

**ESTUDIO PARA LA MODERNIZACION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DE
LA EMPRESA LA CASA DEL CAMPEON EN LA CIUDAD DE GIRARDOT AÑO
2018-2022**

Diana Carolina Huertas Álvarez

Código: 310209183

José Andrés Hernández Martínez

Código: 310213156

Universidad De Cundinamarca

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Administración de empresas

Girardot – Cundinamarca

**ESTUDIO PARA LA MODERNIZACION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DE
LA EMPRESA LA CASA DEL CAMPEON EN LA CIUDAD DE GIRARDOT AÑO
2018-2022**

Diana Carolina Huertas Álvarez

Código: 310209183

José Andrés Hernández Martínez

Código: 310213156

Director de trabajo de grado

ARTURO SERRANO

Universidad De Cundinamarca

Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables

Administración de empresas

Girardot - Cundinamarca

2018

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

CONTENIDO

1	TITULO	9
2	ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN (DENTRO DEL SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD).....	10
2.1	AREA DE INVESTIGACION	10
2.2	LINEA DE INVESTIGACION.....	10
2.3	PROGRAMA.....	10
2.4	TEMA DE INVESTIGACION	10
3	OBJETIVOS.....	11
3.1	OBJETIVO GENERAL	11
3.2	OBETIVOS ESPECIFICIOS.....	11
4	INTRODUCCION.....	12
5	DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	13
6	JUSTIFICACIÓN.....	16
6.1	PLAN DE MEJORAMIENTO ESTRATEGICO	17
7	MARCO REFERENCIAL.....	20
7.1	ANTECEDENTES	20
7.2	MARCO GEOGRAFICO.....	29
7.3	MARCO TEORICO.....	32
7.4	EVOLUCION HISTORICA - GENERALIDADES	33
7.5	MARCO CONCEPTUAL	36
8	METODOLOGÍA	38
8.1	TIPO DE INVESTIGACION.....	38
8.2	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	38
9	DESARROLLO DEL PROYECTO.....	39
9.1	MARCO TEOLOGICO.....	39

MISION	39
VISION.....	39
OBJETIVOS CORPORATIVOS	39
VALORES CORPORATIVOS.....	40
MARCAS DISPONIBLES	40
ESTRATEGIA	40
POLITICA DE COMPRAS.....	40
9.2 DIAGNOSTICO DEL AREA LOGISTICA.....	41
MATRIZ DOFA.....	41
MATRIZ KRALJIC.....	42
INVENTARIO RELEVANTE	43
INVENTARIO RUTINARIO.....	43
INVENTARIO CUELLO DE BOTELLA.....	44
INVENTARIO ESTRATÉGICO.....	44
9.3 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO	45
9.4 MATRIZ IFA.....	46
9.5 MATRIZ EFAS.....	47
9.6 MATRIZ SFAS.....	49
FORTALEZAS INTERNAS.....	49
DEBILIDADES INTERNAS.....	50
FORTALEZAS EXTERNAS.....	50
DEBILIDADES EXTERNAS	51
9.7 MATRIZ DE MCKINSEY KRALJIC	51
MCKINSEY	52
10 POLITICAS.....	53
10.1 POLÍTICA DE COMPRAS.....	53

10.2	POLÍTICA DE INVENTARIOS	53
10.3	POLÍTICA DE ALMACENAMIENTO	53
10.4	RELACIÓN DEL TRANSPORTE – PROVEEDOR – CLIENTE QUE LA EMPRESA HA ESTABLECIDO MEDIANTE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN.....	53
	PROVEEDORES	53
11	PLANEACION ESTRATEGICA	55
11.1	ESTRATÉGIAS	56
12	PLAN DE INVERSIONES	59
12.1	PLAN DE INVERSION	59
12.2	RESUMEN PLAN FINANCIERO.....	60
12.3	TABLA DE AMORTIZACION	61
12.4	NOMINA	62
12.5	COSTOS ADMINIATRATIVOS	63
12.6	COSTOS OPERACIONALES	64
	INGRESOS PROYECTADOS.....	65
12.7	ESTADO DE RESULTADOS	66
12.8	BALANCE GENERAL	67
12.9	FLUJO DE CAJA.....	68
12.10	INDICADORES FINANCIEROS.....	69
13	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	71
13.1	BALANCE GENERAL INICIAL.....	72
13.2	ESTADO DE RESULTADOS INICIAL	73
13.3	ESTRUCTURA ECONOMICA	74
13.4	ESTRUCTURA FINANCIERA.....	76
13.5	NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	77
13.6	ROTACION DE INVENTARIOS.....	78

13.7	RAZON CORRIENTE.....	79
13.8	PRUEBA ACIDA.....	80
14	CRONOGRAMA.....	81
15	CONCLUSIONES	82
16	BIBLIOGRAFÍA	83

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	CRONOLOGÍA DE LA BICICLETA	20
Ilustración 2	CICLOPASEOS GIRARDOT CUNDINAMARCA	25
Ilustración 3	EVENTOS BIKE HOUSE GIRARDOT	27
Ilustración 4	BICICLETAS STRONGMAN	28
Ilustración 5	TIPOS DE BICICLETAS	28
Ilustración 6	CIUDAD DE GIRARDOT	31
Ilustración 7	GIRARDOT TURISTICA Y DEPORTIVA	31
Ilustración 8	BENEFICIOS DE LA BICICLETA	35
Ilustración 9	INVENTARIO RELEVANTE	43
Ilustración 10	INVENTARIO RUTINARIO	43
Ilustración 11	INVENTARIO CUELLO DE BOTELLA	44
Ilustración 12	INVENTARIO ESTRATEGICO	44
Ilustración 13	RESUMEN PLAN FINANCIERO	60
Ilustración 14	TABLA DE AMORTIZACION	61
Ilustración 15	COSTOS ADMINISTRATIVOS	63
Ilustración 16	COSTOS OPERACIONALES	64
Ilustración 17	BALANCE GENERAL	67

TABLA DE TABLAS

Tabla 1	DEFINICION OPERACIONAL	38
Tabla 2	MATRIZ DOFA	41
Tabla 3	MATRIZ KRALJIC	42
Tabla 4	MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO	45

Tabla 5 MATRIZ IFA	46
Tabla 6 MATRIZ EFA	48
Tabla 7 MATRIZ SFAS	49
Tabla 8 PROVEEDORES	54
Tabla 9 PLANEACION ESTRATEGICA	55
Tabla 10 PLAN DE INVERSION	59
Tabla 11 INVERSION EN NOMINA	62
Tabla 12 INGRESOS PROYECTADOS	65
Tabla 13 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	66
Tabla 14 VALOR PRESENTE NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO	68
Tabla 15 INDICADORES FINANCIEROS	70
Tabla 16 PUNTO DE EQUILIBRIO	71
Tabla 17 BALANCE GENERAL	72
Tabla 18 ESTADO DE RESULTADOS	73
Tabla 19 ESTRUCTURA ECONÓMICA	74
Tabla 20 ESTRUCTURA FINANCIERA	76
Tabla 21 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	77
Tabla 22 ROTACIÓN DE INVENTARIOS	78
Tabla 23 RAZÓN CORRIENTE	79
Tabla 24 PRUEBA ACIDA	80
Tabla 25 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	81

1 TITULO

**ESTUDIO PARA LA MODERNIZACION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA
DE LA EMPRESA LA CASA DEL CAMPEON EN LA CIUDAD DE
GIRARDOT AÑO 2018-2022**

2 ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN (DENTRO DEL SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD).

2.1 AREA DE INVESTIGACION

ORGANIZACIONAL.

2.2 LINEA DE INVESTIGACION

DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y REGIONAL.

2.3 PROGRAMA

La investigación está contenida dentro del programa Administración de Empresas

2.4 TEMA DE INVESTIGACION

Según la guía opciones de grado de la Universidad de Cundinamarca marzo de 2012, el tema correspondiente del presente documento es: De la actividad investigativa, Proyecto Monográfico tipo investigación. "Como requisito para el desarrollo de cualquiera de las actividades investigativas", este análisis se efectuara teniendo en cuenta el desarrollo empresarial de la región, con el fin de identificar las fortalezas y debilidades de las organizaciones para generar mejores oportunidades permitiéndoles ser más competitivas.

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de inversiones, describiendo y analizando cada uno de sus componentes necesarios para la modernización de la empresa, que le permita mantener su liderazgo en el mercado y fortalecer su sostenibilidad y competitividad a largo plazo.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de competitividad de la empresa mediante el uso de las matrices EFAS, IFAS, SFAS, KRALJIC y Mc KINSEY.
- Establecer la inversión inicial necesaria para cumplir los objetivos.
- Determinar y proyectar los ingresos y gastos generados en el plan de inversiones.
- Consolidar los estados financieros actuales y el flujo de fondos generado por el plan de inversiones, analizando los diferentes indicadores económicos
- Elaborar un plan de inversiones, describiendo detalladamente cada uno de sus componentes y aplicarlo a una empresa de la región.

4 INTRODUCCION

La Universidad de Cundinamarca cuenta con un compromisos social y regional, proceso en el cual los estudiantes adquieren competencias que les permitan fomentar el desarrollo económico y social tal como lo cita en su PEP “*1Desde la perspectiva del tipo de profesional que la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables se propone formar de acuerdo con los fundamentos en que se basa su Proyecto Educativo PEF y los lineamientos del PEU, articula el modelo con lo socio-cultural y al propender por la integración de los saberes aplicados a la resolución de problemáticas reales en el contexto global y complejo de las organizaciones, sugiere el desarrollo de diversas estrategias metodológicas y evaluativas de carácter multidimensional, la formación por competencias y una propuesta de integralidad y la interdisciplinariedad curricular como concurrencia de objetos de conocimiento en interdependencia con los conocimientos disciplinares propios de su formación*” de esta manera el desarrollo de este proyecto está encaminado a cumplir con los objetivos del programa interviniendo de manera significativa en el desarrollo organizacional de la región.

Para la universidad de Cundinamarca es muy importante desarrollar actividades que propicien la interacción del estudiante con las empresas de la región; y así llevar a cabo una práctica en la cual se pueda entregar el conocimiento adquirido durante el desarrollo de la carrera de una manera significativa a los empresarios.

En este caso se desarrolló un estudio a la empresa Ciclo campeón la cual es líder en la región con la comercialización, reparación y distribución de bicicletas de todo tipo, con la intención de evidenciar el progreso y falencias que ha tenido.

¹ PEP Universidad de Cundinamarca 2016

5 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En la última época el ciclismo es un deporte que ha tenido mucho auge y se ha convertido en una actividad deseada por personas de todas las edades; de esta manera este deporte se ha convertido en una oportunidad de negocio.

Por lo anterior la empresa la casa del campeón inicia sus actividades comerciales en el año 1985, época en la que presentaba una estructura pequeña de acuerdo a las necesidades de sus clientes y de la época².

Esta se encuentra ubicada en la carrera 10 No 19-48 zona centro de la ciudad de Girardot, en la cual se presenta la parte comercial de la ciudad; se dedica a la venta, distribución y comercialización de bicicletas y accesorios de gama alta y baja, y servicios de mantenimiento, la empresa ha abierto sus puertas a nuevos productos tecnológicos que comprenden bicicletas elípticas y caminadoras, en la última década la empresa ha visto una disminución en sus ventas puesto que hay más competidores con ideas innovadoras que han captado gran parte del mercado de la organización.

Esta organización que fue líder en el mercado presenta una preocupación por su descenso en los indicadores de ventas, administrativos y operativos; por ello se hace necesario hacer un estudio organizacional y de inversiones que permita mejorar cada una de las áreas de la empresa.

El principal problema que sufre la empresa la casa del campeón es que no cuenta con una estructura organizacional acorde a las necesidades actuales que permita el rendimiento de cada función, un manejo administrativo y financiero oportuno que permita un desarrollo eficaz en la toma de decisiones que conduzcan a una correcta administración de los recursos.

² Investigación La Casa del Campeón presente estudio 2018

Al observar esta empresa que ha contado con un crecimiento significativo a pesar de tener tantas carencias se puede apreciar que con una buena administración de recursos la empresa estaría en uno de los primeros lugares en la región.

Existe una variedad de factores que han generado un estancamiento y una gran pérdida operacional entre ellos están los siguientes

Necesidad de enfoque administrativo; la atención eficaz y eficiente es compleja puesto que no todo el personal se encuentra capacitado para brindar una atención al cliente oportuna y acorde a la actividad económica.

Mejora de condiciones en el área de recursos humanos: la coordinación del personal y el trabajo en equipo son bases fundamentales para asegurar una comercialización exitosa del producto.

Inversiones en activos fijos; la compra de bienes por encima de las necesidades y la carencia de inventarios ha generado una deficiencia en cuanto a disponibilidad, control y comercialización de productos; la organización no cuenta con una proyección de compras y ventas que le permitan invertir en productos de rotación rápida.

Al no contar con políticas de cobros y créditos la cartera de cuentas por cobrar se está perdiendo generando que la actividad comercial no sea positiva.

Déficit de planeación, la empresa no tiene definido los objetivos organizacionales impidiendo así que todos trabajen por un mismo fin; no tiene definida una estructura por lo que genera apatía con los clientes al no contar con soluciones efectivas a sus necesidades. Así mismo el desconocimiento de las realidades del entorno externo impide que desarrolle estrategias de mejora continua.

Ausencia de un sistema contable; la empresa no cuenta con facturación digital lo cual genera retrasos en el proceso e inconsistencias en la evolución financiera de la misma.

Estos problemas se deben resolver implementando políticas de control aplicadas a cada problemática por lo que se requiere con suma urgencia implementar estrategias que permitan el correcto desenvolvimiento de sus funciones.

El mercadeo que maneja la empresa no es apropiado para esta nueva era de clientes que han convertido el proceso de compra en un proceso de búsqueda de nuevas experiencias; Este fenómeno la hace vulnerable a ser afectada por la competencia y a poner de cierta forma en riesgo su liderazgo y competitividad en el mercado regional.

¿Está necesitando la empresa la casa del campeón un plan de inversión y modernización que le garantice sostenibilidad y competitividad en el mercado?

6 JUSTIFICACIÓN

La universidad de Cundinamarca tiene como objetivo de su formación *"Formar integralmente administradores de empresas éticos, competentes, con capacidad crítica, creativa e innovadora, actitud emprendedora, capacidad de liderazgo y conocimiento de la problemática regional, nacional e internacional, de manera que los faculte para desempeñarse con éxito en la gestión de organizaciones públicas y privadas y, en el desarrollo de proyectos para crear empresas que contribuyan a mejorar las condiciones económicas, sociales y culturales del país"*³ así se evidencia que el PEP está enfocado en la resolución de necesidades del entorno externo permitiendo que el estudiante participe activamente y disponga de todo su conocimiento para ayudar al desarrollo organizacional de cada una de las empresas que requieran sus conocimientos en proceso de mejora continua de la región.

De acuerdo a lo anterior, este estudio está encaminado a mejorar la eficiencia de los procesos administrativos y financieros de la empresa mediante un adecuado modelo de gestión financiera y administrativa la cual permite minimizar los problemas, necesidades, debilidades e inconsistencias que actualmente se presentan afectando significativamente el desarrollo económico de la organización.

