189,000.00		189,000.00	0.00%
1525	ENSERES Y ACCESORIOS	4,392,000.00	4,392,000.00	0.00	0.00%
152505	Muebles y enseres	4,880,000.00	4,880,000.00	0.00	0.00%
152510	Modelo de Revaluación			0.00	0.00%
152515	Depreciación (Cr)	488,000.00	488,000.00	0.00	0.00%
152599	Deterioro (Cr)			0.00	0.00%
		13,912,000.00	13,912,000.00		

Tabla 11: Estado de Situación Financiera Comparativa 2015

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS				
NIT. 1069747731-4				
ESTADO DE RESULTADOS COMPARATIVO				
31 DICIEMBRE DE 2015				
Ingresos por Venta de Bienes y Servicios	59,400,000.00	59,400,000.00	0.00	0.00%
Ventas Brutas	59,400,000.00	59,400,000.00	0.00	0.00%
(-) Devoluciones	0.00	0.00	0.00	0.00%
COSTO DE VENTAS	30,678,000.00	30,678,000.00	0.00	0.00%
Costo de las ventas	30,678,000.00	30,678,000.00	0.00	0.00%
UTILIDAD BRUTA	28,722,000.00	28,722,000.00		0.00%
GASTOS	23,960,000.00	23,960,000.00	0.00	0.00%
Publicidad	\$450,000	\$450,000	0.00	0.00%
Gastos Bancarios	\$0	\$0	0.00	0.00%
Mano de obra contratada	\$232,000	\$232,000	0.00	0.00%
Depreciación	\$1,428,000	\$1,428,000	0.00	
Mantenimiento	\$80,000	\$80,000	0.00	0.00%
Gastos administrativos	5,000,000.00	5,000,000.00	0.00	0.00%
Gastos operativos	\$450,000	\$450,000	0.00	0.00%
Servicios Públicos	\$1,920,000	\$1,920,000	0.00	0.00%
Sueldos y salarios	\$14,400,000	\$14,400,000	0.00	0.00%
UTILIDAD NETA	4,762,000.00	4,762,000.00	0.00	0.00%

Tabla 12: Estado de Resultado Comparativo 2015

El estado de Resultado comparativo con corte a 31 de diciembre de 2015 no se generó variación en valores contables.

El impacto en el estado de situación financiera del año 2015 se observa que son las mismas variaciones respecto al año 2014 cambiando los valores presentes en el siguiente año ya que se toman los 12 meses del mismo y no como en el año 2014 donde se tomaron tan solo 5 meses. En el año 2015 queda un valor por cobrar de \$460.000 el cual en norma internacional cambia su codificación, se reconoce como activo pues se espera cobrar en corto plazo.

9.3.3. Estado de Situación Financiera de Apertura año 2016.

Con esta información se logra realizar el Estado de Apertura de la Situación Financiera al 01 de enero de 2016 basado en la nueva normatividad con estándares internacionales definidos por la Ley 1314 de 2009 y reglamentada por el decreto 2706 de 2012.

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS	
NIT. 1069747731-4	
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA DE APERTURA	
01 DE ENERO DE 2016	
ACTIVO	
	NIIF
11 EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO	2,400,000.00
1105 CAJA	900,000.00
110505 Caja general	0.00
110510 Cajas menores	900,000.00
110515 Caja menor moneda extranjera	0.00
1110 DEPOSITO EN INSTITUCIONES FINANCIERAS Y COOPERATIVAS	1,500,000.00
111005 Cuenta corriente	0.00
111006 Cuenta de ahorro	1,500,000.00
1130 FONDOS DE USO RESTRINGIDO	0.00
113005 Caja	0.00
113010 Depósitos en Instituciones Financieras y Cooperativas	0.00
113012 Fondos Especiales para la Administración de Liquidez	0.00
1140 EQUIVALENTES DE EFECTIVO	0.00
114005 Depósitos a corto plazo	0.00
114010 Inversiones a corto plazo	0.00
114015 Otros acuerdos bancarios	0.00
13 CUENTAS COMERCIALES POR COBRAR Y OTRAS CUENTAS POR COBRAR	460,000.00
1306 VENTA DE BIENES	460,000.00
130606 Nacionales	
130607 Del exterior	460,000.00
130690 Difícil cobro	0.00
130699 Deterioro (Cr)	0.00
1390 OTROS DEUDORES	0
139012 Créditos a empleados	0
139017 Préstamos a particulares	0
139090 Difícil cobro	0
139099 Deterioro (Cr)	0
14 INVENTARIOS	500,000.00

1405 MATERIAS PRIMAS	80000
140505 Materias primas	80000
140599 Deterioro (Cr)	0
1430 PRODUCTOS TERMINADOS	0.00
143005 Productos manufacturados	0
143010 Otros productos	0.00
143099 Deterioro (Cr)	0.00
1435 MERCADERIAS	385,000.00
143505 Mercancías no fabricadas por la empresa	385,000.00
143599 Deterioro (Cr)	0.00
1455 SUMINISTROS DE PRODUCCION	35,000.00
145525 Materiales y accesorios	35,000.00
145599 Deterioro (Cr)	0.00
15 PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	10,552,000.00
1520 MAQUINARIA Y EQUIPO	4,320,000.00
152005 Maquinaria y equipo	4,800,000.00
152010 Modelo de Revaluación	
152015 Depreciación (Cr)	(480,000.00)
152099 Deterioro (Cr)	
1524 EQUIPO DE OFICINA	1,084,000.00
152405 Equipo de oficina	1,355,000.00
2E+07 Modelo de Costo	
2E+07 Modelo de Revaluación	
2E+07 Depreciación (Cr)	(271,000.00)
2E+07 Deterioro (Cr)	
152410 Equipo de computación y comunicación	756,000.00
2E+07 Equipo de computación y comunicación	945,000.00
2E+07 Modelo de Revaluación	
2E+07 Depreciación (Cr)	(189,000.00)
2E+07 Deterioro (Cr)	
1525 ENSERES Y ACCESORIOS	4,392,000.00
152505 Muebles y enseres	4,880,000.00
152510 Modelo de Revaluación	
152515 Depreciación (Cr)	(488,000.00)
152599 Deterioro (Cr)	
	13,412,000.00

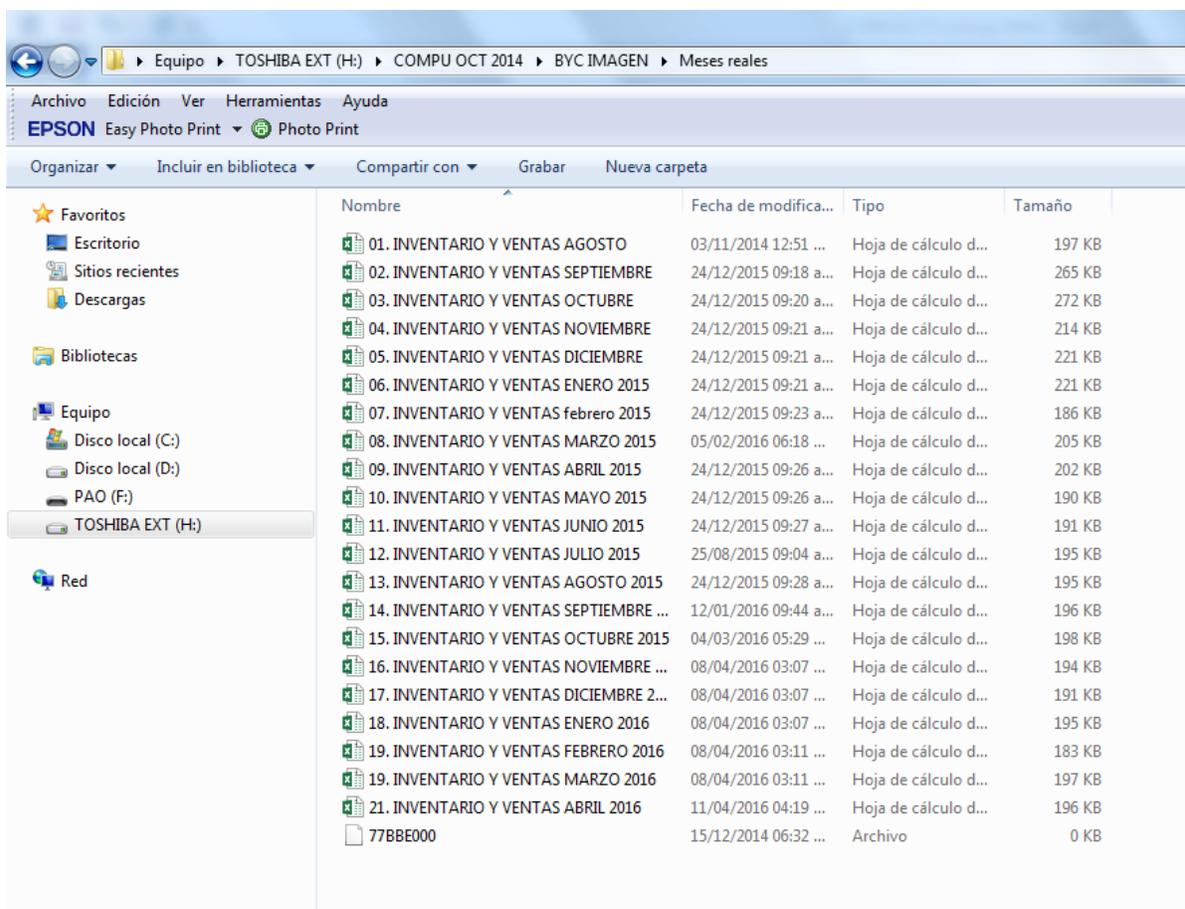
B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS NIT. 1069747731-4 ESTADO DE SITUACION FINANCIERA COMPARATIVO 31 DICIEMBRE DE 2014	
21 OBLIGACIONES FINANCIERAS E INSTRUMENTOS DERIVADOS	0.00
2101 PRESTAMOS BANCARIOS	0.00
210304 Préstamos bancarios garantizados	0.00
210305 Préstamos bancarios no garantizados	0.00
210307 Descubiertos o Sobregiros Bancarios	0.00
23 CUENTAS COMERCIALES POR PAGAR Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR	800,000.00
2335 Cuentas comerciales por pagar	800,000.00
233590 Otros acreedores	0.00
31 CAPITAL SOCIAL	
3105 CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO	5,350,000.00
310505 Capital autorizado	5,350,000.00
310510 Capital por suscribir (DB)	
310515 Capital suscrito por cobrar (DB)	
36 RESULTADOS DEL EJERCICIO	4,762,000.00
3605 RESULTADOS DEL EJERCICIO	4,762,000.00
360501 Utilidad o excedente del ejercicio	4,762,000.00
360502 Pérdida o déficit del ejercicio	0.00
37 RESULTADO DE EJERCICIOS ANTERIORES	3,000,000.00
3705 RESULTADO DE EJERCICIOS ANTERIORES	3,000,000.00
370501 Utilidad o Excedente del ejercicio	0.00
370502 Reservas	3,000,000.00
3710 GANANCIAS (PÉRDIDAS) BALANCE DE APERTURA	0.00
371002 Efectivo y Equivalentes de Efectivo	0.00
371004 Inversiones Financieras	0.00
371006 Activos no corrientes o grupos de activos mantenidos para la venta o para distribuir a los propietarios	0.00
371008 Deudores Comerciales y otras cuentas por cobrar	0.00
371010 Inventarios	0.00
371012 Propiedades, Planta y Equipo	0.00
510511 Intereses sobre Cesantías	0.00

13,912,000.00

Tabla 13: Estado de Situación Financiera Apertura. Año 2016

9.4. INSTRUMENTO DE CONTABILIDAD BÁSICA

El régimen simplificado debe llevar un libro fiscal donde describa las ventas, costos y gastos que realice a diario como control de los topes establecidos para pertenecer a este régimen. B&C Imagen Impresiones Creativas lleva sus cuentas en un cuaderno día a día, pero para un mejor control se realizó un instrumento en Excel, adelantando los 21 meses que lleva en funcionamiento y se dejó un formato de libro fiscal.