Esta gestión consiste en brindar el soporte adecuado a los procesos organizacionales que se presentan en las distintas áreas funcionales con la finalidad de lograr resultados efectivos que permitan obtener ventajas competitivas y comparativas.

Por lo anterior se requieren implementar herramientas de análisis que permitan identificar las falencias, análisis financieros del entorno externo e interno para implementar estrategias acordes a las necesidades actuales con la aplicación de

³ PEP Universidad de Cundinamarca 2016

técnicas y procesos de mejora continua para ejercer mejor control, dirección y planeación de los recursos.

6.1 PLAN DE MEJORAMIENTO ESTRATEGICO

Esta reestructuración administrativa y financiera se realiza con base a los datos históricos, indicadores financieros y demás que permiten realizar un diagnóstico claro Mediante el perfeccionamiento permanente por el cual se obtienen resultados a corto plazo y así sistemáticamente la ejecución eficiente de las actividades con un sistema de calidad satisfactorio.

Así se presenta este plan de reestructuración como respuesta a la solución estratégica de las necesidades puesto que **LA CASA DEL CAMPEON** es una empresa líder en el sector comercial de bicicletas y accesorios deportivos con una trayectoria de 32 años en el mercado destacada por tener un inventario de amplio de productos de alta calidad, por lo que ha fidelizado clientes que podría atraer más si mejora su sistema.

Bajo una investigación realizada en logística empresarial se pudo fundamentar que la proposición de un plan de inversiones profundas y detalladas que le garanticen a la empresa mantener su liderazgo y su evolución.

El estudio logístico realizado a la empresa La casa del Campeón muestra que su manejo logístico está estructurado, con un inventario a la vista lo cual permite obtener la información básica acerca del stock de cada uno de los productos. Se puede determinar que uno de los problemas es que no cuenta con un sistema que le proporcione la información necesaria en el tiempo necesario, como por ejemplo determinar la cantidad del inventario, cual es el costo de este, que productos fueron los primeros en adquirir, para así tener en cuenta estos datos a la hora de su venta, lo cual garantiza la adecuada rotación del inventario.

Otro de los problemas detectados es el modelo de facturación manual, actualmente y por normatividad la facturación digital es uno de los sistemas principales en

cualquier organización pues esta proporciona información exacta y completa en el momento que se requiera; además de ello la facturación manual hace más dispendiosos el trabajo contable y financiero generando que no haya un control específico de las entradas y ventas de la empresa.

A partir de esta problemática se procede a aplicar las matrices apropiadas para determinar el estado de la empresa y como se puede corregir los problemas que se encuentren a través de estas, al aplicarlas nos arroja que la empresa se encuentra en la etapa de inversión y es primordial que esta se realice en un sistema de información el cual le permita desarrollar las siguientes funciones:

- Base de datos de los clientes
- Control y costo del inventario
- Fecha de ingreso de los productos
- Rotación del inventario
- Facturación sistematizada
- Código de barras para los productos
- Seguimientos a los mantenimientos realizados.
- Acelera el proceso de compra pues muestra exactamente los productos que se necesitan.

Lo anterior con el fin de implementar un sistema logístico acorde con las necesidades del mercado, permitiendo agilizar los procesos, brindar una información veraz como también oportuna, reducir costos, garantizar el manejo adecuado al inventario y optimar el proceso de distribución de cada uno de los productos.

Por lo anterior se puede identificar que la empresa necesita una inversión de capital en infraestructura para adecuación del local, puesto que la mercancía que maneja necesita ser exhibida y categorizada, para ello es necesario contar con una asesoría de diseño la cual ayudara a organizar las áreas del local y sus productos.

En cuanto a la parte financiera se necesita iniciar una facturación digital para lo cual es necesario invertir en un software contable y administrativo que le permita al

empresario manejar su inventario, sus ventas, costos y gastos y de esta manera tener más claridad sobre el desarrollo de logro de objetivos y su rentabilidad.

En cuanto a la parte administrativa es necesario contar con personal capacitado para la venta de la mercancía y su reparación, pues con la ampliación del local se espera tener una captación de clientes de un 40%⁴.

La empresa requiere de una inversión en mercancía para poder satisfacer las necesidades de sus clientes y poder aumentar su nivel de competitividad frente a las demás empresas del sector.

⁴ Fuente: Presente estudio 2018

7 MARCO REFERENCIAL

7.1 ANTECEDENTES

Existe la creencia de que Leonardo Da Vinci creo el primer boceto en papel de una bicicleta a finales del siglo XV, pero el investigador alemán Hans-Erhard Lessing demostró en 1997 el diseño se introdujo en los documentos de Leonardo a partir de 1961.

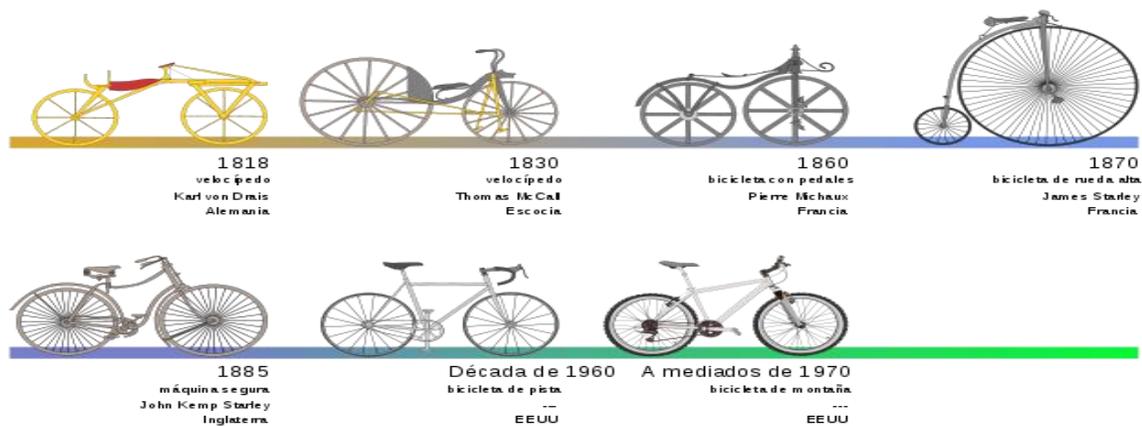


Ilustración 1 CRONOLOGÍA DE LA BICICLETA⁵

Desde su origen en 1816 por Karl Dreis inventor y aristócrata alemán que creo lo que sería el primer vehículo dirigible con dos ruedas en línea. No tenía ni pedales, ni cadena, ni frenos, sino que alcanzaba y frenaba con los pies, pero si tenía las ruedas, el sillín y el manillar, el cuadro y un sistema de dirección bastante más aparatoso que el que hoy conocemos⁶. Dreis pensaba que su “máquina de correr” como lo bautizo, revolucionaria el transporte de su época, pero no paso de ser una máquina recreativa muy poco utilizada, aunque sirvió como un prototipo para otros posteriores. Desde su creación esta ha sido no solo de gran ayuda para la diversión de las personas si no que ha llegado a convertirse en un vehículo revolucionario para impulsar su uso

⁵ Curiosidades del ciclismo: <https://tigrepelvar.com/2011/05/31/curiosidades-ciclistas-09-b-antiguas/>

⁶ Deporte ecológico: <https://www.ecologiaverde.com/cuando-se-invento-la-bicicleta-74.html>

a través de los años. Gracias a los avances en la metalurgia y en la tecnología las personas han llegado a conocer su evolución y han podido comprender que es útil su utilización y que los países han visto en ella un enorme potencial para mejorar la movilidad en cualquier parte de nuestro territorio y que ayuda en la salud a muchas de las personas que la utilizan para transporte o diversión.

En la investigación sobre del uso e implementación de la bicicleta como medio de transporte, se ha logrado considerar que es un método cómodo, económico, flexible y confiable que ha facilitado la movilidad de las personas por diferentes trayectos a través de los años tanto en las pequeñas como grandes ciudades. La bicicleta como medio de transporte ha llegado a convertirse en un método económico y efectivo para las personas y que ha transformado y embellecer espacios dentro de las ciudades a ciclo vías usadas por aquellos que en ella encontraron la oportunidad de un sistema rápido y económico.

En esta época el uso de la bicicleta se ha enfocado en un entorno saludable donde el estado físico, y el evitar al máximo el sedentarismo es el objetivo principal; *“Existen menciones sobre el uso de la bicicleta y de los beneficios que otorga en la salud. Por su continuo uso diario ayuda a corregir problemas de obesidad y en el mejoramiento de problemas cardiovasculares. Lo que ha inspirado a más personas en los últimos años en su utilización. Muchas de los grandes países como la india y la china optaron por este método para afrontar el problema de superpoblación y para mejorar la movilidad en estos países. Hasta la fecha algunos países también están optando por este método ya que por su amplio volumen de autos de toda clase han llegado a reducir los espacios en las ciudades afectando la movilidad. Los problemas de movilidad los cuales surgen un alto índice o de accidentabilidad dejando víctimas fatales por la imprudencia de conductores y la mala utilización de este medio. Afectando a las personas que acogen este método como medio de transporte”*.⁷.

⁷ Lois, D., y López-Sáez, M., Rondinella, G. (2016).

Los aspectos más relevantes por el uso de este medio de transporte a la hora de viajar son rapidez, control del tiempo de llegada, ahorro de dinero y una menor medida de salud que son importantes para los usuarios. Estos aspectos logran que las personas realicen un cambio beneficioso y usen el sistema con mayor intensidad. Uno de los factores que ha logrado el uso continuo de la bicicleta es el pésimo sistema de transporte que existe en gran parte de las ciudades de nuestro territorio nacional y deficiencias generadas como: el mal servicio, el valor alto del pasaje, la mala infraestructura y el índice alto de inseguridad que a diario sufren los usuarios y podemos ver en las noticias por la utilización de este sistema⁸.

En el continuo esfuerzo que se ha estado realizando al uso de la bicicleta como medio de transporte de las personas, se han logrado promover políticas que ayudan a contrarrestar el impacto contaminante al que estamos expuestos en nuestras ciudades por el uso de automóviles y otros medios para transportarnos y así aportar al mejoramiento y sostenimiento del medio ambiente. Algunos países de América latina ya cuentan con un sistema de transporte que junto a un conjunto de estaciones distribuidas alrededor de las ciudades con problemas de movilidad, pueden optar por tomar una bicicleta por un determinado tiempo para realizar sus viajes a cualquier destino que deseen sin problema alguno. Con el fin de mejorar la movilidad y ayudar a generar a causar un gran impacto sobre el medio ambiente promover el uso masivo de este medio les permitirá a las ciudades que ya aplican este sistema a disminuir problemas sociales y sobre todo ambientales los cuales afectan la salud de las personas, además de corregir congestionamientos, la dependencia que hay por el petróleo y generar medidas que ayuden a evitar el cambio climático que afecta a todo el mundo. Además de brindar beneficios en la salud y en la movilidad se ha demostrado que las personas se sienten satisfactoriamente mejor utilizando la bicicleta para transportarse que utilizar el sistema de transporte. Este medio de transporte ha logrado que las personas cambien su manera de pensar, de ver la

⁸ Análisis cualitativo del desplazamiento en bicicleta en dos ciudades con diferentes entornos y políticas de ciclismo. *Universitas Psychologica*, 15 (2), 175-195, Scielo.org

realidad de la problemática existente en la movilidad, en la salud y de los beneficios que nos ofrece el uso continuo de la bicicleta. Observamos que el costo de adquirir una bicicleta es moderadamente económico y que además contribuimos a mejorar muchos aspectos cotidianos y personales en la utilización de este medio. Y sobre todo a generar conciencia para mejorar la salud de las personas, ayuda al medio ambiente y a cambiar la forma de pensar de las personas.

De acuerdo al artículo “El cambio climático: un problema para el sector de la salud” publicado por la Organización Mundial de la Salud⁹, nos indica una serie de medidas que debemos de tomar en donde establece que el aumento en la actividad física realizando una serie de acciones que va desde caminar hasta montar en bicicleta contribuye a la reducción de enfermedades como: obesidad, deficiencia cardiaca y enfermedades que se relacionan a ellas.

Por otra parte en cuanto a las políticas públicas por parte del gobierno nacional en la ley 1811 del 21 de octubre del 2016 en su artículo 5 establece que los funcionarios públicos podrán de gozar de incentivos por el uso de la bicicleta al ir a sus lugares de trabajo, gozaran de medio día laboral libre remunerado por cada 30 veces que certifiquen haber llegado en bicicleta. Con esto el gobierno nacional lo hace para poder contribuir a las problemáticas que se están presentando en el país en varios escenarios, como por ejemplo la problemática ambiental y de salud¹⁰.

En Colombia ciudades como Cúcuta, Medellín, Leticia, Popayán y especialmente en Bogotá implementaron un sistema de infraestructura que le permite al ciclista tener el espacio para poder circular por la ciudad. A estas vías para uso exclusivo de usuarios de bicicletas se les conoce como ciclorutas.

En cuanto al gobierno local en su plan de desarrollo Girardot para Seguir Avanzando en su programa viernes en bicicleta liderada por el Alcalde Cesar Fabián Villalba Acevedo enfocado en adquirir dentro de la vida cotidiana de los Girardoteños el uso

⁹ Organización Mundial de la Salud, EL cambio climático: un problema para el sector de la salud

¹⁰ http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0811_2003.html

de la Bicicleta como opción de transporte, de recorrer las calles nocturnas de una ciudad turística y maravillosa, sobre todo la importancia en una ciudad tropical para reducir los niveles de polución y las altas temperaturas¹¹.

Además de ello la alcaldía de Girardot ha implementado un programa de ciclo ruta los días viernes fomentando el uso de la misma; *“Una opción saludable en la ciudad de las Acacias organizada por la Alcaldía de Girardot son los ciclo paseos nocturnos que se llevan a cabo los viernes donde el punto de encuentro es el Parque de la Juventud en la jornada que se denomina ‘Viernes en bicicleta’, ya que es un ejercicio apto para la mayoría de las personas y a estos encuentros se puede asistir en familia o con amigos¹²”*

¹¹Plan de desarrollo Girardot: girardot-cundinamarca.gov.co/.../Plan%20de%20desarrollo%202016-2019%20GIRARD

¹² Eventos ciclo ruta Girardot: <http://hsbnoticias.com/noticias/deportes/ciclismo/conozca-las-jornadas-ciclisticas-en-girardot-331418>



Ilustración 2 CICLOPASEOS GIRARDOT CUNDINAMARCA¹³

Algunas de las empresas líderes en el sector con la misma actividad económica que se han posicionado en la ciudad generando pérdida de clientela para la empresa sujeta al estudio son las siguientes

BIKE HOUSE

En 1989 el señor Carlos Ballesteros García en sociedad con otros fundadores, creó la primera distribuidora de productos para el ciclo montañismo llamada DICODE. Como pionera del MOUNTAIN BIKE en Colombia, la compañía obtuvo la representación de importantes marcas como Specialized, Raleigh, Giantt & Oakley¹⁴.