Nombre	Fecha de modifica...	Tipo	Tamaño
01. INVENTARIO Y VENTAS AGOSTO	03/11/2014 12:51 ...	Hoja de cálculo d...	197 KB
02. INVENTARIO Y VENTAS SEPTIEMBRE	24/12/2015 09:18 a...	Hoja de cálculo d...	265 KB
03. INVENTARIO Y VENTAS OCTUBRE	24/12/2015 09:20 a...	Hoja de cálculo d...	272 KB
04. INVENTARIO Y VENTAS NOVIEMBRE	24/12/2015 09:21 a...	Hoja de cálculo d...	214 KB
05. INVENTARIO Y VENTAS DICIEMBRE	24/12/2015 09:21 a...	Hoja de cálculo d...	221 KB
06. INVENTARIO Y VENTAS ENERO 2015	24/12/2015 09:21 a...	Hoja de cálculo d...	221 KB
07. INVENTARIO Y VENTAS febrero 2015	24/12/2015 09:23 a...	Hoja de cálculo d...	186 KB
08. INVENTARIO Y VENTAS MARZO 2015	05/02/2016 06:18 ...	Hoja de cálculo d...	205 KB
09. INVENTARIO Y VENTAS ABRIL 2015	24/12/2015 09:26 a...	Hoja de cálculo d...	202 KB
10. INVENTARIO Y VENTAS MAYO 2015	24/12/2015 09:26 a...	Hoja de cálculo d...	190 KB
11. INVENTARIO Y VENTAS JUNIO 2015	24/12/2015 09:27 a...	Hoja de cálculo d...	191 KB
12. INVENTARIO Y VENTAS JULIO 2015	25/08/2015 09:04 a...	Hoja de cálculo d...	195 KB
13. INVENTARIO Y VENTAS AGOSTO 2015	24/12/2015 09:28 a...	Hoja de cálculo d...	195 KB
14. INVENTARIO Y VENTAS SEPTIEMBRE ...	12/01/2016 09:44 a...	Hoja de cálculo d...	196 KB
15. INVENTARIO Y VENTAS OCTUBRE 2015	04/03/2016 05:29 ...	Hoja de cálculo d...	198 KB
16. INVENTARIO Y VENTAS NOVIEMBRE ...	08/04/2016 03:07 ...	Hoja de cálculo d...	194 KB
17. INVENTARIO Y VENTAS DICIEMBRE 2...	08/04/2016 03:07 ...	Hoja de cálculo d...	191 KB
18. INVENTARIO Y VENTAS ENERO 2016	08/04/2016 03:07 ...	Hoja de cálculo d...	195 KB
19. INVENTARIO Y VENTAS FEBRERO 2016	08/04/2016 03:11 ...	Hoja de cálculo d...	183 KB
19. INVENTARIO Y VENTAS MARZO 2016	08/04/2016 03:11 ...	Hoja de cálculo d...	197 KB
21. INVENTARIO Y VENTAS ABRIL 2016	11/04/2016 04:19 ...	Hoja de cálculo d...	196 KB
77BBE000	15/12/2014 06:32 ...	Archivo	0 KB

Ilustración 32: Control Ventas

21. INVENTARIO Y VENTAS ABRIL 2016 - Excel

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DE PÁGINA FÓRMULAS DATOS REVISAR VISTA COMPLEMENTOS

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas

					DIA 8								
PRODUCTO					Valor UnitARIO	Cantidad	Valor Venta	Total	Ventas	Valor	Salidas	Valor	Cantidad
6	ALMOHADA SATIN BEBE	15.000			-								
7	BILLETERA DELUXE	20.000			-								
8	GORRA	15.000	2	15.000	30.000								
9	MANILLA	2.500			-								
10	LAMINA CARNET PVC	2.000			-								
11	BOTONES 5.5	3.000			-								
12	BOTONES DESTAPADRO 5.5	3.500			-								
13	CAMISA TIPO POLO	30.000			-								
14	ESQUELETO	20.000	1	20.000	20.000								
15	CAMISA BLANCA CUELLO V S	20.000			-								
16	CAMISA BLANCA CUELLO V XL	20.000			-								
17	CAMISA BLANCA T 10	20.000			-								
18	CAMISA BLANCA T 6-8	20.000			-								
19	CAMISA CON CUELLO ROSADA TS	20.000			-								
20	CAMISA CUELLO V MANGA AZUL TS	20.000			-								
21	CARAMAÑOLA 400 ML PLATEADA	18.000			-								
22	CARAMAÑOLA 600 ML PLATEADA	22.000			-								
23	CERAMICA 15X20	22.000			-								
24	CERAMICA 20X30	35.000			-								
25	CERAMICA 10,8X10,8	12.000			-								
26	COBIJA VERDE	22.000			-								
27	COJIN CORAZON ROJO	22.000			-								
28	COJIN CUADRADO ROSADO	20.000			-								
29	COJIN REDONDON ROJO	20.000			-								
30	ESPEJO CORAZON	10.000			-								
31	ESPEJO CUADRADO	10.000			-								
32	ESPEJO ELIPSE	10.000			-								
33	ESPEJO FLOR REDONDO	10.000			-								
34	ESPEJO REDONDO	10.000			-								

precios MATERIAL 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 ...

Ilustración 33: Control de ventas Mes abril 2016

9.4.1. Proyección de Ingresos

Para determinar la viabilidad económica del establecimiento de comercio se realizó una proyección de Ingresos a 5 años Basándose en el estado de resultados del año 2015, proyectando sus ingresos, costos y gastos generando una posible utilidad a recibir.

B&C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS					
ESTADO DE RESULTADOS					
PROYECTADOS					
	AÑO 1 2015	AÑO 2 2016	AÑO 3 2017	AÑO 4 2018	AÑO 5 2019
VENTAS BRUTAS	\$ 59.400.000	\$ 77.220.000	\$100.386.000	\$130.501.800	\$169.652.340
(-) DEVOLUCIONES REBAJAS Y DESCUENTOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1
(=) VENTAS NETAS	\$ 59.400.000	\$ 77.220.000	\$100.386.000	\$130.501.800	\$169.652.339
(-) COSTO DE PRODUCCION	\$ 30.678.000	\$ 39.881.400	\$ 51.845.820	\$ 67.399.566	\$ 87.619.436
(=) UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	\$ 28.722.000	\$ 37.338.600	\$ 48.540.180	\$ 63.102.234	\$ 82.032.903
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 7.450.000	\$ 9.312.500	\$ 11.640.625	\$ 14.550.781	\$ 18.188.477
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 15.082.000	\$ 18.852.500	\$ 23.565.625	\$ 29.457.031	\$ 36.821.289
(-) DEPRECIACIONES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 6.190.000	\$ 9.173.600	\$ 13.333.930	\$ 19.094.421	\$ 27.023.137
(+) OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 6.190.000	\$ 9.173.600	\$ 13.333.930	\$ 19.094.421	\$ 27.023.137
(-)					
= RESULTADO DEL EJERCICIO	\$ 6.190.000	\$ 9.173.600	\$ 13.333.930	\$ 19.094.421	\$ 27.023.137

9.5. CONTROL DE INVENTARIOS

Se realizó un control de inventarios, pues este no existía en el establecimiento de comercio y no se tenía establecido ningún sistema para su control.

9.5.1. Sistema de Inventario Permanente

El control de inventarios se llevó a cabo por el sistema de inventario permanente también llamado continuo, buscando un control constante de los inventarios del establecimiento para conocer en todo momento sus inventarios disponibles real, determinando el costo del inventario al momento de la venta, y este sistema permite un control constante y es el que más se ajusta al establecimiento de comercio. Este sistema se lleva por el formato de la tarjeta Kardex y en Excel se realizó un formato semejante para su control.

La valuación de los inventarios de B&C Imagen Impresiones Creativas se realizó por el método del promedio ponderado puesto que los productos se adquieren en fechas, lugares y precios diferentes, determinando este método un costo real del producto.

9.5.2. Formato Kardex

El Kardex es un registro de manera organizada de la mercancía de los almacenes, teniendo en cuenta todo el inventario existente con el valor o costo para hallar un precio unitario y por ello se realizó un instrumento en Excel semejante al formato de las tarjetas Kardex, en donde se lleva el registro de cada unidad, su valor, fecha de entrada y salida, para un mejor control del inventario de la empresa. Este se organizó por referencias, conociendo el material existente y de esta manera se contabilizó su costo ponderado.

B&C Imagen Impresiones Creativas oferta gran variedad de productos, para la realización de este formato se tomaron 34 productos los cuales son los que más se venden en el establecimiento de comercio y por ende tiene mayor rotación, y se debe tener en cuenta su existencia real para evitar quedar con 0 unidades en el inventario. El inventario inicial se tomó a 01 de enero de 2016 y mes a mes se contabilizó las ventas y compras de cada producto. Se realizó el inventario final a corte 30 junio de 2016 con el fin de realizar el cierre de inventario a final de cada mes. A continuación, se muestra el Formato de Inventario para el Mug Clásico y los cojines en forma de corazón, el resto de productos se encuentran en los Anexos.

- Formato Kardex Mug clásico: Inventario inicial 28 Unidades. Inventario Final: 68 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
Fecha			Artículo: Mug clásico				Referencia: MC1				
			Cantidad mínima: 24				Cantidad máxima: 108				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	Detalle	Valor Unitario	Entrada		Salidas		Saldo		Promedio
					Cant.	Valor	Cant	Valor	Cant	Valor	
01	01	16	Inventario inicial	3.100	28	86.800		-	28	86.800	3.100
10	01	16	Venta Almacén	3.100		-	1	3.100	27	83.700	3.100
12	01	16	Venta Factura N° 1106	3.100		-	12	37.200	15	46.500	3.100
16	01	16	Venta Almacén	3.100		-	1	3.100	14	43.400	3.100
20	01	16	Compra F-0891	3.200	36	115.200	0	-	50	158.600	3.172
04	02	16	Venta Almacén	3.172		-	3	9.516	47	149.084	3.172
10	02	16	Veta F n° 1117	3.172		-	35	111.020	12	38.064	3.172
11	02	16	Compra F- 933	3.300	36	118.800		-	48	156.864	3.268

18	02	16	Venta F N° 1122	3.268		-	12	39.216	36	117.648	3.268
19	02	16	Venta Almacén	3.268		-	1	3.268	35	114.380	3.268
20	02	16	Venta Almacén	3.268		-	2	6.536	33	107.844	3.268
23	02	16	Venta Almacén	3.268		-	3	9.804	30	98.040	3.268
08	03	16	Compra F- 1024	3.200	36	115.200		-	66	213.240	3.231
09	03	16	Venta Almacén	3.231		-	2	6.462	64	206.778	3.231
08	03	16	Compra F- 1024	3.200	36	115.200		-	100	321.978	3.220
09	03	16	Venta Almacén	3.220		-	2	6.440	98	315.539	3.220
11	03	16	Venta Almacén	3.220		-	12	38.637	86	276.901	3.220
12	03	16	Venta Almacén	3.220		-	14	45.077	72	231.824	3.220
17	03	16	Venta FN° 1137	3.220		-	16	51.517	56	180.308	3.220
26	03	16	Venta Almacén	3.220		-	1	3.220	55	177.088	3.220
31	03	16	Venta Almacén	3.220		-	1	3.220	54	173.868	3.220
4	04	16	Venta Almacén	3.220		-	2	6.440	52	167.429	3.220
6	04	16	Venta Almacén	3.220		-	1	3.220	51	164.209	3.220
07	4	16	Compra Fn° 1212	3.400	36	122.400	0	-	87	286.609	3.294
11	4	16	Venta Almacén	3.400		-	1	3.400	86	283.209	3.293
14	04	16	Venta Almacén	3.400		-	2	6.800	84	276.409	3.291
21	04	16	Venta Almacén	3.400		-	3	10.200	81	266.209	3.287
28	04	16	Compra fn° 1321	3.300	36	118.800	1	3.300	116	381.709	3.291

02	05	16	Venta Almacén	3.291		-	3	9.872	113	371.837	3.291
03	05	16	Venta Almacén	3.291		-	3	9.872	110	361.965	3.291
6	05	16	Venta Almacén	3.291		-	1	3.291	109	358.675	3.291
07	05	16	Venta Almacén	3.291		-	8	26.325	101	332.350	3.291
08	05	16	Venta Almacén	3.291		-	3	9.872	98	322.478	3.291
10	05	16	Venta Almacén	3.291		-	5	16.453	93	306.025	3.291
14	05	16	Venta Almacén	3.291		-	6	19.744	87	286.282	3.291
01	06	16	Venta almacén	3.291		-	4	13.162	83	273.119	3.291
04	06	16	Venta Almacén	3.291		-	1	3.291	82	269.829	3.291
08	06	16	Venta Almacén	3.291		-	4	13.162	78	256.666	3.291
10	06	16	Venta Almacén	3.291		-	1	3.291	77	253.376	3.291
13	06	16	Venta almacén	3.291		-	6	19.744	71	233.632	3.291
15	06	16	Compra fn° 1521	3.400	36	122.400		-	107	356.032	3.327
15	06	16	Venta almacén	3.327		-	4	13.310	103	342.723	3.327
18	06	16	Venta almacén	3.327		-	3	9.982	100	332.740	3.327
21	06	16	Venta almacén	3.327		-	4	13.310	96	319.431	3.327
23	06	16	Venta almacén	3.327		-	3	9.982	93	309.449	3.327
27	06	16	Venta Fn ° 1182	3.327		-	25	83.185	68	226.263	3.327
30	06	16		3.327	0	-	0	-	68	226.263	3.327

Tabla 14: Kardex: Mug Clásico. Elaboración: Leydy Paola Bernal

- Formato Kardex Cojín Corazón. Inventario inicial 5 Unidades. Inventario Final: 8 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
Fecha			Artículo: Cojín corazón			Referencia: CO1					
			Cantidad mínima: 6			Cantidad máxima: 24					
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	Detalle	Valor unitario	Entrada		Salidas		Saldo		Promedio
					Cant.	Valores	Cant.	Valores	Cant.	Valores	
01	01	16	Inventario inicial	8.100	5	40.500		-	5	40.500	8.100
14	01	16	Venta Almacén	8.100		-	1	8.100	4	32.400	8.100
20	01	16	Compra 0891	8.300	6	49.800		-	10	82.200	8.220
15	06	16	Venta Almacén	8.220		-	2	16.440	8	65.760	8.220
30	06	16		8.220		-		-	8	65.760	8.220

Tabla 15: Kardex: Cojín Corazón. Elaboración: Leydy Paola Bernal

Con estos formatos será mas fácil conocer la existencia de cada producto y su costo adquisicion. Al momento de llevar al día cada formato no será necesario estar contando y revisando el inventario, pero si se recomienda realizar diferentes comparaciones entre los formatos y el inventario físico durante el año.

9.6. ESTRUCTURA DE COSTOS POR PRODUCTOS

B&C Imagen Impresiones Creativas, tomaba como precio de costo el valor de la compra de mercancía sin tener en cuenta otras variables, como la mano de obra, el papel y la tinta utilizada en la realización del producto, además de sus costos fijos como arriendos y variables como servicios públicos dejando a un lado estos costos y hallando un precio de venta erróneo en la mayoría de sus ventas.

Por ello se realizó una estructura de costos de acuerdo a los productos que oferta, utilizando el sistema de producción por lotes, ya que este se adecua a las necesidades del establecimiento pues su producción es limitada y sus procesos no son permanentes.

Se llevó a cabo la estructura de costos, en 12 grupos de productos de la empresa los cuales son los más vendidos en el establecimiento de comercio y debe ser definido el costo de cada uno, como son los Mugs, Camisetas, Foto borde, Cojines, Botones, Llaveros Plásticos, Laminas para Carnets, Caramañolas y Gorras.

Cumpliendo con los tres elementos del Costo, para los diferentes productos se definieron así:

- Materia prima: Productos en Blanco, Papel Mug o textil y Tinta de Sublimación.
- Mano de Obra: Se calculó en base al SMLV, definiendo el tiempo dedicado a la elaboración de cada producto.
- CIF: Se tomó un 65% del consumo del servicio de Luz dividiéndolo en el tiempo dedicado a cada producto. Se tomó el valor del recibo de la luz del mes de junio el cual fue \$43.370

Los demás costos como el de mantenimiento de maquinaria y la depreciación, se llevarán directamente al gasto en el estado de resultados pues es difícil calcular el valor de mantenimiento ya que no se tiene un registro actual de la salida de esos dineros.

Valor papel Mug A4 \$25.000. Cantidad 100 Hojas

Valor papel Textil A4 \$25.000. Cantidad 100 Hojas

Valor papel Calcio A4 \$8.000. Cantidad 100 Hojas

Kit Impresión Sublimación \$210.000. Mil impresiones tamaño A4

9.6.1. Estructura de Costos: Producto Mug Clásico

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Mug Clásico			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Mug en Blanco	1	3227	3227
Papel para Mug	0,3	83,3	27,8
Tinta Sublimación	0,3	70	21
Total, MP			3275,8
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	15	47,9	718,18
CIF	Cant.	Precio	Total
Servicio de Luz	15	1,95767	29,4
Costo Unidad Mug clásico			\$ 4.023

Tabla 16 Hoja de Costos Mug Clásico

9.6.2. Estructura de Costos: Producto Mug Borde y oreja color

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Mug Borde y oreja Color			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Mug borde color	1	3595	3595
Papel para Mug	0,3	83,3	27,8
Tinta Sublimación	0,3	70	21
Total, MP			3643,8
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	15	47,9	718,18
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	15	1,95767	29,4
Costo Unidad Mug Borde y Oreja Color			\$ 4.391

Tabla 17: Hoja de Costos Mug Color

9.6.3. Estructura de Costos: Producto Mug Mágico

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Mug Mágico			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Mug Mágico en Blanco	1	7509	7509
Papel para Mug	0,3	83,3	27,8
Tinta Sublimación	0,3	70	21
Total, MP			7557,8
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	10	47,9	478,79
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	15	1,95767	29,4
Costo Unidad Mug Mágico			\$ 8.066

Tabla 18: Hoja de Costos Mug Mágico

9.6.4. Estructura de Costos: Producto Perlado

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Mug Perlado			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Mug en Blanco	1	6175	6175
Papel para Mug	0,3	83,3	27,8
Tinta Sublimación	0,3	70	21
Total, MP			6223,8
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	15	47,9	718,18
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	15	1,95767	29,4
Costo Unidad Mug Perlado			\$ 6.971

Tabla 19: Hoja de Costos Mug Perlado

9.6.5. Estructura de Costos Mug Apilable x 2

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Mug Apilable x 2			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Mug en Blanco	1	8000	8000
Papel para Mug	0,1	35,7	11,9
Tinta Sublimación	0,1	30	9
Total, MP			8020,9
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	12	47,9	574,55
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	12	1,95767	23,5
Costo Unidad Mug Apilable x2			\$ 8.619

Tabla 20: Hoja de Costos Mug Apilable x2

9.6.6. Estructura de Costos: Producto Mug Cónico

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Mug Cónico			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Mug en Blanco	1	4379	4379
Papel para Mug	0,5	125,0	62,5
Tinta Sublimación	0,50	105	52,5
Total, MP			4494,0
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	15	47,9	718,18
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	15	1,95767	29,4
Costo Unidad Mug Cónico			\$ 5.242

Tabla 21: Hoja de Costos Mug Cónico

9.6.7. Estructura de Costos: Producto Mug cervecero

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Mug Cervecerero			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Mug en Blanco	1	13020	13020
Papel para Mug	0,3	83,3	25,0
Tinta Sublimación	0,30	70	21
Total, MP			13066,0
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	15	47,9	718,18
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	15	1,95767	29,4
Costo Unidad Mug Cervecerero			\$ 13.814

Tabla 22: Hoja de Costos Mug Cervecerero

9.6.8. Estructura de Costos: Mug Cuchara

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Mug Cuchara			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Mug en Blanco	1	6279	6279
Papel para Mug	0,3	83,3	25,0
Tinta Sublimación	0,30	70	21
Total, MP			6325,0
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	15	47,9	718,18
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	15	1,95767	29,4
Costo Unidad Mug Cuchara			\$ 7.073

Tabla 23: Hoja de Costos Mug Cuchara

9.6.9. Estructura de Costos: Camisetas Talla pequeña

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Camiseta talla pequeña			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Camiseta en blanco	1	7577	7577
Papel Textil	1,0	250,0	250,0
Tinta Sublimación	1,00	210	210
Total, MP			8037,0
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	10	47,9	478,79
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	10	1,95767	19,6
Costo Unidad Camiseta Talla Pequeña			\$ 8.535

Tabla 24 Hoja de Costos Camiseta Talla pequeña

9.6.10. Estructura de Costos: Camisetas Adulto

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Camiseta Adulto			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Camiseta en blanco	1	7900	7900
Papel Textil	1,0	250,0	250,0
Tinta Sublimación	1,00	210	210
Total, MP			8360,0
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	10	47,9	478,79
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	10	1,95767	19,6
Costo Unidad Camiseta Adulto			\$ 8.858

Tabla 25: Hoja de Costos Camiseta Adultos

9.6.11. Estructura de Costos: Foto Borde 20cm x 30cm

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Foto Borde 20x30cm			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Foto Borde 20x30	1	7775	7775
Papel para Mug	1,0	250,0	250,0
Lámina Metálica	1,0	3210,0	3210,0
Tinta Sublimación	1	210	210
Total, MP			11445,0
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	10	47,9	478,79
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	10	1,95767	19,6
Costo Unidad Foto Borde 20x30			\$ 11.943