En el año de 1992 luego de dejar la gerencia de DICODE, Carlos Ballesteros funda la compañía SPORT BIKE. En este mismo año obtuvo el reconocimiento como el mejor distribuidor de Cannondale, motivo por el cual diferentes inversionistas

¹³ <http://www.girardot-cundinamarca.gov.co/Paginas/Inicio.aspx>

¹⁴ www.bikehouse.com.co/

quisieron entrar como accionistas de SPORT BIKE LTDA. De esta manera Carlos Ballesteros vendió el 50% de las acciones a uno de los grupos financieros más reconocidos en Colombia para el año 1993. Gracias a esta sociedad, se toma la decisión de comprar los puntos de venta de la antigua compañía DICODE y abrir otros almacenes en las principales ciudades del país, bajo un esquema único y exclusivo para el mercado de las bicicletas, "Las Franquicias". De esta manera se crea la cadena nacional llamada BIKE HOUSE.

El objetivo de abrir estos almacenes, fue entregarle al mercado Colombiano una amplia variedad en las mejores marcas de bicicletas y accesorios, para la práctica del ciclismo en sus diferentes modalidades tales como: Montaña, Ruta y BMX. Atendiendo y desarrollando estrategias enfocadas las necesidades de sus clientes de acuerdo a las distintas etapas de su vida. La nueva cadena de almacenes BIKE HOUSE, fundada en 1994 fue pionera en el esquema de franquicias, no sólo a nivel de nacional sino mundial. La revista MOUNTAIN BIKE ACTION en el año 1995 publicó esta nueva estrategia de ventas en Colombia, como única en el mercado mundial de las bicicletas. El éxito fue tan rotundo que BIKEHOUSE se convierte en el líder de ventas de bicicletas de tipo gama alta en Colombia.

En el año 1998 se obtiene el reconocimiento como el mejor distribuidor de TREK en el mundo, permitiendo crear un fuerte lazo de confianza entre el público colombiano y la empresa. Con el objetivo de lograr un mayor crecimiento y tener una mayor variedad de productos, para el año 2000 el señor Carlos Ballesteros crea una nueva compañía llamada USA BIKES, la cual obtuvo la representación de otras importantes marcas tales como Gary Fisher, Klein, Giro, Camelbak & Nike.

BIKE HOUSE al ser reconocido como uno de los líderes en el sector de las bicicletas y de acuerdo a su filosofía, es consciente de que sus clientes buscan recreación y salud, por este motivo, en el año 2006 se toma la iniciativa de explorar otros nichos de mercado en el sector FITNESS. Debido a esto se adquiere la distribución exclusiva para Colombia de la marca BH FITNESS, líder en el mercado europeo, la

cual se comercializa mediante una estrategia de distribución en redes de franquicias y almacenes FITNESS especializados.



Ilustración 3 EVENTOS BIKE HOUSE GIRARDOT¹⁵

STRONGMAN

BICICLETAS STRONGMAN es el líder distintivo en la industria del ciclismo de nuestro país. Estamos comprometidos tanto con los ciclistas principiantes como profesionales para compartir nuestra pasión por el ciclismo y todas sus ramas. Esta pasión la respaldamos brindando a nuestros clientes no solamente nuestra experiencia de más de 15 años, sino también brindándoles lo último en calidad, tecnología, asesoramiento y por supuesto el más completo stock en las mejores marcas del mundo. Otras tiendas hablan acerca de satisfacer al cliente, nosotros no solamente brindamos satisfacción, también ofrecemos un excelente servicio de modo que nuestros clientes sientan que están siendo asesorados y no que están comprando cualquier producto. Una de nuestras metas es ser reconocidos por asesorar a nuestros clientes antes de venderles cualquier producto. Sabemos del amor que todos sentimos por el ciclismo y que nuestra pasión nos lleva a querer a

¹⁵ Eventos bike house:

https://www.google.com.co/search?q=bike+house+girardot&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKewjD2t2FifLaAhVLOIMKHUm4DAAQ_AUoAXoECAAQAw&biw=1366&bih=662#imgsrc=EfYNma_R-zpJhM:

nuestras bicicletas como un integrante más de la familia, por esto contamos con el más amplio Stock de herramientas y la más amplia experiencia técnica la cual nos hizo merecedores de ser nombrados por la famosa marca Italiana CAMPAGNOLO como el primer centro autorizado de servicio CAMPAGNOLO para Colombia, lo cual nos hace sentir muy orgullosos de poder representar tan grande marca y poder brindar nuestros conocimientos adquiridos en la propia fábrica de CAMPAGNOLO en Vicenza, Italia. El ser el primer Service Center Campagnolo de Colombia nos brinda la excelente posibilidad de brindar a nuestros clientes 3 años de garantía por defectos de fabricación en todos los productos CAMPAGNOLO¹⁶.



Ilustración 4 BICICLETAS STRONGMAN

A continuación se describen los tipos de bicicletas según el caso:

	VENTAJAS/BENEFICIOS	DESVENTAJAS	FACILIDAD DE APLICACIÓN
CONCEPTO 1 (Urbana)	Este concepto de producto está diseñado específicamente para las ciudades donde el tráfico vehicular es alto, lo que le permite al usuario utilizarla tanto en las ciclovías como en las calles entre los autos.	Sus componentes son altamente visibles y llamativos, lo que facilitaría el hurto de los mismos.	Componentes de fácil adquisición, con un proceso de ensamblaje sencillo que reduce los costos y tiempos de manufactura
CONCEPTO 2 (Todoterreno)	Posee un gran desempeño en terrenos montañosos, además sus componentes son ideales cuando el usuario quiera transitar por terrenos accidentados.	Debido a las condiciones del terreno, los componentes podrían sufrir averías o rupturas.	Componentes ideales para terrenos montañosos que simplifican la actividad física, brindándole seguridad al usuario.
CONCEPTO 3 (Carrera)	Está diseñada para alcanzar altas velocidades.	No puede ser usada en terreno con dificultades geográficas.	Sus componentes son fáciles de ensamblar.
Concepto 4 (Plegable)	Este concepto, permite a la persona portar la bicicleta con practicidad ya que su diseño permite doblarse y así ocupar un espacio reducido de tal manera que permite al usuario cargar la bicicleta y en el momento de usarla, ésta cumple su función de uso convirtiéndose en un cuadro rígido.	No puede ser utilizada en terreno con dificultades geográficas como trochas.	Practicidad para la carga y almacenamiento de la bicicleta.

Ilustración 5 TIPOS DE BICICLETAS¹⁷

¹⁶ <http://bicistrongman.com/>

¹⁷ Estudio universidad javeriana

7.2 MARCO GEOGRAFICO

Girardot es un municipio del departamento de Cundinamarca (Colombia) ubicado en la Provincia del Alto Magdalena, de la cual es capital. Limita al norte con los municipios de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de Flandes y el Río Magdalena, al oeste con el municipio de Nariño, el Río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá. Está ubicado a 134 km al suroeste de Bogotá. La temperatura media anual es de 27.8 °C.

Girardot es una de las ciudades más importantes de Cundinamarca por su población, centros de educación superior, economía y extensión urbana. También es una de las ciudades con más afluencia de turistas y población flotante del país. Girardot conforma una conurbación junto con los municipios de Flandes y Ricaurte, que suman una población de 144.248 habitantes.¹⁸

La universidad de Cundinamarca cuenta con una gran extensión y oportunidades en varios municipios de Cundinamarca; su sede principal Fusagasugá, En la Ciudad Jardín de Colombia tuvo su origen el Instituto Técnico Universitario de Cundinamarca. El primero de agosto de 1970 se iniciaron las labores académicas en Fusagasugá con los programas de Tecnología Agropecuaria, Tecnología Administrativa y Secretariado Ejecutivo. Actualmente, la Sede cuenta con una oferta académica de diez programas de pregrado, cinco especializaciones y dos maestrías presenciales. En 2016, se abrió el primer posgrado virtual de la institución, que puede ser cursado desde cualquier lugar del mundo. Ubicada en la Diagonal 18 No.20-29¹⁹

La Universidad de Cundinamarca, cuenta con 2 seccionales

Seccional Girardot En 1972, la ordenanza 014 crea en Girardot, "Ciudad de las Acacias", la primera Seccional del ITUC (hoy U Cundinamarca). Actualmente,

¹⁸ ubicación geográfica Girardot Cundinamarca: <https://es.wikipedia.org/wiki/Girardot>

¹⁹ Ubicación Universidad de Cundinamarca: <https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/sedes/>

nuestra institución se ha consolidado como una de las mejores en el área de la Enfermería en el país, así como ha contribuido al desarrollo turístico de la región a través de programas académicos referentes a este campo. La Seccional Girardot, además, le apuesta a ser una sede sostenible ambientalmente, en la que se ofertan cinco programas de pregrado y dos especializaciones presenciales ubicada en la carrera 19 No. 24-209 barrio Gaitán

QUE ES GIRARDOT

Girardot es una ciudad perteneciente al departamento de Cundinamarca, ubicado en la provincia del alto magdalena. Situada en el centro del país aproximadamente a 120 KM de Bogotá capital colombiana fundada en 1840 por terrenos donados gracias a Ramón Bueno y José Triana y recibe su nombre en honor al general Atanasio Girardot. Una pequeña ciudad en la cual su desarrollo principal se generó en medio de la plaza de mercado ubicada en el centro de la ciudad en donde llegaban cada día cientos de personas y comerciantes a intercambiar los productos cultivados en fincas cercanas a la región. Otro factor importante en la región es su río magdalena ya que gracias a la excelente ubicación de su puerto pasaban todas las mercancías que salían de las fincas que trabajaban la tierra como su principal fuente de ingresos y que llegó a convertirse en el puerto con mayor reconocimiento de nuestro país. Aunque hoy en día sus principales actividades económicas se basan en el turismo y el comercio tanto formal e informal, Girardot ha venido creciendo y expandiéndose de manera prospera gracias a la llegada de nuevas empresas como supermercados de cadena, hoteles, centros vacacionales y recreativos así como nuevos conjuntos residenciales generando empleo para la población siendo una ciudad atractiva para la inversión, descanso y deporte²⁰.

²⁰ Desarrollo económico Girardot: <https://es.wikipedia.org/wiki/Girardot>



Ilustración 6 CIUDAD DE GIRARDOT²¹

Esta ciudad que acoge a miles de turistas cada año que nos visitan en búsqueda de descanso, diversión y sobre todo en la búsqueda de nuevos y hermosos paisajes para practicar y promover la actividad física que se ha fortalecido en los últimos años en nuestra región. Girardot ha venido siendo un punto estratégico para los amantes y apasionados de los deportes en el cual en los últimos tiempos gracias a sus rutas y su excelente clima es una de las favoritas para realizar actividades físicas de acuerdo al gusto de sus visitantes.



Ilustración 7 GIRARDOT TURISTICA Y DEPORTIVA²²

²¹ Ciudades turísticas: <https://www.pricetravel.co/girardot>

²² Estudio de participación en eventos deportivos:

http://www.uniminuto.edu/inicio?p_p_id=101&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&_101_struts_action=%2Fasset_publisher%2Fview_content&_101_returnToFullPageURL=http%3A%2F%2Fwww.uniminuto.edu%2Finicio%3Fp_auth%3Dt80nl4m0%26p_p_id%3D3%26p_p_lifecycle%3D1%26p_p_state%3D

7.3 MARCO TEORICO

Es una empresa familiar que se creó hace 32 años en la ciudad de Girardot y desde sus inicios ha sido empírica en muchos de sus procesos y esto ha hecho que al momento de almacenar y manejar sus inventarios se vea afectada en la entrega a tiempo de sus productos. Lo que se quiere elaborar es un plan de inversión que permita principalmente, la implementación de un sistema operativo y la apertura de una sucursal, con el fin de llevar de manera organizada todos los procesos, para esto se hará el estudio de la inversión inicial que involucra la adquisición de un software y adicionalmente se creara el marco teleológico, políticas de Compras y un correcto manejo de Inventarios y almacenamiento.

Un gran número de personas no solamente de la región sino de distintas partes del país llegan para disfrutar de su clima, paisajes y de rutas perfectas para practicar distintos deportes y montar en bicicleta por las distintas rutas que existen en nuestra hermosa ciudad. Gracias a su ubicación y por la cercanía de los municipios vecinos como Melgar, Nilo, Agua de dios, Ricaurte, Tocaima, Nariño entre otros, cuenta con una variedad de rutas y con la expansión y construcción de nuevas vías a través de estos municipios que llaman la atención para aquellos que deseen trasladarse desde distintas partes del país para disfrutar de este bello deporte que muchos han optado por acoger.²³ Con el paso de los años las personas han optado por este medio no solo para trasladarse de un lugar a otro si no que han llegado a notar los beneficios que obtenemos al momento de usarla. A través de programas realizados por empresas públicas o privadas en nuestra región ha logrado captar la atención de niños jóvenes y adultos impulsando aún más el uso de la bicicleta y gracias a ella evitando que por medio del deporte cuenten con buena salud. Su ubicación ha hecho que se realicen en distintas épocas del año competencias deportivas contando con grandes deportistas de todo el mundo. Convirtiéndose en

²³ Universidad Minuto de Dios: estudio sobre el deporte
normal%26p_p_state_rcv%3D1&_101_assetEntryId=3241613&_101_type=content&_101_groupId=992038&
_101_urlTitle=deporte-en-familia-con-uniminuto&inheritRedirect=true

un gran atractivo para todos los que estén dispuestos a disfrutar de la diversión sana y saludable.

7.4 EVOLUCION HISTORICA - GENERALIDADES

POLITICA PÚBLICAS DEL DEPORTE

Hace algún tiempo en nuestro país no existía ninguna ley que acogiera el uso de la bicicleta en nuestro territorio pero a partir del año 2016 se logró promover gracias a la ley 1811 del 21 de octubre de ese mismo año. En donde queda modificado el código nacional de transporte como un medio principal para en transporte en nuestro país. Promoviéndola de igual forma como inventivo para disminuir los altos índices de contaminación en plena lucha contra el cambio climático que afecta a nuestro planeta. Es importante mencionar que su implementación es un gran aporte a la movilidad ya que a diferencia de los vehículos esta no produce o algún otro tipo de contaminación como lo hacen los autos, las motocicletas y vehículos de gran magnitud. Así mismo generando beneficios para la salud y otorgando a funcionarios públicos que hagan uso de ella para movilizarse a su sitio de trabajo. Esta ley obliga a que las ciudades y municipios adopten sus principales avenidas y logren desarrollar ciclo vías, parqueaderos que estén adecuados para las personas que opten por este medio para su movilidad. Países de Europa pioneros en la implementación²⁴.

Col deportes siendo la máxima entidad encargada de la actividad física de nuestro país ha sido un gran apoyo para fomentar el uso de este medio en todos los rincones del país. Gracias a su gestión por impulsar la actividad física en grandes y niños ha logrado que las entidades públicas y empresas privadas promuevan el buen uso de la bicicleta en alianza con los ministerios de educación y salud para que cada persona opte por este medio sano y económico para su movilización. Por medio de programas educativos de salud y deportivos alcaldías locales desarrollan programas de inclusión en universidades, colegios y empresas para fomentar el buen uso de la

²⁴ Políticas públicas del deporte: http://www.coldeportes.gov.co/normatividad/politica_publica

bicicleta en donde también se busca incentivar a la producción, implementación y la adquisición de bicicletas en todo el territorio nacional. Esta ley hace un llamado a toda empresa o institución para que adecuar el 10% de su espacio mediante esquemas seguros y adecuados para su implementación.