Tabla 26: Hoja de Costos Foto Borde

9.6.12. Estructura de Costos: Producto Cojines

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Cojín Corazón			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Cojín en blanco	1	8220	8220
Papel Textil	2,0	250,0	500,0
Tinta Sublimación	2,00	210	420
Total, MP			9140,0
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	10	47,9	478,79
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	10	1,95767	19,6
Costo Unidad Cojín Corazón			\$ 9.638

Tabla 27: Hoja de Costos Cojín Corazón

9.6.13. Estructura de Costos: Producto Cojines

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Cojín Cuadrado			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Cojín en blanco	1	7600	7600
Papel Textil	2,0	250,0	500,0
Tinta Sublimación	2,00	210	420
Total, MP			8520,0
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	10	47,9	478,79
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	10	1,95767	19,6
Costo Unidad Cojín Cuadrado			\$ 9.018

Tabla 28: Hoja de Costos Cojín Cuadrado

9.6.14. Estructura de Costos: Producto Botones

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Botón 5,5			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Botone 5.5	1	327	327
Papel Calcio	0,08	6,7	0,6
Tinta Sublimación	1,00	17,5	17,5
Total, MP			345,1
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	3	47,9	143,64
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	0	1,95767	0,0
Costo Unidad Botón 5.5			\$ 489

Tabla 29: Hoja de Costos Botón 5.5

9.6.15. Estructura de Costos: Producto Llaveros Plásticos

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Llavero Plástico			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Llavero plástico	1	318	318
Papel Calcio	0,05	5,3	0,2
Tinta Sublimación	1,00	14	14
Total, MP			332,2
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	3	47,9	143,64
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	0	1,95767	0,0
Costo Unidad Llavero Plástico			\$ 476

Tabla 30 Hoja de Costos Llavero Plástico

9.6.16. Estructura de Costos: Producto Lamina PVC Carnet

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Lamina PVC carné			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Lamina PVC carne	1	250	250
Papel Textil	0,10	25,0	2,5
Tinta Sublimación	0,10	21	2,1
Total, MP			254,6
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	8	47,9	383,03
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	8	1,95767	15,7
Costo Unidad Lamina PVC carné			\$ 653

Tabla 31: Lamina PVC carné

9.6.17. Estructura de Costos: Producto Caramañola 600ml

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Caramañola 600ml			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Caramañola 600ml	1	8680	8680
Papel Mug	0,33	83,3	27,8
Tinta Sublimación	0,33	70	23,3333333
Total, MP			8731,1
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	10	47,9	478,79
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	10	1,95767	19,6
Costo Unidad Caramañola 600ml			\$ 9.229

Tabla 32: Hoja de Costos Caramañola 600ml

9.6.18. Estructura de Costos: Producto Gorra

SISTEMA DE PRODUCCION POR LOTES			
Hoja de Costos			
Artículo: Gorra Mayada			
Materia prima	Cant.	Precio	Total
Gorra Mayada	1	3500	3500
Papel Textil	0,17	41,7	6,9
Tinta Sublimación	0,17	35	5,83333333
Total, MP			3512,8
Mano de Obra	Minutos	Precio	Total
Personal	8	47,9	383,03
CIF	Cant	Precio	Total
Servicio de Luz	8	1,95767	15,7
Costo Unidad Gorra Mayada			\$ 3.911

Tabla 33: Hoja de Costos Gorra Mayada

Con la hoja de costos de cada producto se puede observar el valor real que cuesta realizar cada producto listo para su venta, este valor servirá en el futuro para establecer precios de ventas coherentes al público con el fin de generar un buen margen de utilidad cubriendo los costos y gastos del establecimiento de comercio B&C Imagen Impresiones Creativas.

9.7. INVERSIÓN NECESARIA

B&C Imagen Impresiones Creativas está actualmente bien posicionada contando con una buena maquinaria para la realización de los productos que oferta, pero aun así debe fortalecerse y conseguir otras máquinas para realizar todos sus productos ellos mismo, la inversión necesaria que se debería reanalizar es:

- Impresora T50 Sublimación tabloide \$1.500.000
- Plotter de corte de 60cm \$1.800.000
- Termo fijadora plana de 60cm x 60cm \$2.500.000
- Promocionar la empresa por medio del perifoneo \$180.000

La inversión total seria de un aproximado de \$6.000.0000 buscando promocionarse y darse a conocer más, además de ofertar nuevos productos con buena calidad y rapidez incrementando así sus activos.

9.7.3. Posibles Riesgos y Problemas

Los posibles riesgos en los que puede incurrir el establecimiento de comercio B&C Imagen Impresiones Creativas es seguir en la misma condición, sin niveles de crecimiento. La empresa no se encuentra en un estado crítico, pero con organización y dedicación puede mejorar creciendo de formar rápida generando utilidades adecuadas, de esta manera invirtiendo en ella misma para ser una sólida en el mercado.

Otro riesgo de gran incidencia es la competencia desleal o que lleguen al municipio grandes empresas relacionada con la actividad de publicidad quienes tengan mejor maquinaria y puedan manejar precios más bajos abarcando gran mercado del municipio, sin posibilidades de competir.

Además al vender productos variados y personalizados es difícil obtener una información fiable que permita anticipar la demanda y por ende adquirir los materiales necesarios, pues cada cliente posee gustos diferentes de lo que desea.

10. IMPACTOS

10.6. IMPACTO ECONOMICO

Se observa con gran preocupación la falta de empleos idóneos en Fusagasugá para obtener experiencia laboral, pero también se determina que este municipio es bastante amplio con 134.819 habitantes en el 2015 (Fusagasugá, 2016) según la alcaldía municipal de Fusagasugá lo cual genera un gran mercado en el cual se puede trabajar y ofertar diferentes productos por ende es viable la creación de nuevas empresas en este municipio, se busca conocer que se le puede ofertar a estas empresas nuevas en el mercado en todo lo relacionado con la publicidad.

B&C Imagen Impresiones creativas en un futuro cercano pretenderá ofertar diferentes empleos a los habitantes del municipio en el que labora tales como vendedores, asesores, mensajeros y de más al momento que se consolide empezando a expandirse tanto dentro como fuera del municipio supliendo una necesidad fundamental en el municipio como lo es el tema del desempleo que cada día afecta más a jóvenes quienes salen a un mercado que no les brinda oportunidades laborales y son obligados a emerger a otros municipios que si les brinden una estabilidad laboral.

10.7. IMPACTO CULTURAL

Se debe estudiar toda actitud relacionada a la libertad de empresa, el papel de la familia y así mismo el nivel de consumismo que los habitantes de Fusagasugá, conociendo también las diferentes culturas de este municipio velando por darle importancia al medio ambiente y como el trabajo de esta empresa puede aportar al municipio, esta empresa no tiene preferencias culturas ni nada relacionado con ello. B&C Imagen Impresiones Creativas respeta las normas, creencias y valores de cada persona lo cual orienta el accionar de la empresa.

10.8. IMPACTO AMBIENTAL

Observando los diferentes cambios climáticos que tenemos en todo el país y en el mundo entero, hoy en día es necesario que una empresa contribuya en la parte ambiental protegiendo y velando por su existencia, por ende, para B&C Imagen Impresiones Creativas este tema lo toma muy en serio y de una manera pequeña pero necesaria aporta al medio ambiente.

En la producción y elaboración de los diferentes productos que oferta esta empresa utiliza muy seguido el papel para sus impresiones, el cual lo recicla en lonas blancas y cada tres meses lo vende, además reutiliza el papel que este manchado para impresiones no tan importantes.

No utiliza químicos ni materiales que atenten en contra del medio ambiente del municipio, las tintas que ya no sirven para las impresoras son utilizadas como tinta china para la elaboración de dibujos.

11. CONCLUSIONES

Con la realización del presente trabajo se puede concluir que este establecimiento de comercio posee un gran potencial para crecer en el mercado, aumentando sus ventas y por con siguiente sus utilidades generando empleo con la utilización de productos que no atentan al medio ambiente. Se observó que B&C Imagen Impresiones Creativas es un establecimiento de comercio rentable que con dedicación y organización puede expandirse en el mercado por su innovación y calidad en los productos. Se busca ganar mercado y conseguir clientes potenciales como la Alcaldía del municipio. Si se lleva una contabilidad organizada y se realizan inversiones necesarias para su funcionamiento, en un futuro se espera que pase de Régimen Simplificado a Régimen Común y abarque diferentes mercados en el Municipio de Fusagasugá y sus alrededores.

No se debe pretender crecer por crecer o invertir por invertir, se debe crecer con mesura en función a la demanda asegurando que la inversión que se realice será rentable y mantenida en el tiempo, generando utilidades para el establecimiento de comercio teniendo en cuenta que la base de un buen funcionamiento dentro de una empresa es su estructura organizacional, conociendo las debilidades y amenazas que aquejan la entidad, es más fácil buscar la manera de superarlas o minimizarlas apoyándose en sus oportunidades y fortalezas para que esta crezca independientemente y este en constante cambio como lo exigen los mercados hoy en día junto con sus consumidores.

Contando con un área contable organizada B&C Imagen Impresiones Creativas conocerá la realidad de su empresa en cualquier momento generando estrategias de comercialización para que la misma crezca y aumente sus márgenes de utilidad, con el control de inventarios se controlara los productos que entran y salen de la empresa, sabiendo a tiempo que productos se están agotando y estar en la vanguardia al momento de ofertar diferentes productos.

En general hoy B&C Imagen Impresiones Creativas se puede considerar que está bien posicionada al ser comparados con el poco funcionamiento que tiene, pero es seguro que podría estar mejor y con organización lo lograra en un futuro muy cercano.

12. RECOMENDACIONES

Se recomienda a B&C Imagen impresiones Creativas que utilicen los formatos cada día aportados en esta investigación, con el fin que se organiza su parte interna llevando un mejor control de inventarios, costos y la contabilidad en general de la entidad.

Se sugiere promocionar la empresa por los diferentes medios publicitarios existentes en el municipio, ya sea radio, televisión o perifoneo con el fin que los habitantes los conozcan y se conviertan en futuros clientes.

Invertir en la empresa con nueva maquinaria apta para realización de cada producto, es una recomendación vital, con el fin que mejore su rendimiento en cuanto a los tiempos de entrega, costos de la empresa, ya que contando ellos mismo con la maquinaria reducirán ciertas cifras y mejoraran sus utilidades.

Se espera que más adelante B&C Imagen Impresiones Creativas tenga un organigrama idóneo como requisito general de una empresa, generando así más confianza por parte de sus usuarios además de designar funciones y agilizar los diferentes procesos que se lleven a cabo dentro de la empresa.

B&C Imagen impresiones creativas se encuentra en el régimen Simplificado, pero como se pretende mejorar las ventas y cambiar de régimen, se recomienda opten por una sociedad de acciones simplificadas SAS por los diferentes beneficios tributarios que posee y le puede aportar a esta empresa.

Se recomienda la creación de un directorio de clientes, con números telefónicos y/o direcciones para visitarlos e informarles de los nuevos productos. Estos datos se pueden obtener del control de facturación que se realizó.

Además, se recomienda la actualización continua de los catálogos de productos para mostrar de una manera organizada lo que ofertan con sus precios por unidad y por cantidad, ubicar de manera estratégica las muestras dentro del local para que sea llamativo para la gente que pase por el lugar de localización de la empresa.

En general se recomiendo dar un buen y continuo uso a los diferentes instrumentos suministrados, llevando su contabilidad al día y conforme a lo establecido con la nueva reglamentación de los estándares internacionales establecidos en la Ley 1314 y sus diferentes decretos que la reglamentan.

BIBLIOGRAFIA

Decreto 2706, D. (2012).

CCB. (2016). *Cámara de Comercio*. Recuperado el 13 de 02 de 2016, de <http://www.ccb.org.co/La-Camara-CCB>:
http://www.ccb.org.co/La_Camara_CCB

Certo, S. (2010). *Administración Moderna*. Bogotá.

clase, S. (s.f.).

Definición. (abril de 2014). *Definición de.com*. Obtenido de <http://definicion.de/organizacion/>

DefiniciónABC. (s.f.). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC:
<http://www.definicionabc.com/general/reestructuracion.php>

DIAN. (2016). *DIAN*. Obtenido de DIAN:
http://www.dian.gov.co/descargas/Material_Informativo/serie_comun_simplificado.pdf

Estatuto Tributario. (s.f.). Estatuto Tributario. artículo 499.

Financiera, E. (2015). *Enciclopedia Financiera*. Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>

Fusagasugá, A. (2016). <http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/>. Obtenido de <http://www.fusagasuga-cundinamarca.gov.co/>

Gerstein, M. S. (1988). *Google Academic*. Obtenido de <http://infolac2.uco.mx/documentos/politicas/10.pdf>

Icotenc. (2011). *NORMA GTC 45 DE 2010*.

Icotenc. (s.f.). *NORMA GTC 45 DE 2010*. 2011.

Ley 590. (2 de Julio de 2000). *Ley 590*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>

Raul. (1998). *Historia de la Publicidad*. Bogotá: Celeste Ediciones.

Sisk, H. L. (1996). *Administración y Contabilidad Empresarial*. USA: South Western.

WordReference. (2016). *WordReference.com*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/>

13. ANEXOS

13.1. RUT

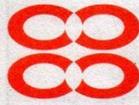
		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal				001	
2. Concepto <input type="checkbox"/> 0 <input checked="" type="checkbox"/> 1 Inscripción Espacio reservado para la DIAN				4. Número de formulario 14320233731			
				 (415)7707212489984(8020) 000001432023373 1			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. DV		12. Dirección seccional		14. Buzón electrónico	
1 0 6 9 7 4 7 7 3 1		-		4		8	
IDENTIFICACION							
24. Tipo de contribuyente:		25. Tipo de documento:		26. Número de identificación:		27. Fecha expedición:	
Persona natural o sucesión ilíquida <input type="checkbox"/> 2		Cédula de ciudadanía <input type="checkbox"/> 1 <input checked="" type="checkbox"/> 3		1 0 6 9 7 4 7 7 3 1		2 0 1 2 0 6 2 6	
Lugar de expedición		28. País:		29. Departamento:		30. Ciudad/Municipio:	
COLOMBIA		1 6 9		Cundinamarca		Fusagasugá	
31. Primer apellido		32. Segundo apellido		33. Primer nombre		34. Otros nombres	
BERNAL		CUELLAR		LEYDY		PAOLA	
35. Razón social:							
36. Nombre comercial:							
B Y C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS							
37. Sigla:							
UBICACION							
38. País:		39. Departamento:		40. Ciudad/Municipio:			
COLOMBIA		1 6 9		Cundinamarca		2 5	
41. Dirección principal							
TV 12 22 45							
42. Correo electrónico:		43. Apartado aéreo		44. Teléfono 1:		45. Teléfono 2:	
leydypao_21@hotmail.com				3 1 2 3 3 2 1 3 0			
CLASIFICACION							
Actividad económica				Ocupación			
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades		52. Número establecimientos	
46. Código:	47. Fecha inicio actividad:	48. Código:	49. Fecha inicio actividad:	50. Código:	1	2	1
7 3 1 0	2 0 1 4 1 1 1 3	7 4 2 0	2 0 1 4 1 1 1 3				
Responsabilidades, Calidades y Atributos							
53. Código:							
1 2							
12- Ventas régimen simplificado							
Usuarios aduaneros				Exportadores			
54. Código:				55. Forma		56. Tipo	
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10				□		□	
				Servicio		1 2 3	
				57. Modo		□ □ □	
				58. CPC		□ □ □	
Para uso exclusivo de la DIAN							
59. Anexos: SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		60. No. de Folios:		61. Fecha:			
		0		2 0 1 4 1 1 1 3			
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponde exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad o inexactitud en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 18 Decreto 2460 de Noviembre de 2013 Firma del solicitante:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada:			
				984. Nombre		SONIA CASTILLO GALINDO	
				985. Cargo:		ABOGADO	

13.2. CAMARA Y COMERCIO



01

* 1 5 0 4 6 3 6 2 8 *



**Cámara
de Comercio
de Bogotá**

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

SEDE FUSAGASUGA

5 DE FEBRERO DE 2015 HORA 10:07:54

R044484902 PAGINA: 1 de 1

CERTIFICADO DE MATRICULA DE PERSONA NATURAL

LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

CERTIFICA: NOMBRE : BERNAL CUELLAR LEYDY PAOLA

C.C. : 1069747731

N.I.T. : 1069747731-4 ADMINISTRACION : GIRARDOT, REGIMEN SIMPLIFICADO

CERTIFICA: MATRICULA NO : 02519044 DEL 13 DE NOVIEMBRE DE 2014

CERTIFICA: DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : DG 8 NO. 1 N 61

MUNICIPIO : FUSAGASUGA (CUNDINAMARCA)

EMAIL NOTIFICACION JUDICIAL : LEYDPAO_21@HOTMAIL.COM

DIRECCION COMERCIAL : TV 12 NO. 22 45

MUNICIPIO : FUSAGASUGA (CUNDINAMARCA)

EMAIL COMERCIAL : LEYDPAO_21@HOTMAIL.COM

CERTIFICA: RENOVACION DE LA MATRICULA : 13 DE NOVIEMBRE DE 2014

ULTIMO AÑO RENOVADO : 2014

ACTIVO TOTAL REPORTADO : \$1,000,000

CERTIFICA: ACTIVIDAD ECONOMICA : 7310 PUBLICIDAD. 7420 ACTIVIDADES DE FOTOGRAFIA.

CERTIFICA: PROPIETARIO DE LOS SIGUIENTES ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO

NOMBRE : B Y C IMAGEN IMPRESIONES CREATIVAS

DIRECCION COMERCIAL : TV 12 NO. 22 45

MUNICIPIO : FUSAGASUGA (CUNDINAMARCA)

MATRICULA NO : 02519048 DE 13 DE NOVIEMBRE DE 2014

RENOVACION DE LA MATRICULA : EL 13 DE NOVIEMBRE DE 2014

ULTIMO AÑO RENOVADO : 2014

CERTIFICA: LA INFORMACION ANTERIOR HA SIDO TOMADA DIRECTAMENTE DEL FORMULARIO DE

MATRICULA DILIGENCIADO POR EL COMERCIANTE.

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CODIGO DE PROCEDIMIENTO

ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS

ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUÍ CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ

ISO(10) DIAS HABLES DESPUES DE LA FECHA DE INSCRIPCION, SIEMPRE QUE NO

SEAN OBJETO DE RECURSOS.

EL PRESENTE CERTIFICADO NO CONSTITUYE PERMISO DE

REMI

13.3. FOTO LOCAL







13.4. ENCUESTA



REESTRUCRACION ORRGANIZACIONAL DE LA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS PUBLICITARIOS B&C IMAGEN ENCUESTA

Nombre: _____ Edad: _____

1. Que impresión tiene de la empresa B&C imagen
 - a. Buena
 - b. Regular
 - c. Mala
2. Como conoció sobre B&C IMAGEN
 - a. Por amigos
 - b. Por qué vio el local
 - c. Por internet
 - d. Por volantes y tarjetas
3. Considera que el servicio al cliente prestado por esta empresa es
 - a. Adecuado
 - b. Normal
 - c. Ineficiente
4. En general y conociendo los productos y precios que esta oferta, considera que sus precios son
 - a. Altos
 - b. Adecuados
 - c. Económicos
5. Hablando específicamente del mug blanco clásico, producto lider el cual cuesta 12mil, considera que este precio es
 - a. Costoso
 - b. Normal
 - c. Barato
6. Considera que los productos ofertados son novedosos
 - a. Si
 - b. No.
7. Que producto se le hace más llamativo
 - a. Mugs
 - b. Camisetas
 - c. Cojines
 - d. Llaveros
 - e. Otro _____
8. Su imagen ante esta empresa es:
 - a. Favorable
 - b. Desfavorable
9. Hablando de cumplimiento, considera que B&C imagen es
 - a. Puntual
 - b. Incumplidos
10. Pensando en un futuro, usted vería a B&C imagen:
 - a. Creciendo
 - b. Teniendo más de dos locales comerciales
 - c. Trasladándose de Fusagasugá
 - d. Cerrada
 - e. Otra _____

Encuesta realizada a nivel Académico

Leydy Paola Bernal Cuellar

Estudiante de Noveno semestre de Contaduría Publica, Universidad de Cundinamarca.

13.5. FORMATO KARDEX PRODUCTOS

- Formato Kardex Mug Color borde y oreja: Inventario inicial 10 Unidades. Inventario Final: 27 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: MUG COLOR BORDE Y ORJA				REFERENCIA: MBO				
			CANTIDAD MÍNIMA: 12		CANTIDAD MAXIMA: 72						
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	3.500	10	35.000		-	10	35.000	3.500
04	01	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	9	31.500	3.500
09	01	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	8	28.000	3.500
16	01	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	7	24.500	3.500
20	01	16	Compra F-0891	3.450	18	62.100		-	25	86.600	3.464
02	03	16	Venta almacén	3.464		-	4	13.856	21	72.744	3.464
23	03	16	Venta almacén	3.464		-	2	6.928	19	65.816	3.464

23	03	16	Compra F- 1023	3.800	12	45.600		-	31	111.416	3.594
06	04	16	Venta almacén	3.594		-	3	10.782	28	100.634	3.594
08	04	16	Venta almacén	3.594		-	1	3.594	27	97.040	3.594
14	04	16	Venta almacén	3.594		-	1	3.594	26	93.446	3.594
07	05	16	Venta almacén	3.594		-	2	7.188	24	86.258	3.594
11	05	16	Venta almacén	3.594	0	-	1	3.594	23	82.663	3.594
09	06	16	Venta almacén	3.594		-	1	3.594	22	79.069	3.594
14	06	16	Venta almacén	3.594		-	1	3.594	21	75.475	3.594
15	06	16	Compra fn° 1521	3.600	6	21.600		-	27	97.075	3.595
30	06	16		3.595		-		-	27	97.075	3.595

Tabla 34: Kardex: Mug Borde y oreja Color

- Formato Kardex Mug Mágico. Inventario inicial 12 Unidades. Inventario Final: 19 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: MUG MAGICO				REFERENCIA: MM				
			CANTIDAD MÍNIMA: 18				CANTIDAD MAXIMA: 72				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS	SALIDAS	SALDO	PROMEDIO			