EL DEPORTE DE LA BICICLETA MEJORA LA SALUD

Grandes empresas especializadas en la fabricación y comercialización de bicicletas alrededor del mundo tales como: Specialized, Trek, Merida, Scott, Giantt y Cannondale. Han recomendado el uso de la bicicleta gracias a que genera un beneficio tanto en la salud de las personas como en el aspecto económico y sobre todo ayudando a mejorar la movilidad en las grandes ciudades que optaron por este medio.

Hecho que llevo a que los países tomaran medidas en la creación y aprobación de leyes que permitan promover el uso de la bicicleta para mejorar la salud de las personas. Pero una pregunta que se hacen las personas es sí. ¿Verdaderamente este medio es un aporte para mejorar la salud de las personas? Según en varios comunicados de la OMS pide que se utilicen con más frecuencia el uso de la bicicleta. Gracias a un estudio elaborado en conjunto con la comisión económica de las naciones unidas se logró promover el uso de la bicicleta como medio de transporte en varias ciudades europeas permitiendo crear miles de nuevos puestos de trabajos y evitando centenares de muertes a causa del excesivo flujo vehicular que existe en sus principales autopistas²⁵. No solo incentivando el uso para su movilidad si no para mejora las condiciones de salud de las personas, gracias a su uso continuo se buscan disminuir los problemas de salud de las personas ya sea por la contaminación que encontramos por un excesivo uso de vehículos que necesitan gasolina para su funcionamiento generando contaminación y afectando gravemente el medio ambiente y la salud de las personas. Según el estudio se quiere llevar un mensaje claro en el cual se busca demostrar los beneficios económicos en la apuesta

²⁵ Salud y Deporte Artículo: <https://www.saludabit.es/biblioteca/deporte/28/actividad-fisica-salud>

de medios de transporte más ecológicos y saludables en el que se demuestren los efectos positivos que se generan en el medio ambiente y en la salud. Y convirtiéndose en un medio económico y rentable. Pero esto no es posible si los gobernantes de nuestro país no toman conciencia y ven el daño tan grande que está generando la movilidad en masa y que no dependemos de solo los vehículos para transportarnos de un lugar a otro, que existen otros medios más económicos y sustentable al igual que rentables los cuales hacen su aporte para el beneficios de la salud y movilidad que necesitan las personas hoy en día en las diferentes ciudades alrededor del planeta²⁶.



Ilustración 8 BENEFICIOS DE LA BICICLETA²⁷

²⁶Deporte y salud artículo Blog del deporte: <https://www.isglobal.org/healthisglobal/-/custom-blog-portlet/los-beneficios-para-la-salud-del-uso-de-la-bicicleta/5083982/8203>

²⁷Actividad física en bicicleta

https://www.google.com.co/search?q=actividad+fisica+en+bicicleta&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiF9vP4h_LaAhUJy1MKHTVwBRgQ_AUoAXoECAAQAw&biw=1366&bih=662#imgrc=TV-1P_RPrEmhZM:

7.5 MARCO CONCEPTUAL

Plan de inversiones

Un Plan de Inversiones es un modelo sistemático, unos pasos a seguir, con el objetivo de guiar nuestras inversiones (actuales o futuras) hacia un camino más seguro. El plan de inversiones es fundamental para reducir riesgos a la hora de invertir. Quienes no tienen un plan bien desarrollado tendrá muchas probabilidades de fracasar a la hora de invertir su dinero²⁸.

Inversión Inicial

Se denomina inversión inicial a la cantidad de dinero que es necesario invertir para poner en marcha un proyecto de negocio.

Los activos fijos

Son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal). Por ejemplo, el edificio donde una fábrica monta sus productos es un activo fijo porque permanece en la empresa durante todo el proceso de producción y venta de los productos.

Capital De Trabajo

Se van a estudiar los componentes del capital de trabajo, esto es, el efectivo, las cuentas por cobrar, las cuentas por pagar y los inventarios. El concepto de activo líquido o corriente, se utiliza para señalar aquellos activos que son convertibles en efectivo con facilidad²⁹.

Ingreso

²⁸Plan de inversión y emprendimiento: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-plan-de-inversion.html>

²⁹ Glosario empresarial: <http://www.agroproyectos.org/activo-fijo-diferido-y-capital-de-trabajo/>

Un ingreso es una partida que aumenta el patrimonio de la empresa o, en su defecto, disminuye la deuda o pérdida.

Egreso

El término hace referencia específicamente al dinero que se utiliza en un negocio o acción monetaria para pagar determinados gastos y que por lo tanto no puede ser contado como ganancia.

Reducir Costos

Eliminar y minimizar inventario

8 METODOLOGÍA

8.1 TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de investigación es de carácter descriptivo con variables de tipo cualitativo y cuantitativo, en razón a describir el contexto actual de la empresa, a través de técnicas que permitan evidenciar las variables más importantes y de poca relevancia, para definir e implementar nuevas estrategias de apoyo tecnológico y administrativo, por medio de datos justificados, a fin de promover el desarrollo de la empresa.

8.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Análisis situacional para identificar las fortalezas y debilidades con la aplicación de unas herramientas (matrices) se aplicaran diferentes entrevistas programas para la recopilación de la información primaria y la retroalimentación de los hallazgos encontrados que servirán para la elaboración del plan de inversiones.

OBJETIVO	ACTIVIDAD	HERRAMIENTA
Realizar un diagnóstico del área logística.	Revisar el proceso de inventario.	Matriz Mc Kinsey
Determinar la inversión inicial.	Estudiar los activos fijos, los activos diferidos y el capital de trabajo.	Plan de inversión
Establecer y proyectar los ingresos y gastos que se generaran.	El plan de inversión mostrara cuáles serán los gastos generados y los ingresos.	Plan de inversión
Analizar la situación financiera actual.	Recopilar los balances de los últimos 3 años	Balance general y estado de resultados

Tabla 1 DEFINICION OPERACIONAL³⁰

³⁰ Elaboración propia; presente estudio

9 DESARROLLO DEL PROYECTO

9.1 MARCO TEOLÓGICO

MISION

LA CASA DEL CAMPEÓN, ofrece tecnología de alta calidad, que promueve la vida saludable a través del deporte, además de contribuir al medio ambiente. Comprende la importancia de generar buenas relaciones con las personas con el fin de fomentar una vida saludable dentro de un ambiente sano y amigable. Por otra parte Incentiva a las personas a valorizar las bicicletas como un modelo de movilidad y sustentabilidad³¹.

VISION

Para el año 2022 ser la empresa líder de la región en la comercialización de bicicletas de alta tecnología, siendo una organización familiar con valores basados en la honestidad, responsabilidad, compromiso y confianza, contribuyendo al desarrollo económico de la región. Como equipo se apunta a ser referentes en el mercado a través de un modelo de diferenciación en la profesionalización, calidad del producto y la ética.

OBJETIVOS CORPORATIVOS

- Ser líder en el mercado de la región.
- Ofrecer tecnología de alta calidad.
- Contribuir a la sostenibilidad del medio ambiente.
- Fomentar el uso de la bicicleta como modelo de movilidad.
- Promover la vida saludable a través del deporte.

³¹ Fuente: presente estudio

VALORES CORPORATIVOS

- Honestidad
- Compromiso
- Puntualidad
- Confianza
- Calidad
- Responsabilidad Social Empresarial

MARCAS DISPONIBLES

ORBEA.

TREK.

SCOTT.

GW.

GIAT.

ESTRATEGIA

Su inventario es a la vista y su orden de pedido se basa cuando ve que se está acabando los productos disponibles para la venta.

POLITICA DE COMPRAS

Actualmente su política se basa en realizar el pedido de compras cada vez que se haya agotado las existencias. Por lo tanto se recomienda que realizar las compras antes de que estas se agoten, por eso es de tal importancia la implementación de un sistema de información gerencial que permita detectar el momento indicado para hacer las compras.

9.2 DIAGNOSTICO DEL AREA LOGISTICA

MATRIZ DOFA

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Postventa • Inventario • Infraestructura • Experiencia en el mercado • Marca reconocida • Buenos proveedores 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con sistema de inventario • Carece de constante capacitación • Mala estética del negocio • No cuenta con un sistema de financiación • La cartera tiene mal manejo • Poca publicidad • No hace recordación de marca
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercado por explotar • Ubicación estratégica del establecimiento • Variedad de productos y accesorios • Productos para todos los estratos 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia en productos de gama alta • Base de datos de clientes • Eventos de recordación de marca • Servicio al cliente • Competencia en productos gama baja

Tabla 2 MATRIZ DOFA³²

³² Elaboración propia
Fuente: presente estudio

MATRIZ KRALJIC

IMPACTO FINANCIERO	ALTO	RELEVANTES Setenta y Seis Millones de Pesos (\$76'000.000) Representa el 26%	ESTRATÉGICOS Ciento Cuarenta y Dos Millones de Pesos (\$142'000.000) Representa el 48%
	BAJO	RUTINARIOS Veintiocho Millones de Pesos (\$28'000.000) Representa el 9%	CUELLO DE BOTELLA Cuarenta y Nueve Millones de Pesos (\$49'000.000) Representa el 17%
		BAJO	ALTO
		COMPLEJIDAD DEL SUMINISTRO	

Tabla 3 MATRIZ KRALJIC³³

³³ Estudio logístico inicial: presente estudio

INVENTARIO RELEVANTE



Ilustración 9 INVENTARIO RELEVANTE

INVENTARIO RUTINARIO



Ilustración 10 INVENTARIO RUTINARIO

INVENTARIO CUELLO DE BOTELLA



Ilustración 11 INVENTARIO CUELLO DE BOTELLA

INVENTARIO ESTRATÉGICO



Ilustración 12 INVENTARIO ESTRATEGICO

9.3 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

FACTOR CLAVE DE ÉXITO	PESO	BIKE HOUSE		GORDO ALEXIS		DONDE PEPE	
		RATING	PUNTAJE	RATING	PUNTAJE	RATING	PUNTAJE
Reputación de la marca	0,26	3	0,78	1	0,26	2	0,52
Tecnología	0,10	2	0,20	1	0,1	1	0,1
Participación en el mercado	0,30	3	0,90	2	0,6	2	0,6
Gama de productos	0,10	2	0,20	1	0,1	1	0,1
Calidad de Productos	0,10	4	0,40	2	0,2	2	0,2
Competitividad en precios	0,14	2	0,28	1	0,14	2	0,28
TOTAL	1,00		2,76		1,40		1,80

Tabla 4 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO³⁴

Teniendo en cuenta los resultados mostrados en la matriz, se identifica que con referente a la empresa Bike House no se tiene las mismas ventajas competitivas sin embargo este proceso puede pasar de ser una debilidad a una oportunidad, debido a que muestra los puntos más débiles de la empresa, para realizar estrategias de mejora en cada uno de ellos.

³⁴ Fuente: presente estudio

9.4 MATRIZ IFA

FACTORES INTERNOS FORTALEZAS	PESO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA
Variedad de marcas que puede ofrecer el mercado	0,20	5	1,00
Cuenta con su propio taller de reparación especializado	0,20	4,5	0,90
No genera costo de inversión por publicidad, lo que muestra que su marca está posicionada	0,10	3	0,30
No tiene un stock de inventario lo que hace que no corra con el costo de inventario	0,15	4	0,60
Manejo de varios proveedores	0,15	3,5	0,53
Ubicación de la empresa	0,10	4	0,40
Distribución en planta	0,10	3	0,30
TOTAL	1,00		4,03
FACTORES INTERNOS DEBILIDADES	PESO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA
No cuenta con un sistema de información que le permita fidelizar sus clientes y que le indique el agotamiento de las existencias	0,35	3	1,05
Poca rotación de los productos de alta gama	0,25	3	0,75
No hay reconocimiento de cumplimiento de objetivos en cuanto a ventas	0,20	2	0,40
Poca posibilidad de ascenso de su personal	0,20	1	0,20
TOTAL	1,00		2,40

Tabla 5 MATRIZ IFA

Con la matriz IFA se evalúan las fortalezas y debilidades más relevantes de las áreas funcionales de la empresa la casa del campeón, esto permite identificar, diagnosticar y tratar cada una de ellas, se aplica la matriz dando como resultado dentro de las fortalezas con una ponderación de 4,03, lo cual quiere decir que la empresa se encuentra con una clasificación por encima de la media, por fortuna tiene un mínimo

en la evaluación en las debilidades teniendo como resultado que actualmente no cuenta con un sistema de información que le permita tener una mejor administración y optimización de todos los recursos que la componen, por otra parte no cuenta con un sistema de incentivos y reconocimiento por el desempeño de los resultados y por ultimo poca oportunidad de ascenso dentro de la compañía, por la falta de proyección al no tener como opción la expansión de su negocio en otros lugares de la región³⁵.

9.5 MATRIZ EFAS

FACTORES EXTERNOS FORTALEZAS	PESO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA
Aumento de las importaciones	0,30	4	1,2
Pocos competidores en el mercado	0,20	5	1
Necesidad de movilizarse	0,15	3	0,45
Mejoramiento de la calidad de vida a través del deporte	0,10	3	0,3
Mayores herramientas que permiten obtener los productos de manera más rápida	0,25	5	1,25
TOTAL	1,00		4,2
FACTORES EXTERNOS DEBILIDADES	PESO	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA
La moneda de Cambio	0,25	3	0,75
Modernización del Mercado	0,25	2	0,5
Personal no capacitado	0,3	4	1,2
Tratados de Libre comercio	0,2	2	0,4
TOTAL	1,00		2,85

³⁵ Elaboración propia
Fuente: presente estudio

Tabla 6 MATRIZ EFA

La matriz EFA busca principalmente evaluar las oportunidades y amenazas existentes en el mercado que presenta la empresa la casa del campeón en donde se evidencia que maneja un gran volumen de productos importados, donde también es utilizado para la movilización y en donde queda demostrado gracias a su calificación ponderada de 4.2 que mejora de forma efectiva la calidad de vida de las personas asegurando también productos de buena calidad de manera rápida y precisa³⁶.

³⁶ Fuente: presente estudio

9.6 MATRIZ SFAS

FACTORES ESTRATEGICOS	VALOR	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA	CORTO PLAZO	MEDIO PLAZO	LARGO PLAZO
Variedad de marcas que puede ofrecer en el mercado	0,15	5,00	0,75			X
Cuenta con su propio taller de reparacion especializado	0,10	4,50	0,45			X
No cuenta con un sistema de informacion que le permita fidelizar sus clientes y que le indique el agotamiento de las existencias	0,25	5,00	1,25		X	
Poca rotacion de los productos de alta gama	0,10	3,50	0,35	X		
Aumento de las importaciones	0,15	2,50	0,38		X	
Mayores herramientas que permiten obtener los productos de manera mas rapida	0,15	1,50	0,23			X
La moneda de Cambio	0,05	0,50	0,03	X		
Modernizacion del Mercado	0,05	1,00	0,05	X		
TOTAL	1,00		3,48			

Tabla 7 MATRIZ SFAS

Según la matriz SFAS podemos analizar lo siguiente referente a la empresa objeto de estudio.

FORTALEZAS INTERNAS

- La variedad de marcas que puede ofrecer en el mercado puesto que para los clientes es vital encontrar en un solo lugar variedad de productos permitiéndoles escoger el más adecuado que se adapte a sus necesidades.