					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	7.050	12	84.600		-	12	84.600	7.050
11	02	16	Compra F- 933	7.450	0	-		-	12	84.600	7.050
09	03	16	Venta almacén	7.050		-	2	14.100	10	70.500	7.050
08	04	16	Venta almacén	7.050		-	2	14.100	8	56.400	7.050
30	04	16	Venta almacén	7.050		-	1	7.050	7	49.350	7.050
05	05	16	Compra FN° 1021	7.550	12	90.600		-	19	139.950	7.366
05	05	16	Venta almacén	7.366		-	2	14.732	17	125.218	7.366
18	05	16	Venta almacén	7.366		-	1	7.366	16	117.853	7.366
02	06	16	Compra fn° 1123	7.700	12	92.400		-	28	210.253	7.509
17	06	16	Venta almacén	7.509		-	2	15.018	26	195.235	7.509
24	06	16	Venta almacén	7.509		-	1	7.509	25	187.726	7.509
25	06	16	Venta almacén	7.509		-	3	22.527	22	165.198	7.509
30	06	16	Venta almacén	7.509		-	3	22.527	19	142.671	7.509

Tabla 35: Kardex: Mug Mágico

- Formato Kardex Mug Perlado. Inventario inicial 12 Unidades. Inventario Final: 14 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: MUG PERLADO			REFERENCIA: MP					
			CANTIDAD MÍNIMA: 12			CANTIDAD MAXIMA: 72					
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	6.100	12	73.200		-	12	73.200	6.100
19	02	16	Venta almacén	6.100		-	2	12.200	10	61.000	6.100
08	03	16	Compra F- 1024	6.300	6	37.800		-	16	98.800	6.175
30	05	16	Venta almacén	6.175		-	2	12.350	14	86.450	6.175
30	06	16		6.175		-		-	14	86.450	6.175

Tabla 36 Kardex: Mug Perlado

- Formato Kardex Mug Apilable x2. Inventario inicial 8 Unidades. Inventario Final: 13 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: MUG APILABLE X2				REFERENCIA: MAX2				
			CANTIDAD MÍNIMA: 6				CANTIDAD MAXIMA: 488				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	8.000	8	64.000		-	8	64.000	8.000
05	01	16	Venta almacén	8.000		-	2	16.000	6	48.000	8.000
20	01	16	Compra F-0891	8.000	10	80.000	0	-	16	128.000	8.000
11	03	16	Venta almacén	8.000		-	1	8.000	15	120.000	8.000
14	04	16	Venta almacén	8.000		-	1	8.000	14	112.000	8.000
19	06	16	Venta almacén	8.000		-	1	8.000	13	104.000	8.000
30	06	16		8.000		-		-	13	104.000	8.000

Tabla 37 Kardex: Mug Apilable x2

- Formato Kardex Cónico Blanco. Inventario inicial 28 Unidades. Inventario Final: 68 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: MUG CONICO				REFERENCIA: MCO				
			CANTIDAD MÍNIMA: 18				CANTIDAD MAXIMA: 72				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	4.200	12	50.400		-	12	50.400	4.200
20	01	16	Compra F-0891	4.400	12	52.800	0	-	24	103.200	4.300
18	03	16	Venta almacén	4.300		-	2	8.600	22	94.600	4.300
14	04	16	Venta almacén	4.300		-	2	8.600	20	86.000	4.300
19	04	16	Venta almacén	4.300		-	1	4.300	19	81.700	4.300
26	04	16	Compra fn° 1321	4.400	72	316.800		-	91	398.500	4.379
26	04	16	Venta F n° 1151	4.379		-	64	280.264	27	118.236	4.379
03	05	16	Venta almacén	4.379		-		1	27	118.235	4.379

08	05	16	Venta almacén	4.379		-	3	13.137	24	105.098	4.379
27	05	16	Venta almacén	4.379		-	1	4.379	23	100.719	4.379
11	06	16	Venta almacén	4.379		-	1	4.379	22	96.340	4.379
30	06	16		4.379		-		-	22	96.340	4.379

Tabla 38 Kardex: Mug cónico

- Formato Kardex Cervecero Cerámica. Inventario inicial 4 Unidades. Inventario Final: 8 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: MUG CERVECERO			REFERENCIA: MCE					
			CANTIDAD MÍNIMA: 6			CANTIDAD MAXIMA: 24					
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	12.300	4	49.200		-	4	49.200	12.300
20	01	16	Compra F-0891	13.500	6	81.000	0	-	10	130.200	13.020
31	03	16	Venta almacén	13.020		-	1	13.020	9	117.180	13.020

29	04	16	Venta almacén	13.020	-	1	13.020	8	104.160	13.020
30	06	16		13.020	-		-	8	104.160	13.020

Tabla 39 Kardex: Mug Cervecero

- Formato Kardex Mug Cuchara. Inventario inicial 28 Unidades. Inventario Final: 68 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: MUG CUCHARA				REFERENCIA: MCU				
			CANTIDAD MÍNIMA: 12				CANTIDAD MAXIMA: 72				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	6.100	10	61.000		-	10	61.000	6.100
13	01	16	Venta almacén	6.100		-	1	6.100	9	54.900	6.100
20	01	16	Compra F-0891	6.300	12	75.600		-	21	130.500	6.214
07	03	16	Venta almacén	6.214		-	1	6.214	20	124.286	6.214

06	04	16	Venta almacén	6.214		-	1	6.214	19	118.071	6.214
08	04	16	Venta almacén	6.214		-	12	74.571	7	43.500	6.214
09	04	16	Venta almacén	6.214		-	1	6.214	6	37.286	6.214
09	04	16	Compra Fn° 1212	6.300	18	113.400		-	24	150.686	6.279
22	04	16	Venta almacén	6.279		-	8	50.229	16	100.457	6.279
14	05	16	Venta almacén	6.279		-	1	6.279	15	94.179	6.279
01	06	16	Venta almacén	6.279		-	1	6.279	14	87.900	6.279
17	06	16	Venta almacén	6.279		-	1	6.279	13	81.621	6.279
24	06	16	Venta almacén	6.279		-	1	6.279	12	75.343	6.279
30	06	16		6.279		-		-	12	75.343	6.279

Tabla 40: kardex: Mug Cuchara

- Formato Kardex Camiseta Lino Poliéster 2-4. Inventario inicial 2 Unidades. Inventario Final: 13 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: CAMISETA T 2-4				REFERENCIA:C1				
			CANTIDAD MÍNIMA: 6				CANTIDAD MAXIMA: 18				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	7.700	2	15.400		-	2	15.400	7.700
20	01	16	Compra f-0891	7.500	8	60.000		-	10	75.400	7.540
07	02	16	Venta almacén	7.540		-	1	7.540	9	67.860	7.540
25	02	16	Venta almacén	7.540		-	1	7.540	8	60.320	7.540
10	03	16	Venta almacén	7.540		-	1	7.540	7	52.780	7.540
07	4	16	Compra Fn° 1212	7.600	10	76.000		-	17	128.780	7.575
08	04	16	Venta almacén	7.575		-	1	7.575	16	121.205	7.575
25	04	16	Venta almacén	7.575		-	1	7.575	15	113.629	7.575

06	05	16	Venta almacén	7.575	-	1	7.575	14	106.054	7.575
22	06	16	Venta almacén	7.575	-	1	7.575	13	98.479	7.575
30	06	16		7.575	-		-	13	98.479	7.575

Tabla 41 Kardex: Camisa talla 2-4

- Formato Kardex Camiseta Lino Poliéster 6-8. Inventario inicial 6 Unidades. Inventario Final: 17 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: CAMISETA T 6-8			REFERENCIA:C2					
			CANTIDAD MÍNIMA: 6			CANTIDAD MAXIMA: 18					
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	7.700	3	23.100		-	3	23.100	7.700
20	01	16	Compra f-0891	7.500	10	75.000		-	13	98.100	7.546
21	01	16	Venta almacén	7.546		-	2	15.092	11	83.008	7.546

19	02	16	Venta almacén	7.546		-	1	7.546	10	75.462	7.546
28	03	16	Venta almacén	7.546		-	1	7.546	9	67.915	7.546
07	4	16	Compra Fn° 1212	7.600	12	91.200		-	21	159.115	7.577
11	04	16	Venta almacén	7.577		-	2	15.154	19	143.962	7.577
23	04	16	Venta almacén	7.577		-	1	7.577	18	136.385	7.577
06	05	16	Venta almacén	7.577		-	1	7.577	17	128.808	7.577
30	06	16		7.577		-		-	17	128.808	7.577

Tabla 42: Kardex: Camiseta talla 6-8

- Formato Kardex Camiseta Lino Poliéster 10-12. Inventario inicial 5 Unidades. Inventario Final: 8 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO												
FECHA			ARTICULO: CAMISETA T 10-12				REFERENCIA:C3					
			CANTIDAD MÍNIMA: 6				CANTIDAD MAXIMA: 18					
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA									
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO	
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES		
01	01	16	Inventario inicial	7.700	5	38.500			-	5	38.500	7.700

20	01	16	Compra f-0891	7.500	10	75.000	-	15	113.500	7.567	
20	01	16	Venta almacén	7.567		-	1	7.567	14	105.933	7.567
01	04	16	Venta almacén	7.567		-	1	7.567	13	98.367	7.567
16	04	16	Venta almacén	7.567		-	1	7.567	12	90.800	7.567
18	05	16	Venta almacén	7.567		-	1	7.567	11	83.233	7.567
30	06	16	Venta almacén	7.567		-	2	15.133	9	68.100	7.567
30	06	16		7.567		-		-	9	68.100	7.567
06	05	16	Venta almacén	7.567		-	1	7.567	8	60.533	7.567
30	06	16		7.567		-		-	8	60.533	7.567

Tabla 43: Kardex: Camiseta talla 10-12

- Formato Kardex Camiseta Lino Poliéster S. Inventario inicial 6 Unidades. Inventario Final: 13 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: CAMISETA T S				REFERENCIA:C4				
			CANTIDAD MÍNIMA: 6				CANTIDAD MAXIMA: 18				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	

01	01	16	Inventario inicial	7.900	6	47.400		-	6	47.400	7.900
20	01	16	Compra f-0891	7.900	12	94.800		-	18	142.200	7.900
23	02	16	Venta almacén	7.900		-	1	7.900	17	134.300	7.900
28	04	16	Venta almacén	7.900		-	1	7.900	16	126.400	7.900
02	05	16	Venta almacén	7.900		-	1	7.900	15	118.500	7.900
26	05	16	Venta almacén	7.900		-	1	7.900	14	110.600	7.900
27	05	16	Venta almacén	7.900		-	1	7.900	13	102.700	7.900
30	06	16		7.900		-		-	13	102.700	7.900

Tabla 44: Kardex Camiseta talla S

- Formato Kardex Camiseta Lino Poliéster M. Inventario inicial 10 Unidades. Inventario Final: 14 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: CAMISETA T M				REFERENCIA:C5				
			CANTIDAD MÍNIMA: 6				CANTIDAD MAXIMA: 18				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE		ENTRADAS	SALIDAS	SALDO	PROMEDIO			

				VALOR UNITARIO							
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	7.900	10	79.000		-	10	79.000	7.900
20	01	16	Compra f-0891	7.900	12	94.800		-	22	173.800	7.900
24	05	16	Venta almacén	7.900		-	4	31.600	18	142.200	7.900
08	06	16	Venta almacén	7.900		-	2	15.800	16	126.400	7.900
30	06	16	Venta almacén	7.900		-	2	15.800	14	110.600	7.900
30	06	16		7.900		-		-	14	110.600	7.900