- Cuenta con su propio taller de reparación especializado, esto es objeto diferenciador ya que los clientes no deben buscar en otro lugar al que adquirieron su producto el mantenimiento, de modo que en el mismo almacén se cuenta con el servicio post venta, lo cual permite que los clientes se les facilite la obtención del servicio.

DEBILIDADES INTERNAS

- No cuenta con un sistema de información que le permita fidelizar sus clientes y le indique el agotamiento de las existencias. Hoy en día con los constantes avances tecnológicos es necesario estar a la vanguardia de estos cambios, e implementar un sistema de información que le permita a la empresa establecer un método con el cual sea más eficaz llegar a sus clientes de manera constante como lo son el envío de mensajes de texto y correos electrónicos con información de interés para ellos. Otro factor importante es contar con un sistema que le permita llevar un control de sus existencias, fechas de compra, proveedores esto con el fin de garantizar la rotación indicada de la mercancía y de este modo agilizar los procesos.
- Poca rotación de los productos de alta gama. Estos productos se deben ubicar en un lugar estratégico donde estén más a la vista y los clientes puedan conocer sus características para garantizar que su rotación sea un poco más frecuente.

FORTALEZAS EXTERNAS

- Aumento de las importaciones, esto le permite una mayor oferta de los diferentes productos que se manejan, gracias a la globalización se ha podido ampliar las relaciones frente a las importaciones de estos productos lo cual se considera como un factor clave dentro del mercado.

- Mayores herramientas que permiten obtener los productos de manera más rápida. Hoy en día es mucho más fácil acceder a la información lo que garantiza la obtención más fácil de los productos con mayor variedad y reducción de costos.

DEBILIDADES EXTERNAS

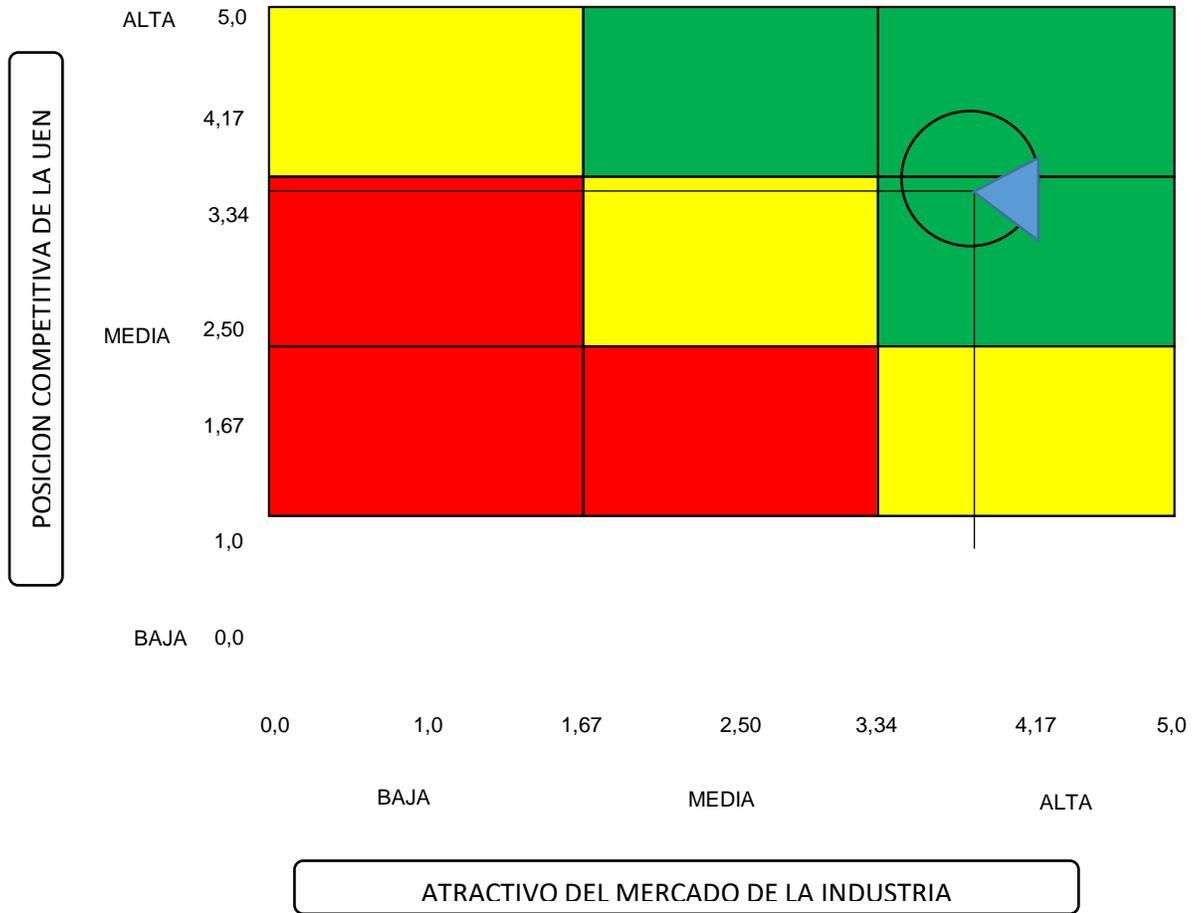
- La moneda de cambio influye negativamente puesto que últimamente presenta constantes variaciones lo que afecta el costo del producto y por ende el precio de venta se afecta.
- Modernización del Mercado, no se encuentra a la vanguardia de los avances tecnológicos que van de la mano con la innovación de los productos y ampliar el porcentaje de participación en el mercado.

9.7 MATRIZ DE MCKINSEY KRALJIC

DIMENSION ATRACTIVO DEL MERCADO			
FACTORES	PESO	CALIFICACION	VALOR
Tamaño del mercado	0,15	3	0,45
Precios	0,20	4	0,80
Rentabilidad de la Industria	0,25	4	1,00
Crecimiento	0,15	4	0,60
Nivel Tecnológico	0,25	4	1,00
TOTAL	1,00		3,85

POSICION COMPETITIVA DE LA UEN			
FACTORES	PESO	CALIFICACION	VALOR
Participación en el mercado	0,10	3,5	0,35
Capacidad de los Proveedores	0,25	4,0	1,00
Calidad del Producto	0,15	4,0	0,60
Imagen de la marca	0,30	3,5	1,05
Canales de Distribución	0,10	1,0	0,10
Capacidad Productiva	0,10	3,5	0,35
TOTAL	1,00		3,45

MCKINSEY



INVERTIR
 EQUILIBRAR
 RETIRARSE

Atractivo del mercado de la industria: $X = 3,85$

Posición competitiva de la UEN: $Y = 3,45$

Por medio de esta matriz se diagnosticó que la empresa se encuentra en la etapa de inversión³⁷.

³⁷ Fuente: presente estudio

10 POLITICAS

10.1 POLÍTICA DE COMPRAS

- Comprar la mercancía cuando se agotan las existencias
- Hacer una compra general en la temporada de diciembre

10.2 POLÍTICA DE INVENTARIOS

- Sistema de Inventario a la vista

10.3 POLÍTICA DE ALMACENAMIENTO

- Sistema de almacenamiento se encuentra a la vista por secciones.

10.4 RELACIÓN DEL TRANSPORTE – PROVEEDOR – CLIENTE QUE LA EMPRESA HA ESTABLECIDO MEDIANTE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN.

Actualmente la empresa no cuenta con un sistema de información que permita tener una mejor relación con sus proveedores y clientes.

PROVEEDORES

NOMBRE	HA BICICLETAS	CREACIONES APPARAEL	LEN IMPORTACIONES	EURO BIKE	CICLO ESPINAL
Nit.	890905360-0	890912284-8	890201311-8	79501054-5	890921367-8
Dirección	Calle 14 # 52a-187 Medellín	Calle 76 # 48-49	Calle 22 # 16-42 Bucaramanga	Calle 95 # 69a-11	Cl. 8 # 5-80, Espinal
Tel.	2855040	2814060	6712222	2533463	3173238183
Fax	2553343	3722633		6006522	
E-Mail.	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado

Representante	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado
CC	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado
N° Cuenta	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado
Banco	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado
Productos Principales	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado
NOMBRE	INDUSTRIA MILAN	ANA BEATRIZ CARVAJAL	STL COLOMBIA	CICLO ESPINAL	
Nit	804016642-5	65691822-8	900212939-5	890921367-8	
Dirección	Calle 13 # 56-30	Calle 8a # 5-80	calle 13 # 35a-66	Cl. 8 # 5-80, Espinal	
Tel.	2602913	2483736	8764603	3173238183	
Fax		2483435	7135105		
E-Mail.	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado	
Representante	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado	
CC	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado	
N° Cuenta	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado	
Banco	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado	
Productos Principales	Reservado	Reservado	Reservado	Reservado	

Tabla 8 PROVEEDORES³⁸

³⁸ La casa del campeón "Información asegurada"

11 PLANEACION ESTRATEGICA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA Generación Siglo 21		PLANEACIÓN ESTRATÉGICA				Programa de Administración de Empresas		Página 1 de 1		
PLAN DE ACCIÓN - MEJORAMIENTO										
NT:										
Vigente a partir de:12/10/2015										
Responsable:	CAROLINA HUERTAS- ANDRES HERNANDEZ									
Vigencia 2018	2018-2022									
Propósito del Proceso	Elaborar un plan de inversiones, describiendo y analizando cada uno de sus componentes necesarios para la modernización de la empresa, que le permita mantener su liderazgo en el mercado y fortalecer su sostenibilidad y competitividad a largo plazo.									
Iniciativa estratégica	ESTUDIO PARA LA MODERNIZACION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA LA CASA DEL CAMPEON EN LA CIUDAD DE GIRARDOT AÑO 2018-2022									
Objetivo Especifico	Perspectiva	Estrategia	Tareas-Actividades	Presupuesto Asignado	Responsable	Fecha de Inicio	Fecha de terminación	INDICADOR DE RESULTADO	TIEMPO DE MEDICION	
1- Definir las estrategias corporativas de desarrollo	Estrategica Corporativa	lograr que los miembros de la organización conozcan y se apropien de el plan estrategico para el crecimiento personal y empresarial	desarrollar una plataforma filosofica y administrativa con objetivos mision, vision, valores corporativos entre otros que permitan al colaborador saber para donde va la empresa y que se quiere lograr con ella.	\$ 50.000	Representante legal	1-jul.-18	30-oct.-18	desarrollo de objetivos logro de objetivos/ cantidad de objetivos	mensual	
		definir indicador para la medicion de los objetivos	proponer, desarrollar y evaluar indicadores basados en los objetivos periodicos	\$ 50.000	Representante legal	1-jul.-18	30-oct.-18	desarrollo de indicadores indicadores logrados/ total de indicadores	mensual	
2- Implementar acciones de mejora de gestión administrativa a la empresa, garantizando la eficacia y la calidad en los resultados.	Talento Humano	obtener la cantidad de personal necesario para atender la demanda	contratar 3 personas encargadas de la venta, distribución, colocación y reparación de los productos que comercializa la empresa	\$ 3.045.825	Representante legal	1-jul.-18	30-oct.-18	productividad de los empleados ventas por empleados/ ventas totales	mensual	
		Implementar plan de trabajo para dar a conocer los nuevos cambios de la organización.	1.Reunión con los empleados para definir los nuevos manuales de funciones, y procedimientos. 2. designar un lider en cada una de las areas para que desarrolle propuestas de mejora continua en cada una de ellas.	\$ 100.000	Representante legal	1-jul.-18	30-oct.-18	productividad por areas metas logradas por areas/ metas totales	Mensual	
		Capacitación del Talento Humano	Cumplir con el cronograma del plan de Capacitación de la empresa en temas como: Funciones de los cargos, Salud ocupacional, seguridad industrial, atención al cliente, reparación y adecuación de productos , Actualización de Nuevos productos y su uso, Almacenamiento y Bodegaje, Trabajo en Equipo.	\$ 100.000	Representante legal	1-jul.-18	31-dic.-18	capacitación del personal capacitaciones desarrolladas/ total de capacitaciones	Mensual	
3- Crear experiencias positivas a través de estrategias innovadoras de mercadeo y prestación de servicios	Mercadeo y Ventas (comercialización)	Desarrollar un portafolio de servicios orientado a satisfacer las necesidades de nuestros usuarios y al aprovechamiento de clientes cautivos.	1. Llevar a cabo visitas a Empresas, clubes deportivos, colegios y universidades por parte del Representante Legal, para dar a conocer a los nuevos clientes los productos y servicios. 2. Continuar informando al 100% de los Clientes cautivos a través de correo masivo, correo certificado, agendas, Almanaques, recordatorios entre otros. 3. mejorar la visibilidad de los avisos y habladores, al igual que la volanteria y las cuñas publicitarias por medio de emisores.	\$ 1.200.000	Representante legal	1-jul.-18	30-oct.-18	captacion de clientes clientes nuevos/ clientes totales	Mensual	
		Desarrollar actividades deportivas y recreativas donde se incentive el uso de los productos	Ejecucion de actividades deportivas que incentiven a la comunidad a participar activamente en el desarrollo del deporte y de estamenera generar un vinculo y una recordacion de marca para atraer y cautivar clientes.	\$ 500.000	Representante legal	1-jul.-18	31-dic.-18	actividades de captacion de clientes actividades desarrolladas/ cantidad de actividades	Trimestral	
4- Modernizar Los productos, y realizar una adecuacion del local para mantener altos estándares de calidad en la prestación de los servicios	Operaciones y Logística	modernización de la locacion empresarial	realizar una adecuacion del local para mejorar la experiencia y calidad del servicio	\$ 39.564.384	Representante legal	1-jul.-18	31-oct.-18	rotacion de mercancia	mensual	
		Modernizar llos activos fijos para mejorar la prestación del servicio y los tiempos de entrega.	Modernización Maquinaria y equipos: 1.Revision y mantenimiento de los existentes 2.Reposicion de equipos y productos averiados 3.Adquisición de Equipos nuevos de alto desempeño. 4.adquisición de software especializado para mejorar el inventario de mercancías 5.dividir por areas el establecimiento para mantener un mejor control de la mercancia.	\$ 10.000.000	Representante legal	1-jul.-18	20-mar.-16			
Aumentar los ingresos de productividad y minimizar los costos.	Financiera	comprar un software contable que le permita llevar a cabo un mejor control de sus ventas	implementar un software contable que le permita manejar sus inventarios y rotacion de mercancia; conocer las ventas y ganancias, mantener una organización de costos y gastos para medir mas facil los activos de la empresa.	\$ 500.000	Representante legal	1-jul.-18	31-oct.-18	indicador de ventas por periodo	mensual	
		Implementar estrategias que conlleven a la disminucion de costos y adquisicion de nuevos contratos que incrementen los ingresos de la empresa	Realizar cotizaciones a diferentes proveedores para buscar la mejor alternativa de compra.	\$ -	Representante legal	1-jul.-18	31-dic.-18	efectividad e proveedores	Trimestral	
			Calcular, controlar y dar buen uso de los materiales e insumos para el desarrollo de la labor.	\$ -	Representante legal	1-jul.-18	31-dic.-18	gasto de insumos	Trimestral	
		realizar una contabilidad precisa y fija para saber y contriolar los gastos y ventas		\$ -	Representante legal	1-jul.-18	31-dic.-18	disminucion de costos	Trimestral	

Tabla 9 PLANEACION ESTRATEGICA³⁹

³⁹ Fuente: Arturo Serrano

11.1 ESTRATÉGIAS

- Definir las estrategias corporativas de desarrollo;

Estratégica Corporativa:

1-lograr que los miembros de la organización conozcan y se apropien del plan estratégico para el crecimiento personal y empresarial; desarrollar una plataforma filosófica y administrativa con objetivos misión, visión, valores corporativos entre otros que permitan al colaborador saber para dónde va la empresa y que se quiere lograr con ella.