Tabla 45 Kardex: Camiseta talla M

- Formato Kardex Camiseta Lino Poliéster L. Inventario inicial 5 Unidades. Inventario Final: 18 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO										
FECHA			ARTICULO: CAMISETA T L				REFERENCIA:C6			
			CANTIDAD MÍNIMA: 6				CANTIDAD MAXIMA: 18			
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA							
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS	SALIDAS	SALDO	PROMEDIO		

					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	7.900	5	39.500		-	5	39.500	7.900
20	01	16	Compra f-0891	7.900	18	142.200		-	23	181.700	7.900
25	02	16	Venta almacén	7.900		-	1	7.900	22	173.800	7.900
20	05	16	Venta almacén	7.900		-	2	15.800	20	158.000	7.900
21	06	16	Venta almacén	7.900		-	2	15.800	18	142.200	7.900
30	06	16		7.900		-		-	18	142.200	7.900

Tabla 46: Kardex: Camiseta talla L

- Formato Kardex Camiseta Lino Poliéster XL. Inventario inicial 2 Unidades. Inventario Final: 7 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: CAMISETA T XL				REFERENCIA:C7				
			CANTIDAD MÍNIMA: 6				CANTIDAD MAXIMA: 18				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	

01	01	16	Inventario inicial	8.100	2	16.200		-	2	16.200	8.100
20	01	16	Compra f-0891	8.000	15	120.000		-	17	136.200	8.012
12	05	16	Venta almacén	8.012		-	1	8.012	16	128.188	8.012
11	06	16	Venta almacén	8.012		-	2	16.024	14	112.165	8.012
14	06	16	Venta almacén	8.012		-	1	8.012	13	104.153	8.012
16	06	16	Venta almacén	8.012		-	1	8.012	12	96.141	8.012
19	06	16	Venta almacén	8.012		-	2	16.024	10	80.118	8.012
24	06	16	Venta almacén	8.012		-	2	16.024	8	64.094	8.012
25	06	16	Venta almacén	8.012		-	1	8.012	7	56.082	8.012
30	06	16		8.012		-		-	7	56.082	8.012

Tabla 47: Kardex: Camiseta talla XL

- Formato Kardex Foto borde 20x30cm. Inventario inicial 4 Unidades. Inventario Final: 11 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: FOTO BORDE 20X30CM				REFERENCIA: MC1				
			CANTIDAD MÍNIMA: 6				CANTIDAD MAXIMA: 48				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	7.700	4	30.800		-	4	30.800	7.700
20	01	16	Compra f-0891	7.800	12	93.600		-	16	124.400	7.775
06	02	16	Venta Almacén	7.775		-	2	15.550	14	108.850	7.775
13	02	16	Venta Almacén	7.775		-	1	7.775	13	101.075	7.775
25	01	16	Venta Almacén	7.775		-	1	7.775	12	93.300	7.775
03	03	16	Venta Almacén	7.775		-	1	7.775	11	85.525	7.775
30	06	16		7.775		-		-	11	85.525	7.775

Tabla 48: Kardex: Foto borde 30cmx20cm

- Formato Kardex Cojín Cuadrado. Inventario inicial 6 Unidades. Inventario Final: 8 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: COJIN CUADRADO				REFERENCIA: CO2				
			CANTIDAD MÍNIMA: 6				CANTIDAD MAXIMA: 24				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	7.500	6	45.000		-	6	45.000	7.500
20	01	16	Compra 0891	7.700	6	46.200		-	12	91.200	7.600
02	04	16	Venta almacén	7.600		-	1	7.600	11	83.600	7.600
07	05	16	Venta Almacén	7.600		-	1	7.600	10	76.000	7.600
18	06	16	Venta Almacén	7.600		-	1	7.600	9	68.400	7.600
28	06	16	Venta Almacén	7.600		-	1	7.600	8	60.800	7.600
30	06	16	Venta Almacén	7.600		-		-	8	60.800	7.600

Tabla 49 Kardex: Cojín Cuadrado

- Formato Kardex Botón 5.5cm. Inventario inicial 100 Unidades. Inventario Final: 76 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: BOTON 5,5CM				REFERENCIA: B5				
			CANTIDAD MÍNIMA: 50				CANTIDAD MAXIMA: 300				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT	VALORES	CANT	VALORES	CANT	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	310	100	31.000		-	100	31.000	310
08	01	16	Venta almacén	310		-	1	310	99	30.690	310
09	01	16	Venta Factura N° 1106	310		-	2	620	97	30.070	310
13	01	16	Venta almacén	310		-	1	310	96	29.760	310
20	01	16	Compra F-0891	330	100	33.000	0	-	196	62.760	320
02	03	16	Venta almacén	320		-	24	7.685	172	55.075	320
03	03	16	Venta almacén	320		-	35	11.207	137	43.868	320
31	03	16	Venta almacén	320		-	50	16.010	87	27.858	320

0	0	1										
6	4	6	Venta almacén	320			-	3	961	84	26.897	320
0	0	1										
2	5	6	Compra Fla	330	200	66.000			-	284	92.897	327
0	0	1										
2	5	6	Venta almacén	327			-	100	32.710	184	60.187	327
2	0	1										
3	5	6	Venta almacén	327			-	35	11.449	149	48.738	327
0	0	1										
2	6	6	Venta almacén	327			-	50	16.355	99	32.383	327
0	0	1										
7	6	6	Venta almacén	327			-	3	981	96	31.402	327
2	0	1										
9	6	6	Venta almacén	327			-	20	6.542	76	24.860	327
3	0	1										
0	6	6	Venta almacén	327			-		-	76	24.860	327

Tabla 50 Kardex: Boton 5.5

- Formato Kardex Llavero plástico 3cm x 4cm. Inventario inicial 85 Unidades. Inventario Final: 155 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO												
FECHA			ARTICULO: LLAVERO PLASTICO				REFERENCIA: LP					
			CANTIDAD MÍNIMA: 90				CANTIDAD MAXIMA: 240					
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA									
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO	
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES		

01	01	16	Inventario inicial	310	85	26.350		-	85	26.350	310
14	04	16	Venta almacén	310		-	50	15.500	35	10.850	310
28	04	16	Compra fn° 1321	320	120	38.400		-	155	49.250	318
30	06	16		318		-		-	155	49.250	318

Tabla 51 Kardex: Llaveró plástico

- Formato Kardex Lamina PVC para Carnet. Inventario inicial 150 Unidades. Inventario Final: 154 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: LAMINA PVC				REFERENCIA: LPVC				
			CANTIDAD MÍNIMA: 50				CANTIDAD MAXIMA: 300				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	250	150	37.500		-	150	37.500	250
20	01	16	Compra 0891	250	200	50.000		-	350	87.500	250
26	02	16	Venta almacén	250		-	43	10.750	307	76.750	250

04	03	16	Venta almacén	250		-	77	19.250	230	57.500	250
08	03	16	Compra F- 1024	250	700	175.000	0	-	930	232.500	250
12	03	16	Venta almacén	250		-	676	169.000	254	63.500	250
17	03	16	Venta almacén	250		-	57	14.250	197	49.250	250
05	04	16	Venta almacén	250		-	3	750	194	48.500	250
02	05	16	Venta almacén	250		-	2	500	192	48.000	250
10	05	16	Venta almacén	250		-	38	9.500	154	38.500	250
30	06	16		250		-		-	154	38.500	250

Tabla 52 Kardex: Lamina Carne

- Formato Kardex Caramañola 600ML. Inventario inicial 12 Unidades. Inventario Final: 7 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: CARAMAÑOLA 600ML				REFERENCIA: C600				
			CANTIDAD MÍNIMA: 12				CANTIDAD MAXIMA: 84				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	8.500	12	102.000		-	12	102.000	8.500

20	01	16	Compra 0891	8.800	18	158.400	-	30	260.400	8.680	
14	03	16	Venta almacén	8.680		-	15	130.200	15	130.200	8.680
31	03	16	Venta almacén	8.680		-	1	8.680	14	121.520	8.680
15	06	16	Venta almacén	8.680		-	6	52.080	8	69.440	8.680
22	06	16	Venta almacén	8.680		-	1	8.680	7	60.760	8.680
30	06	16		8.680		-		-	7	60.760	8.680

- Formato Kardex Gorras Mayadas. Inventario inicial 28 Unidades. Inventario Final: 68 Unidades

SISTEMA DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS - MÉTODO PROMEDIO											
FECHA			ARTICULO: GORRA MAYADAS				REFERENCIA: GM				
			CANTIDAD MÍNIMA: 12				CANTIDAD MAXIMA: 60				
			PROVEEDORES: TENDENCIAS GYG / FLA DE COLOMBIA								
D	M	A	DETALLE	VALOR UNITARIO	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		PROMEDIO
					CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	CANT.	VALORES	
01	01	16	Inventario inicial	3.500	12	42.000		-	12	42.000	3.500
04	01	16	Venta almacén	3.500		-	7	24.500	5	17.500	3.500

13	01	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	4	14.000	3.500
20	01	16	Compra gorras	3.500	15	52.500		-	19	66.500	3.500
26	01	16	Venta almacén	3.500	5	17.500	0	-	24	84.000	3.500
03	02	16	Venta almacén	3.500		-	2	7.000	22	77.000	3.500
18	02	16	Venta almacén	3.500		-	4	14.000	18	63.000	3.500
04	03	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	17	59.500	3.500
19	03	16	Venta almacén	3.500		-	2	7.000	15	52.500	3.500
01	04	16	Venta almacén	3.500		-	2	7.000	13	45.500	3.500
05	04	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	12	42.000	3.500
08	04	16	Venta almacén	3.500		-	2	7.000	10	35.000	3.500
11	04	16	Venta almacén	3.500		-	2	7.000	8	28.000	3.500
15	04	16	Venta almacén	3.500		-	2	7.000	6	21.000	3.500
19	04	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	5	17.500	3.500
22	04	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	4	14.000	3.500
26	04	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	3	10.500	3.500
29	04	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	2	7.000	3.500
02	05	16	Compra Gorras	3.500	20	70.000		-	22	77.000	3.500

03	05	16	Venta almacén	3.500		-	4	14.000	18	63.000	3.500
04	05	16	Venta almacén	3.500		-	2	7.000	16	56.000	3.500
07	05	16	Venta almacén	3.500		-	3	10.500	13	45.500	3.500
19	05	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	12	42.000	3.500
20	05	16	Venta almacén	3.500		-	4	14.000	8	28.000	3.500
08	06	16	Compra gorras	3.500	30	105.000		-	38	133.000	3.500
08	06	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	37	129.500	3.500
10	06	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	36	126.000	3.500
13	06	16	Venta almacén	3.500			1	3.500	35	122.500	3.500
14	06	16	Venta almacén	3.500		-	2	7.000	33	115.500	3.500
16	06	16	Venta almacén	3.500		-	1	3.500	32	112.000	3.500
18	06	16	Venta almacén	3.500		-	2	7.000	30	105.000	3.500
23	06	16	Venta almacén	3.500		-	6	21.000	24	84.000	3.500
25	06	16	Venta almacén	3.500		-	2	7.000	22	77.000	3.500
29	06	16	Venta almacén	3.500		-	3	10.500	19	66.500	3.500
30	06	16		3.500		-		-	19	66.500	3.500

Tabla 53 Kardex: Gorras

13.6. Acta de seguimiento a trabajos de grado proyecto de emprendimiento, Asesor interno.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
 PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
 SEDE FUSAGASUGÁ
 Proceso: Investigación