2-Definir indicador para la medición de los objetivos; proponer, desarrollar y evaluar indicadores basados en los objetivos periódicos.

3-Implementar acciones de mejora de gestión administrativa a la empresa, garantizando la eficacia y la calidad en los resultados.

- Talento Humano

1-Obtener la cantidad de personal necesario para atender la demanda; contratar 3 personas encargadas de la venta, distribución, colocación y reparación de los productos que comercializa la empresa

2-Implementar plan de trabajo para dar a conocer los nuevos cambios de la organización; Reunión con los empleados para definir los nuevos manuales de funciones, y procedimientos.

3-Designar un líder en cada una de las áreas para que desarrolle propuestas de mejora continua en cada una de ellas.

4-Cumplir con el cronograma del plan de Capacitación de la empresa en temas como: Funciones de los cargos, Salud ocupacional, seguridad industrial, atención al cliente, reparación y adecuación de productos, Actualización de Nuevos productos y su uso, Almacenamiento y Bodegaje, Trabajo en Equipo.

- Crear experiencias positivas a través de estrategias innovadoras de mercadeo y prestación de servicios

Mercadeo y Ventas (comercialización)

1-Desarrollar un portafolio de servicios orientado a satisfacer las necesidades de nuestros usuarios y al aprovechamiento de clientes cautivos; llevar a cabo visitas a Empresas, clubes deportivos, colegios y universidades por parte del Representante Legal, para dar a conocer a los nuevos clientes los productos y servicios.

2- Continuar informando al 100% de los Clientes cautivos a través de correo masivo, correo certificado, agendas, Almanagues, recordatorios entre otros. 3. mejorar la visibilidad de los avisos y habladores, al igual que la volanteria y las cuñas publicitarias por medio de emisoras.

3-Desarrollar actividades deportivas y recreativas donde se incentive el uso de los productos Ejecución de actividades deportivas que incentiven a la comunidad a participar activamente en el desarrollo del deporte y de esta manera generar un vínculo y una recordación de marca para atraer y cautivar clientes.

4- Realizar una adecuación del local para mejorar la experiencia y calidad del servicio

- Modernizar Los productos, y realizar una adecuación del local para mantener altos estándares de calidad en la prestación de los servicios

Operaciones y Logística

1-Modernizar los activos fijos para mejorar la prestación del servicio y los tiempos de entrega. Modernización Maquinaria y equipos:

2-Revision y mantenimiento de los existentes; Reposición de equipos y productos averiados, Adquisición de Equipos nuevos de alto desempeño, adquisición de software especializado para mejorar el inventario de mercancías

3-dividir por áreas el establecimiento para mantener un mejor control de la mercancía.

- Aumentar los ingresos de productividad y minimizar los costos.

Financiera

1-Comprar un software contable que le permita llevar a cabo un mejor control de sus ventas; implementar un software contable que le permita manejar sus inventarios y rotación de mercancía; conocer las ventas y ganancias, mantener una organización de costos y gastos para medir más fácil los activos de la empresa.

2-Implementar estrategias que conlleven a la disminución de costos y adquisición de nuevos contratos que incrementen los ingresos de la empresa; Realizar cotizaciones a diferentes proveedores para buscar la mejor alternativa de compra.

3-Calcular, controlar y dar buen uso de los materiales e insumos para el desarrollo de la labor

4-Realizar una contabilidad precisa y fija para saber y controlar los gastos y ventas

12.2 RESUMEN PLAN FINANCIERO

Plan de Financiamiento		
FUENTES	VALOR	%
Internas		
(Recursos Propios)	62.524.348	30%
Externas		
(Bancos)	145.890.146	70%
TOTAL	208.414.495	100%

RESUMEN PLAN FINANCIERO			
CONCEPTO	RECURSOS	OBLIGACIONES	TOTAL
	PROPIOS	BANCARIAS	
Maquinaria y Equipo	\$ 17.722.000		\$ 17.722.000
Equipo de Oficina	\$ 4.925.587	\$ 764.413	\$ 5.690.000
Gastos Preoperativos	\$ 39.564.384		\$ 39.564.384
Capital de Trabajo (Efectivo)		\$ 130.000.000	\$ 130.000.000
Imprevistos	\$ 15.438.111		\$ 15.438.111
TOTAL	\$ 77.650.082	\$ 130.764.413	\$ 208.414.495

Ilustración 13 RESUMEN PLAN FINANCIERO⁴¹

⁴¹ FUENTE: Presente estudio

12.3 TABLA DE AMORTIZACION

Valor prestamo	\$145.890.146					
No, de periodos	5					
Tasa de Interes EA	19%					
TABLA DE AMORTIZACION PRESTAMO						
PERIODO	0	1	2	3	4	5
CUOTA		\$47.713.397	\$47.713.397	\$47.713.397	\$47.713.397	\$47.713.397
INTERES		\$27.719.128	\$23.920.217	\$19.399.513	\$14.019.875	\$7.618.105
AMORTIZACION		\$19.994.269	\$23.793.180	\$28.313.884	\$33.693.522	\$40.095.291
SALDO	\$145.890.146	\$125.895.877	\$102.102.698	\$73.788.813	\$40.095.291	\$0

Ilustración 14 TABLA DE AMORTIZACION⁴²

⁴² FUENTE: Presente estudio

12.4 NOMINA

salariominimo	781242	ADMON	PRODUCCION
aux transporte	88211		
Cesantia	8,33%	214.616	173.948
Inte sobre Cesantia	12%	309.171	250.585
Prima de servicios	8,33%	214.616	173.948
Salud	8%	206.114	167.057
Pension	12%	309.171	250.585
Parafiscales	9%	231.878	187.939
TOTALES MENSUAL	57,66%	1.485.565	1.204.062
TOTALES ANUALES		17.826.779	14.448.750

NOMINA ADMINISTRATIVA				
CARGO	No.	SALARIO BASICO	AUX DE TRNSP	TOTAL SALARIO
VENDEDOR	2	\$ 1.200.000	88211	\$ 2.576.422
TOTAL	2	\$ 1.200.000	88211	\$ 2.576.422

NOMINA DE PRODUCCION				
CARGO	No.	SALARIO BASICO	AUX DE TRNSP	TOTAL SALARIO
Mecanico	2	\$ 1.000.000	88211	\$ 2.088.211
TOTAL	2	\$ 1.000.000	88211	\$ 2.088.211

Tabla 11 INVERSION EN NOMINA⁴³

⁴³ Fuente: presente estudio
Formato German Hoyos

12.5 COSTOS ADMINISTRATIVOS

COSTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS					
AÑOS CONCEPTOS	1	2	3	4	5
Salarios de administracion + prestaciones	\$ 2.576.422	\$ 2.666.597	\$ 2.759.928	\$ 2.856.525	\$ 2.956.504
Salarios de ventas + prestaciones	\$ 17.826.779	\$ 18.450.716	\$ 19.096.491	\$ 19.764.869	\$ 20.456.639
Depreciación Admon	\$ 455.200	\$ 455.200	\$ 455.200	\$ 455.200	\$ 455.200
Amortización Preoperativa	\$ 3.956.438	\$ 3.956.438	\$ 3.956.438	\$ 3.956.438	\$ 3.956.438
Gastos Financieros	\$ 13.859.564	\$ 11.960.108	\$ 9.699.756	\$ 7.009.937	\$ 3.809.053
Gastos operativos de administracion y ventas	\$ 1.000.000	\$ 1.035.000	\$ 1.071.225	\$ 1.108.718	\$ 1.147.523
SUBTOTAL	\$ 39.674.403	\$ 38.524.060	\$ 37.039.039	\$ 35.151.687	\$ 32.781.357

Ilustración 15 COSTOS ADMINISTRATIVOS⁴⁴

⁴⁴ FUENTE: Presente Estudio

12.6 COSTOS OPERACIONALES

COSTOS DE PRODUCCIÓN					
AÑOS CONCEPTOS	1	2	3	4	5
<i>Compra de mercancía</i>	\$ 130.000.000	\$143.000.000	\$ 157.300.000	\$ 173.030.000	\$ 190.333.000
<i>Costos MOD</i>	\$ 16.536.961	\$ 17.115.754	\$ 17.714.806	\$ 18.334.824	\$ 18.976.543
<i>Amortización</i>	\$ 3.956.438	\$ 3.956.438	\$ 3.956.438	\$ 3.956.438	\$ 3.956.438
<i>Gastos Financieros</i>	\$ 13.859.564	\$ 11.960.108	\$ 9.699.756	\$ 7.009.937	\$ 3.809.053
<i>Depreciación</i>	\$ 1.886.000	\$ 1.886.000	\$ 1.886.000	\$ 1.886.000	\$ 1.886.000
SUBTOTAL	\$ 166.238.963	\$177.918.301	\$ 190.557.000	\$ 204.217.199	\$ 218.961.034

Ilustración 16 COSTOS OPERACIONALES⁴⁵

⁴⁵ FUENTE: Presente estudio

INGRESOS PROYECTADOS

Descripción	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
	Ingresos por Ventas				
Productos Manufacturados					
GAMA ALTA	\$ 55.000.000	\$ 66.550.000	\$ 80.525.500	\$ 97.435.855	\$ 117.897.385
GAMA MEDIA	\$ 100.000.000	\$ 121.000.000	\$ 146.410.000	\$ 177.156.100	\$ 214.358.881
GAMA BAJA	\$ 30.000.000	\$ 36.300.000	\$ 43.923.000	\$ 53.146.830	\$ 64.307.664
LUCES	\$ 7.360.000	\$ 8.905.600	\$ 10.775.776	\$ 13.038.689	\$ 15.776.814
NEUMATICOS	\$ 3.900.000	\$ 4.719.000	\$ 5.709.990	\$ 6.909.088	\$ 8.359.996
CAJA DE PARCHES	\$ 1.440.000	\$ 1.742.400	\$ 2.108.304	\$ 2.551.048	\$ 3.086.768
PACHAS	\$ 6.440.000	\$ 7.792.400	\$ 9.428.804	\$ 11.408.853	\$ 13.804.712
SERVICIO TALLER.	\$ 9.180.000	\$ 11.107.800	\$ 13.440.438	\$ 16.262.930	\$ 19.678.145
Manufacturados	\$ 213.320.000	\$ 258.117.200	\$ 312.321.812	\$ 377.909.393	\$ 457.270.365

Tabla 12 INGRESOS PROYECTADOS⁴⁶

⁴⁶ Fuente: presente estudio

12.7 ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 213.320.000	\$ 258.117.200	\$ 312.321.812	\$ 377.909.393	\$ 457.270.365
Costos operativos	\$ 166.238.963	\$ 177.918.301	\$ 190.557.000	\$ 204.217.199	\$ 218.961.034
- Fijos	\$ 19.702.002	\$ 17.802.547	\$ 15.542.195	\$ 12.852.376	\$ 9.651.491
- Variables	\$ 146.536.961	\$ 160.115.754	\$ 175.014.806	\$ 191.364.824	\$ 209.309.543
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 47.081.037	\$ 80.198.899	\$ 121.764.812	\$ 173.692.193	\$ 238.309.331
Costos de Admon.	\$ 39.674.403	\$ 38.524.060	\$ 37.039.039	\$ 35.151.687	\$ 32.781.357
- Fijos	\$ 39.674.403	\$ 38.524.060	\$ 37.039.039	\$ 35.151.687	\$ 32.781.357
- Variables	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad Operacional	\$ 7.406.634	\$ 41.674.839	\$ 84.725.773	\$ 138.540.506	\$ 205.527.975
Imporenta	\$ 2.444.189	\$ 13.752.697	\$ 27.959.505	\$ 45.718.367	\$ 67.824.232
Utilidad antes de reserva	\$ 4.962.445	\$ 27.922.142	\$ 56.766.268	\$ 92.822.139	\$ 137.703.743
Reserva Legal 10%	\$ 496.244	\$ 2.792.214	\$ 5.676.627	\$ 9.282.214	\$ 13.770.374
Utilidad del Ejercicio.	\$ 4.466.200	\$ 25.129.928	\$ 51.089.641	\$ 83.539.925	\$ 123.933.369

Fuente: Presente Estudio

Tabla 13 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS⁴⁷

⁴⁷ Elaboración propia

12.8 BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
AÑOS						
CONCEPTOS	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS CORRIENTES						
Bancos	\$ 15.438.111	\$ 13.104.552	\$ 38.796.099	\$ 91.709.368	\$ 178.850.923	\$ 308.819.317
Inventarios	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000	\$ 130.000.000
DIFERIDOS						
Amortización Preoperativos	\$ 39.564.384	\$ 31.651.507	\$ 23.738.630	\$ 15.825.754	\$ 7.912.877	\$ 0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 185.002.495	\$ 174.756.060	\$ 192.534.730	\$ 237.535.122	\$ 316.763.800	\$ 438.819.317
ACTIVOS FIJOS						
Propiedad Planta y Equipo	\$ 23.412.000	\$ 23.412.000	\$ 23.412.000	\$ 23.412.000	\$ 23.412.000	\$ 23.412.000
(Depreciación Acumulada)	\$ 0	\$ 2.341.200	\$ 4.682.400	\$ 7.023.600	\$ 9.364.800	\$ 11.706.000
TOTAL ACTIVOS	\$ 208.414.495	\$ 195.826.860	\$ 211.264.330	\$ 253.923.522	\$ 330.811.000	\$ 450.525.317
PASIVOS CORRIENTES						
Impuestos Por Pagar	\$ 0	\$ 2.444.189	\$ 13.752.697	\$ 27.959.505	\$ 45.718.367	\$ 67.824.232
TOTAL PASIVOS CORRIENTES		\$ 2.444.189	\$ 13.752.697	\$ 27.959.505	\$ 45.718.367	\$ 67.824.232
Obligaciones a Largo Plazo	\$ 145.890.146	\$ 125.895.877	\$ 102.102.698	\$ 73.788.813	\$ 40.095.291	\$ 0
TOTAL PASIVOS	\$ 145.890.146	\$ 128.340.067	\$ 115.855.394	\$ 101.748.318	\$ 85.813.658	\$ 67.824.232
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 62.524.348	\$ 62.524.348	\$ 62.524.348	\$ 62.524.348	\$ 62.524.348	\$ 62.524.348
Reserva Legal	\$ 0	\$ 496.244	\$ 3.288.459	\$ 8.965.085	\$ 18.247.299	\$ 32.017.674
Utilidad del Ejercicio	\$ 0	\$ 4.466.200	\$ 25.129.928	\$ 51.089.641	\$ 83.539.925	\$ 123.933.369
Utilidad por Distribuir	\$ 0	\$ 0	\$ 4.466.200	\$ 29.596.128	\$ 80.685.769	\$ 164.225.694
TOTAL PATRIMONIO	\$ 62.524.348	\$ 67.486.793	\$ 95.408.935	\$ 152.175.203	\$ 244.997.342	\$ 382.701.085
PASIVO mas PATRIMONIO	\$ 208.414.495	\$ 195.826.860	\$ 211.264.330	\$ 253.923.522	\$ 330.811.000	\$ 450.525.317

Fuente: Presente Estudio

*Ilustración 17 BALANCE GENERAL*⁴⁸

⁴⁸ Fuente: presente estudio

12.9 FLUJO DE CAJA

Plan de Inversiones		Flujo Neto de efectivo O Flujo de fondos del proyecto				
Inversiones		TASA DE RENTABILIDAD MINIMA ACEPTABLE				
		FUENTE	MONTO	CDI	%PARTICIPACION	C.P.P
Activos Fijos	\$ 23.412.000	INVERSIONISTA	\$ 59.284.348	15%	30%	1,3%
Activos Diferidos	\$ 39.564.384	CREDITO	\$ 138.330.146	19%	70%	13,3%
Fondos Disponibles	\$ 62.976.384	COSTO DE CAPITAL	\$ 197.614.495		100%	14,7%
Capital de Trabajo	\$ 130.000.000					
Imprevistos	\$ 15.438.111					
Inversion Total	\$ 208.414.495					
	INICIO	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ingresos por Ventas		\$ 213.320.000	\$ 258.117.200	\$ 312.321.812	\$ 377.909.393	\$ 457.270.365
TOTAL ING. OPER.	\$ 0	\$ 213.320.000	\$ 258.117.200	\$ 312.321.812	\$ 377.909.393	\$ 457.270.365
COSTOS Y GASTOS						
Administrativos		-\$ 39.674.403	-\$ 38.524.060	-\$ 37.039.039	-\$ 35.151.687	-\$ 32.781.357
Operativos		-\$ 166.238.963	-\$ 177.918.301	-\$ 190.557.000	-\$ 204.217.199	-\$ 218.961.034
Intereses Financ.		\$ 27.719.128	\$ 23.920.217	\$ 19.399.513	\$ 14.019.875	\$ 7.618.105
Impuesto Renta Causada		\$ 2.444.189	\$ 13.752.697	\$ 27.959.505	\$ 45.718.367	\$ 67.824.232
Impuesto Renta pagado		\$ 0	\$ 2.444.189	\$ 13.752.697	\$ 27.959.505	\$ 45.718.367
TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 0	-\$ 178.194.238	-\$ 190.077.955	-\$ 194.443.830	-\$ 197.389.507	-\$ 198.405.918
RENTA NETA		\$ 35.125.762	\$ 68.039.245	\$ 117.877.982	\$ 180.519.885	\$ 258.864.447
Depreciación		\$ 2.341.200	\$ 2.341.200	\$ 2.341.200	\$ 2.341.200	\$ 2.341.200
Amortización Diferidos		\$ 7.912.877	\$ 7.912.877	\$ 7.912.877	\$ 7.912.877	\$ 7.912.877
Amortización prestamo		\$ 19.994.269	\$ 23.793.180	\$ 28.313.884	\$ 33.693.522	\$ 40.095.291
Flujo Fondos Oper. Neto	\$ 0	\$ 25.385.569	\$ 54.500.142	\$ 99.818.175	\$ 157.080.440	\$ 229.023.232
Flujo Fondos del Proyecto	-\$ 208.414.495	\$ 25.385.569	\$ 54.500.142	\$ 99.818.175	\$ 157.080.440	\$ 229.023.232
Ebitda		\$ 17.660.711	\$ 51.928.916	\$ 94.979.850	\$ 148.794.583	\$ 215.782.051
VP de los Ingresos	\$ 336.365.373	\$ 22.141.796	\$ 41.461.930	\$ 66.234.986	\$ 90.912.976	\$ 115.613.685
VP de los Egresos	\$ 208.414.495					
VALOR PRESENTE NETO	\$127.950.879					
T.I.R.	31%	<p>El proyecto es viable, debido a que el VPN es mayor a 0, es decir el proyecto despues de descontar la inversion obtuvo beneficios por \$127,950,879, que es lo que arrojo el VPN.lo cual nos indica que la TIR que fue del 31%, esta por encima de la tasa minima de rentabilidad que estaba en el 15%y la relacion beneficio costo es mayos a 1, donde los ingresos superan a los egresos en 1,61 veces.</p>				
Relacion B/C	1,61					
Tasa de interes de oprtunida	4,5%					
costo de capital Prestamo	19%					
Tasa de rentabilidad minima aceptable del proyecto	15%					

Tabla 14 VALOR PRESENTE NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO⁴⁹⁴⁹ Elaboración propia

12.10 INDICADORES FINANCIEROS

RENTABILIDAD DEL PROYECTO DE LAS UTILIDADES FRENTE A LOS INGRESOS					
UTILIDADES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Operativa	3,5%	16,1%	27,1%	36,7%	44,9%
Utilidad Antes de Impuesto	2,3%	10,8%	18,2%	24,6%	30,1%
Utilidad Despues de Impuesto	3,5%	16,1%	27,1%	36,7%	44,9%
Utilidad Neta	11,9%	21,1%	32,0%	41,6%	50,1%
Utilidad EBITDA	8,3%	20,1%	30,4%	39,4%	47,2%
Utilidad NOPAT	3,0%	13,8%	23,2%	31,3%	38,4%

UTILIDAD OPERATIVA U OPERACIONAL: La utilidad operacional es el resultado de tomar los ingresos operacionales y restarle los costos y gastos operacionales.

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS: Es un indicador del desempeño financiero de una empresa que se calcula restando los gastos de los ingresos, y excluyendo los impuestos.

UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS: Es la utilidad resultante después de restar y sumar de la utilidad operacional, los gastos e Ingresos no operacionales respectivamente, los impuestos y la reserva legal.

UTILIDAD NETA: El exceso de los ingresos totales sobre los gastos totales. También se le conoce como utilidades netas.

EBITDA: Es un indicador financiero que mide beneficios antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización de la empresa.

RAZONES FINANCIERAS			
Razon Circulante	Activo Corriente	\$ 24.777.052	4,0
	Pasivo Corriente	\$ 6.218.201	
Por Cada peso que se adeuda a Corto Plazo, se cuenta para cubrir oportunamente la deudas.			<u>4,0</u>
Prueba Acido Liquidez Inmediata	Activo Liquido	\$ 24.777.052	4,0
	Pasivo Corriente	\$ 6.218.201	
Como se carece de Inventarios, se cuenta para cancelar de forma inmediata las Deudas			<u>4,0</u>
Solidez	Activo Total	\$ 197.499.359	1,6
	Pasivo Total	\$ 125.590.178	
En este año se Dispone para cancelar cada peso que se adeuda, una garantia empresarial.			<u>1,6</u>
Endeudamiento	Pasivo Total	\$ 125.590.178	64%
	Activo Total	\$ 197.499.359	
Posee un alto nivel de endeudamiento, de los Activos Libres de Deudas.			<u>64%</u>
Indice Propiedad Indep. Financiera	Pat. o Capital Cont.	\$ 71.909.181	36%
	Activo Total	\$ 197.499.359	
La independencia Financiera en el Primer año es optima, los Activos corresponden a los Gestores de la Empresa.			<u>36%</u>
Razon de Protección a la Inversión	Pasivo Total	\$ 125.590.178	175%
	Capital Contable	\$ 71.909.181	
			<u>175%</u>

Tabla 15 INDICADORES FINANCIEROS

13 PUNTO DE EQUILIBRIO

$$P.E = CF / PV - CVU$$

COSTO FIJO	4.664.633
PRECIO DE VENTA UNITARIO	320.000
COSTO VARIABLE UNITARIO	120.000
CANTIDADES (X)	23
COSTO VARIABLE TOTAL	2.798.780
INGRESO TOTAL	7.463.413

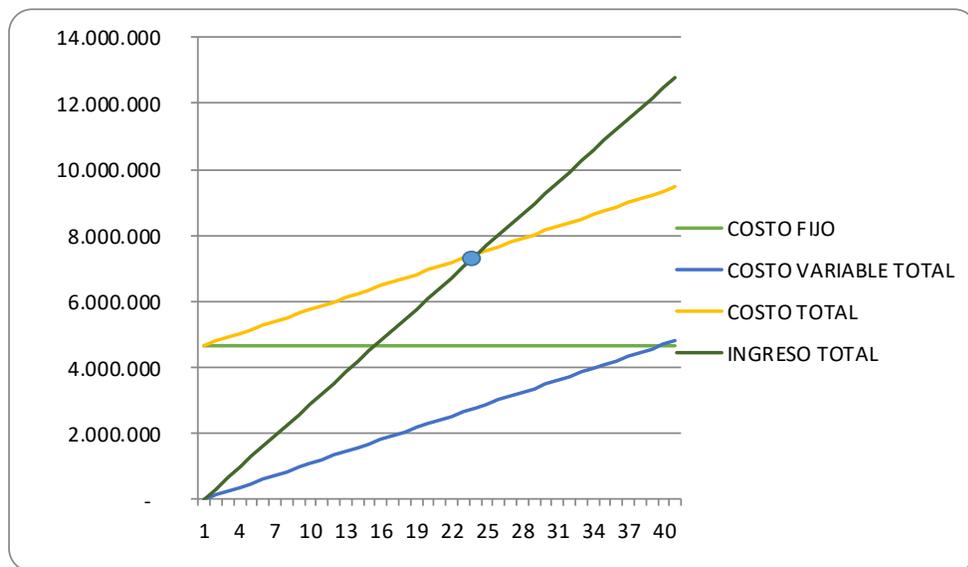


Tabla 16 PUNTO DE EQUILIBRIO⁵⁰

⁵⁰ Fuente: presente estudio

13.1 BALANCE GENERAL INICIAL

ESTABLECIMIENTO: LA CASA DEL CAMPEON									
AMAYA CARDENAS OLGA CECILIA									
NIT. 1.070.598.786-2 RÉGIMEN COMUN									
Girardot, Carrera 9 No. 19-43 Tel. 832.2000 Celular. 310.5752967									
Correo Electrónico: cidlocampeongirardot@hotmail.com									
BALANCE GENERAL (Expresado en pesos)									
		Diciembre 31 de 2016	Diciembre 31 de 2017	Diciembre 31 del 2018	Análisis vertical		Análisis Horizontal 2017-2016		
					2016	2017	2018	En pesos (\$)	n porcentaje (%)
ACTIVOS									
		5,75%	4,9%	3,3%					
ACTIVOS CORRIENTES									
Disponible	\$	31.827.798	16.257.491	16.793.988	40,01%	8,58%	8,58%	-15.570.307	-48,92%
Caja General	\$	15.068.198	11.038.680	11.402.956	47,34%	67,90%	67,90%	-4.029.518	-26,74%
Bancos cuentas corrientes	\$	16.759.284	5.217.495	5.389.672	52,66%	32,09%	32,09%	-11.541.789	-68,87%
Banco de Bogotá-Girardot	\$	-	-	-					
Cuenta Corriente No. 0348-314337	\$	975.798	-	-				-975.798	-100,00%
Banco Davivienda-Girardot	\$	-	-	-					
Cuenta Corriente no. 035601-60020696	\$	15.783.486	5.217.495	5.389.672				-10.565.991	-66,94%
Bancos cuentas de ahorro	\$	316	1.316	1.359	0,00%	0,01%	0,01%	1.000	316,46%
Banco Caja Social-Girardot	\$	-	-	-					
Cuenta No. 2404-3699915	\$	316	1.316	1.359				1.000	316,46%
Deudores	\$	1.255.445	98.950.602	102.215.972	1,58%	52,22%	52,22%	97.695.157	7781,72%
Cartera Clientes Almacén La Casa del Campeón	\$	-	10.540.000	10.887.820				10.540.000	
Anticipo Compra Vehículo camioneta Nissan modelo 2015 placas USR830	\$	-	85.000.000	-				-	
Retención en la Fuente 2017	\$	530.524	2.904.602	3.000.454				2.374.078	447,50%
Por Ventas Con tarjetas de Crédito	\$	530.524	2.590.042	2.675.513				2.059.518	388,20%
Por Servicios	\$	-	314.560	324.940				314.560	
Anticipo de Impuestos de Renta Dian Girardot- Anticipo 2017	\$	-	506.000	522.698				506.000	
Retención en la Fuente Por Ventas con Tarjetas Banco Davivienda S.A NIT. 860.034.313	\$	530.524	-	-				-530.524	-100,00%
Retención Fuente por Ventas y Servicios	\$	194.397	-	-				-194.397	-100,00%
Hotelería Estelar S.A. - NIT. 890.304.099	\$	5.388	-	-				-5.388	-100,00%
Seguridad Superior Ltda. - NIT. 860.066.946	\$	11.207	-	-				-11.207	-100,00%
Millán Pedraza Santiago - NIT. 19.237.044	\$	37.715	-	-				-37.715	-100,00%
Centro Comercial Unicentro - NIT. 900.793.017	\$	107.759	-	-				-107.759	-100,00%
Círculo de Suboficiales FF.MM.-NIT. 860.025.195	\$	32.328	-	-				-32.328	-100,00%
Inventarios	\$	23.460.000	35.268.000	36.431.844	29,49%	18,61%	18,61%	11.808.000	50,33%
Mercancías No Fabricadas por la Empresa Bicicletas, repuestos y accesorios	\$	23.460.000	35.268.000	36.431.844				11.808.000	50,33%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$	56.543.243	150.476.093	155.441.804	71,08%	79,42%	79,42%	93.932.850	166,13%
ACTIVOS FIJOS									
Muebles y enseres	\$	15.000.000	25.000.000	25.825.000	18,86%	13,19%	13,19%	10.000.000	66,67%
De Uso del Negocio	\$	10.000.000	15.000.000	15.495.000				5.000.000	50,00%
De Uso Personal	\$	5.000.000	10.000.000	10.330.000				5.000.000	100,00%
Herramientas	\$	2.500.000	2.500.000	2.582.500	3,14%	1,32%	1,32%	-	0,00%
De Uso del Negocio	\$	2.500.000	2.500.000	2.582.500				-	0,00%
Vehículos	\$	5.500.000	11.500.000	11.879.500	6,91%	6,07%	6,07%	6.000.000	109,09%
Motocicleta Yamaha Linea 125X, modelo 2014 color negro, particular, 125 cc. Placas YQB 43C Girardot.	\$	-	6.000.000	6.198.000				6.000.000	
adquirido en Junio de 2.013	\$	5.500.000	5.500.000	5.681.500				-	0,00%
TOTAL ACTIVO FIJO	\$	23.000.000	39.000.000	40.287.000	28,92%	20,58%	20,58%	16.000.000	69,57%
TOTAL ACTIVOS	\$	79.543.243	189.476.093	195.728.804	100,00%	100,00%	100,00%	109.932.850	138,21%
PASIVOS									
Obligaciones Financieras	\$	2.855.719	63.414.093	65.506.758	71,17%	91,88%	91,88%	60.558.374	2120,60%
Banco Caja Social-Girardot NIT. 860.007.335	\$	2.855.719	1.012.298	1.045.704				-1.843.421	-64,55%
Crédito de Consumo No. 30013470745 por \$5.000.000	\$	2.855.719	1.012.298	1.045.704				-1.843.421	-64,55%
Banco Davivienda-Girardot	\$	-	62.401.795	64.461.054				62.401.795	
Crédito Vehículo No. 5816356000233055	\$	-	54.937.575	56.750.515				54.937.575	
Crediepress No. 6516356000233049	\$	-	7.464.220	7.710.539				7.464.220	
Impuestos, gravámenes y tasas	\$	1.157.000	5.602.000	5.786.866	28,83%	8,12%	8,12%	4.445.000	384,18%
Industria y Comercio por pagar	\$	1.157.000	5.602.000	5.786.866				4.445.000	384,18%
Tesorería Mpal. De Girardot-NIT. 890.680.378-4	\$	644.000	2.781.000	2.872.773				2.137.000	331,83%
Impuesto de Renta por Pagar	\$	-	-	-				-	
Dian Girardot-Vr. LP.2017	\$	513.000	2.821.000	2.914.093				2.308.000	449,90%
TOTAL PASIVO	\$	4.012.719	69.016.093	71.293.624	5,04%	36,42%	36,42%	65.003.374	1619,93%
PATRIMONIO									
CAPITAL	\$	75.530.524	120.460.000	124.435.180	100,00%	100,00%	100,00%	44.929.476	59,49%
Personas Naturales Olga Cecilia Amaya Cardenas	\$	75.530.524	85.540.000	88.362.820				10.009.476	13,25%
RESULTADO DEL EJERCICIO Utilidad Neta Capitalizada 2017	\$	-	34.920.000	36.072.360				34.920.000	
TOTAL PATRIMONIO	\$	75.530.524	120.460.000	124.435.180	94,96%	63,58%	63,58%	44.929.476	59,49%
TOTAL PATRIMONIO + PASIVO	\$	79.543.243	189.476.093	195.728.804	100,00%	100,00%	100,00%	109.932.850	138,21%