ACTA DE SEGUIMIENTO A TRABAJOS DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO, ASESOR INTERNO

Fecha **D 02 M 03 A 2016** Consecutivo interno del Asesor No. **001**

DATOS GENERALES DEL (OS) ESTUDIANTE (S)			
Nombres completos del estudiante		No. documento de identidad	
Leydy Paola Bernal Celis		1069 747 731 Eggr	
Código del estudiante	Celular No.	Teléfono fijo	Dirección de residencia
114212115	312 333 2130	8868190 8717145	Cra 93A #1-23
2. DATOS GENERALES DEL ASESOR			
NOMBRE		Título profesional en	
Humberto Becerra		Economista Industrial	
Documento de identidad		Cargo desempeñado en la Universidad	
10.111.549 de Pereira		Docente Universidad	
No. de celular		Área de conocimiento que asesora	
312 822 2166		Emprendimiento	
3. DATOS DEL TRABAJO DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO			
Nombre del Trabajo de Grado			
Proyecto para la reestructuración y Organización de una dedicada a la elaboración y venta de Productos publicitarios			
OBJETIVO GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO			
NIVEL DE AVANCE (Describe el cumplimiento de los objetivos que se establecieron en el trabajo y cronograma del mismo)			
Presentación Anteproyecto ante el Comité de Opciones de Grado			
ACUERDO DE AVANCES			
RESULTADOS OBTENIDOS	CUMPLIDOS	<input checked="" type="checkbox"/>	INCUMPLIDOS <input type="checkbox"/>
COMPROMISOS ESTABLECIDOS PARA LA PRÓXIMA SESIÓN			
Cambiar creación de Empresa por reestructuración de Empresa.			
OBSERVACIONES			
Replantear el anteproyecto con la estructura definida para la reestructuración de empresa			
Firmas			
		1069 747 731	



**ACTA DE SEGUIMIENTO A TRABAJOS DE GRADO/PROYECTO
 EMPRENDIMIENTO, ASESOR INTERNO**

Fecha **07** **03** **A 2016** Consecutivo interno del Asesor No. **002**

DATOS GENERALES DEL (OS) ESTUDIANTE (S)			
Nombres completos del estudiante		No. documento de identidad	
Leidy Paola Bernal Cuellar		1069747731 Fgg.a	
Código del estudiante	Celular No.	Teléfono fijo	Dirección de residencia
114212115	3123332130	8868190	Cra 23A # 1A-23
2. DATOS GENERALES DEL ASESOR			
NOMBRE		Título profesional en	
Humberto Becerra		Economista Industrial	
Documento de identidad		Cargo desempeñado en la Universidad	
10.111.547 Pereira		Docente Universidad	
No. de celular		Área de conocimiento que asesora	
3128222166		Emprendimiento	
3. DATOS DEL TRABAJO DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO			
Nombre del Trabajo de Grado			
Proyecto Para la creación de una empresa dedicada a la venta de Productos de Publicidad			
OBJETIVO GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO			
NIVEL DE AVANCE (Describa el cumplimiento de los objetivos que se establecieron en el trabajo y cronograma del mismo)			
Como Creación de Empresa se cumplió con el anteproyecto pero debe modificar su proyecto a Reestructuración de Empresa.			
ACUERDO DE AVANCES			
RESULTADOS OBTENIDOS	CUMPLIDOS	<input checked="" type="checkbox"/>	INCUMPLIDOS <input type="checkbox"/>
COMPROMISOS ESTABLECIDOS PARA LA PRÓXIMA SESIÓN			
Definir la Reestructuración de la Empresa, planteando los Objetivos, Justificación y los Marcos de Referencia.			
OBSERVACIONES			
Firmas			
Asesor Interno		Estudiante	



**ACTA DE SEGUIMIENTO A TRABAJOS DE GRADO/PROYECTO
 EMPRENDIMIENTO, ASESOR INTERNO**

Fecha **03 MAR 2016** Consecutivo interno del Asesor No. **003**

DATOS GENERALES DEL (OS) ESTUDIANTE (S)			
Nombres completos del estudiante		No. documento de identidad	
Ledy Pacho Bermejo Bellar		1069-747-731 Fija	
Código del estudiante	Celular No.	Teléfono fijo	Dirección de residencia
114 212 115	312 333 2130	886 8190 871 7145	Cra 23A # 1A-03
2. DATOS GENERALES DEL ASESOR			
NOMBRE		Título profesional en	
Homberto Beroya		Economista Industrial	
Documento de identidad		Cargo desempeñado en la Universidad	
10.111.547 Pereira		Docente Universidad	
No. de celular		Área de conocimiento que asesora	
312 822 2166		Emprendimiento	
3. DATOS DEL TRABAJO DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO			
Nombre del Trabajo de Grado			
Proyecto para la reestructuración y organización de una empresa dedicada a la elaboración de productos publicitarios			
OBJETIVO GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO			
NIVEL DE AVANCE (Describe el cumplimiento de los objetivos que se establecieron en el trabajo y cronograma del mismo)			
Defino los objetivos y planteo de mejor manera la introducción, justificación y el Proyecto de Reestructuración			
ACUERDO DE AVANCES			
RESULTADOS OBTENIDOS	CUMPLIDOS	<input checked="" type="checkbox"/>	INCUMPLIDOS <input type="checkbox"/>
COMPROMISOS ESTABLECIDOS PARA LA PRÓXIMA SESIÓN			
Realizar el Esquema de la Encuesta, Marco Legal, Analisis de la competencia y la DOFA de la empresa			
OBSERVACIONES			
Firmas			
Asesor Interno		Estudiantes	



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
 PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
 SEDE FUSAGASUGÁ
 Proceso: Investigación

**ACTA DE SEGUIMIENTO A TRABAJOS DE GRADO/PROYECTO
 EMPRENDIMIENTO, ASESOR INTERNO**

Fecha **D 30 M 03 A 2016** Consecutivo interno del Asesor No. **009**

DATOS GENERALES DEL (OS) ESTUDIANTE (S)			
Nombres completos del estudiante		No. documento de identidad	
Leidy Rocio Bernal Aceltiv		1069747731 Fggá	
Código del estudiante	Celular No.	Teléfono fijo	Dirección de residencia
114212115	3123332130	886.4285	Cra 23 #1A-23
2. DATOS GENERALES DEL ASESOR			
NOMBRE		Título profesional en	
Humberto Becerra		Economista Industrial	
Documento de identidad		Cargo desempeñado en la Universidad	
10.11.547 Pereira		Docente Universitario	
No. de celular		Área de conocimiento que asesora	
312 822 2165		Emprendimiento	
3. DATOS DEL TRABAJO DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO			
Nombre del Trabajo de Grado			
Proyecto para la reestructuración organizacional de una empresa dedicada a la elaboración de productos publicitarios			
OBJETIVO GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO			
NIVEL DE AVANCE (Describe el cumplimiento de los objetivos que se establecieron en el trabajo y cronograma del mismo)			
Realizo Marco legal y los demás para finalizar el anteproyecto listo para entregar las correcciones y seguir proyecto final			
ACUERDO DE AVANCES			
RESULTADOS OBTENIDOS	CUMPLIDOS	<input checked="" type="checkbox"/>	INCUMPLIDOS <input type="checkbox"/>
COMPROMISOS ESTABLECIDOS PARA LA PRÓXIMA SESIÓN			
Realizar un Organigrama de la Empresa, Descripción de la empresa, DOFA encuestas y gratificación			
OBSERVACIONES			
Firmas			



**ACTA DE SEGUIMIENTO A TRABAJOS DE GRADO/PROYECTO
 EMPRENDIMIENTO, ASESOR INTERNO**

Fecha **06 Mayo 15** Consecutivo interno del Asesor No. **005**

DATOS GENERALES DEL (OS) ESTUDIANTE (S)			
Nombres completos del estudiante		No. documento de identidad	
Jaydy Paola Bernal Cuello		1069749731	
Código del estudiante	Celular No.	Teléfono fijo	Dirección de residencia
114212115	3123332130	886 4285	Cra 23 A # 1-80
2. DATOS GENERALES DEL ASESOR			
NOMBRE		Título profesional en	
Humberto Berloya		Economista Industrial	
Documento de identidad		Cargo desempeñado en la Universidad	
10.111547 Pereira		Docente UNIC	
No. de celular		Área de conocimiento que asesora	
3. DATOS DEL TRABAJO DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO			
Nombre del Trabajo de Grado			
Proyecto Para la Reestructuración Organizacional de una empresa dedicada a la elaboración y venta de Productos publicitarios			
OBJETIVO GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO			
Realizar un Plan de Reestructuración organizacional de la empresa BIC Imagen dedicada a la elaboración y venta de Productos Publicitarios			
NIVEL DE AVANCE (Describe el cumplimiento de los objetivos que se establecieron en el trabajo y cronograma del mismo)			
Realizar la Descripción de la empresa, la DOFA se puede mejorar y adelantar Plan de Mejoramiento			
ACUERDO DE AVANCES			
RESULTADOS OBTENIDOS	CUMPLIDOS	<input checked="" type="checkbox"/>	INCUMPLIDOS <input type="checkbox"/>
COMPROMISOS ESTABLECIDOS PARA LA PRÓXIMA SESIÓN			
Revisar DOFA, Realizar estructura de costos de los Productos, analizar los resultados obtenidos			
OBSERVACIONES			

Firmas



**ACTA DE SEGUIMIENTO A TRABAJOS DE GRADO/PROYECTO
EMPRENDIMIENTO, ASESOR INTERNO**

Fecha **D 13 M 04 A 2016** Consecutivo interno del Asesor No. **006**

DATOS GENERALES DEL (OS) ESTUDIANTE (S)			
Nombres completos del estudiante		No. documento de identidad	
Leopoldo Bernal Celler		1069747731 Fyga	
Código del estudiante	Celular No.	Teléfono fijo	Dirección de residencia
114212115	3123332130	8717145	No 23 m F 23A.
2. DATOS GENERALES DEL ASESOR			
NOMBRE		Título profesional en	
Humberto Barboza		Economista Industrial	
Documento de identidad		Cargo desempeñado en la Universidad	
No. de celular		Área de conocimiento que asesora	
3. DATOS DEL TRABAJO DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO			
Nombre del Trabajo de Grado			
Proyecto Para la reestructuración y organización de una dedicada a la elaboración de productos publicitarios y su venta			
OBJETIVO GENERAL DEL TRABAJO DE GRADO/PROYECTO EMPRENDIMIENTO			
Realizar un Plan de Reestructuración Organizacional de la empresa Bic Imagen, dedicada a la venta y elaboración de productos publicitarios			
NIVEL DE AVANCE (Describe el cumplimiento de los objetivos que se establecieron en el trabajo y cronograma del mismo)			
Realizar la D.F.A y los diferentes instrumentos para el mejor control de la contabilidad de la empresa.			
ACUERDO DE AVANCES			
RESULTADOS OBTENIDOS	CUMPLIDOS	<input checked="" type="checkbox"/>	INCUMPLIDOS <input type="checkbox"/>
COMPROMISOS ESTABLECIDOS PARA LA PRÓXIMA SESIÓN			
Realizar los diferentes impactos sociales, económicos, ambiental. Enviar Trabajo Final Para la Revisión por Parte del Asesor.			
OBSERVACIONES			
Firmas			
Asesor Interno			
	Estudiantes		