Tabla 17 BALANCE GENERAL⁵¹

13.3 ESTRUCTURA ECONOMICA

ANALISIS FINANCIERO “LA CASA DEL CAMPEON”

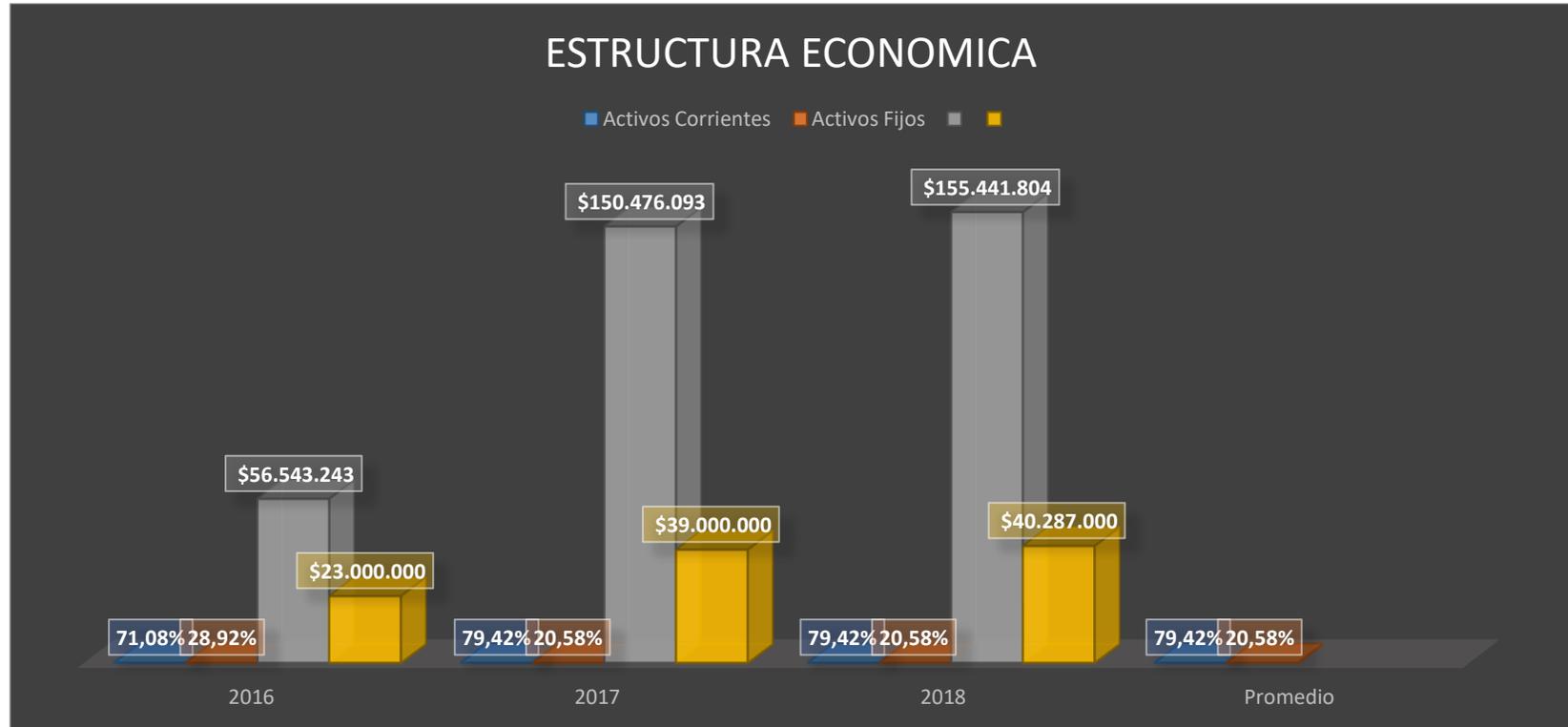


Tabla 19 ESTRUCTURA ECONÓMICA⁵²

⁵² Elaboración propia

La estructura económica de “La casa del campeón”, como se observa en la gráfica se compone de los activos corrientes y los activos fijos.

De acuerdo a lo anterior se puede evidenciar un desequilibrio, debido a que los activos corrientes de la empresa en el año 2017 presentaron un crecimiento significativo tanto en su cartera de clientes (deudores) como en sus inventarios. Para esto es importante que la empresa establezca una serie de estrategias que le permita recuperar dicha cartera para fortalecer el musculo financiero que le permita adquirir nuevos inventarios y expandirse en el mercado.

Los activos fijos sufrieron un decrecimiento respecto al año 2016 a 2017 debido al crecimiento de sus inventarios que afectaron su crecimiento. Según lo proyectado para el año 2018.

13.4 ESTRUCTURA FINANCIERA

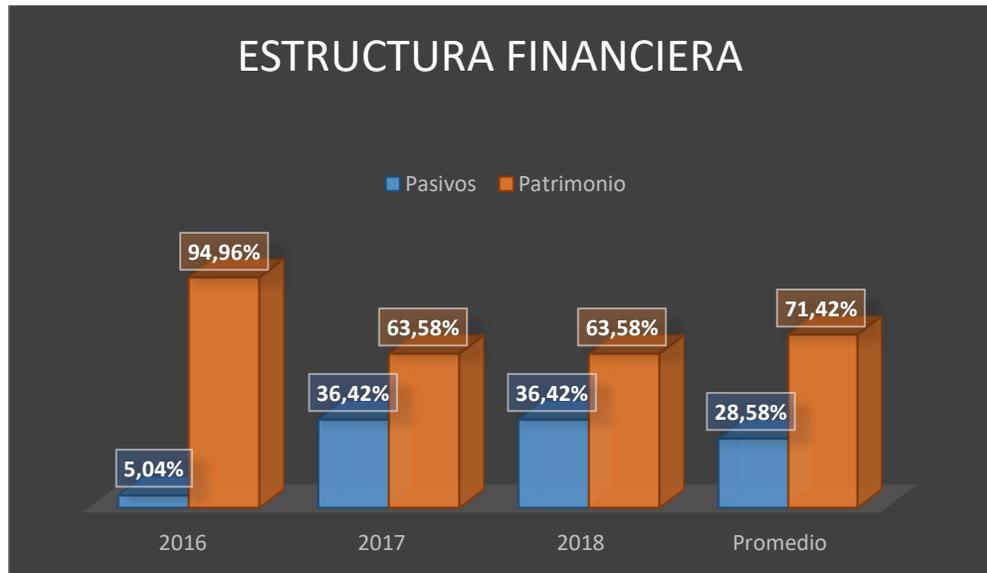


Tabla 20 ESTRUCTURA FINANCIERA

La estructura financiera de “La casa del campeón” está compuesta en un 28.58% de deuda y un 71.42 % de patrimonio en promedio.

En aspectos generales, la estructura que encontramos para los dos años evaluados se encuentra que el nivel de endeudamiento es adecuado, puesto que lo recomendable es tener un endeudamiento máximo del 60%, esto es debido a que la empresa prefiere apalancarse con recursos propios en la mayoría de sus inversiones y solo cuando necesita apalancarse un poco con terceros, por eso su patrimonio es alto debido a que no presenta deudas significativas⁵³.

⁵³ Fuente: presente estudio

13.5 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO

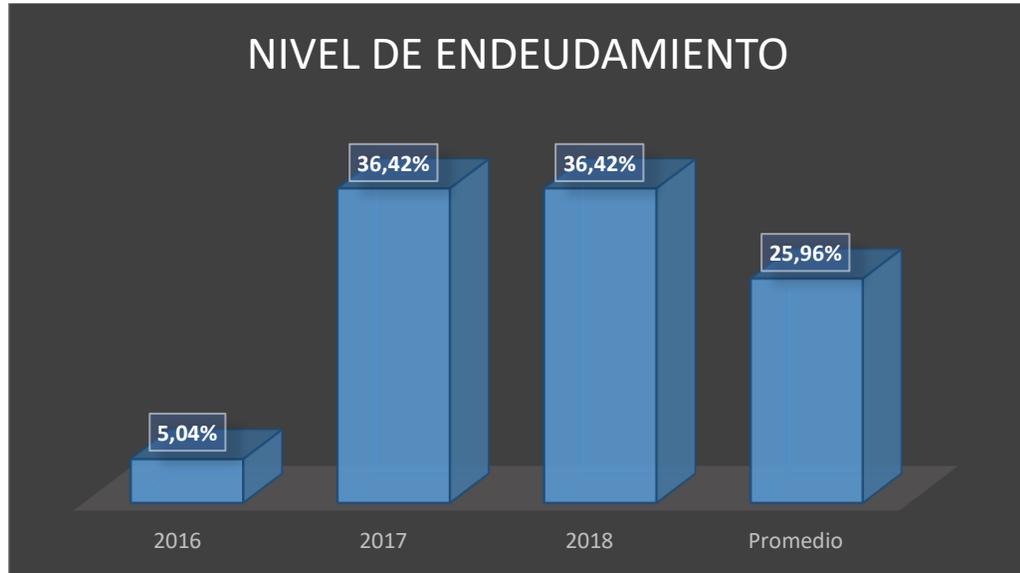


Tabla 21 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO⁵⁴

El nivel de endeudamiento representa para la empresa el porcentaje de pasivos a corto y largo plazo, sobre el total de sus activos.

En la gráfica podemos observar que en el año 2016 su nivel de endeudamiento fue bajo ya que solo era del 5%, pero en el año 2017 su nivel de endeudamiento se incrementó notablemente debido a la inversión que se hizo para la compra de un vehículo e inventarios para la empresa, aun así, su nivel de endeudamiento es bueno debido a que en Colombia es permitido un nivel de endeudamiento del 60%.

⁵⁴ Elaboración propia

13.6 ROTACION DE INVENTARIOS



Tabla 22 ROTACIÓN DE INVENTARIOS⁵⁵

La rotación del inventario es uno de los indicadores más usados para el control de gestión relativo a la logística o incluso para el departamento comercial de la empresa. Es un valor muy relevante ya que la rotación da cuenta del número de veces que se han renovado las existencias ya sea de un artículo o de una materia prima durante un período de tiempo, normalmente un año.

Habitualmente este cociente es un buen indicador para evaluar la calidad de la gestión de los abastecimientos, la gestión del stockage y de las prácticas de compra de la empresa.

La rotación de inventarios de la empresa es buena ya que en el año rota en promedio 10,57 veces los inventarios como consecuencia del incremento de las ventas y una buena gestión de las existencias.

⁵⁵ Elaboración Propia

13.7 RAZON CORRIENTE

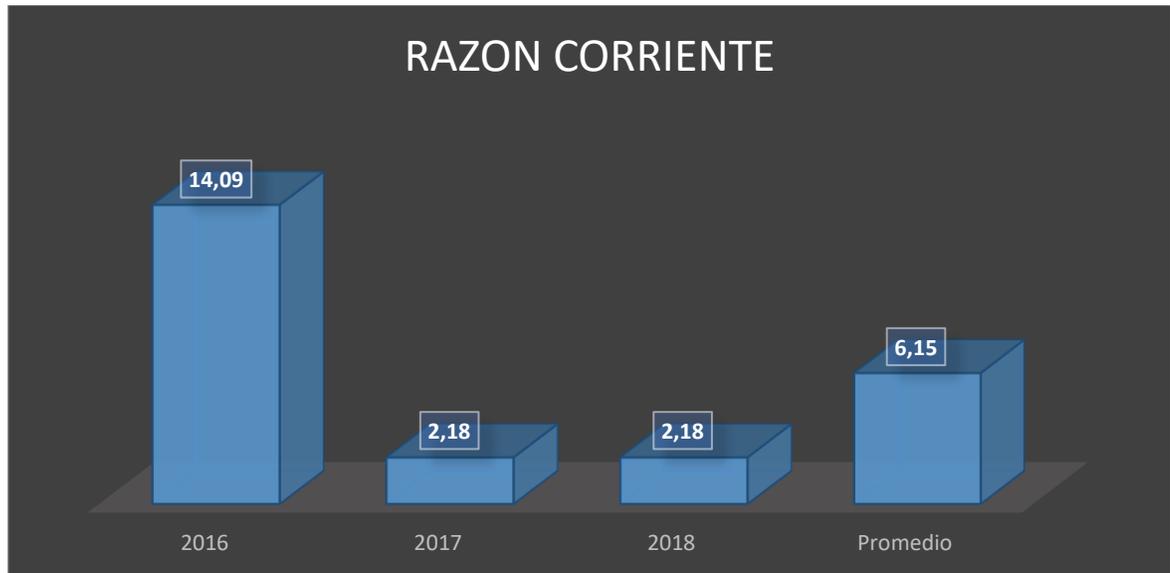


Tabla 23 RAZÓN CORRIENTE⁵⁶

La razón corriente es uno de los indicadores financieros que nos permite determinar el índice de liquidez de una empresa, o su capacidad para disponer de efectivo ante una eventualidad o contingencia que se lo exija.

Al evaluar los dos años de operación de la empresa, nos damos cuenta de que en todos ha sido eficiente pues dispone de dinero para solventar su pasivo. Es importante para la Casa del Campeón que la razón corriente sea mucho más significativa pues es la que le permite respaldar sus deudas a corto plazo y determina cuál es el sobrante disponible luego del pago de sus obligaciones.

En el año 2016 se puede observar una razón corriente muy alta debido a que en este año la empresa no tenía pasivos de mayor ponderación.

⁵⁶ Elaboración Propia

13.8 PRUEBA ACIDA

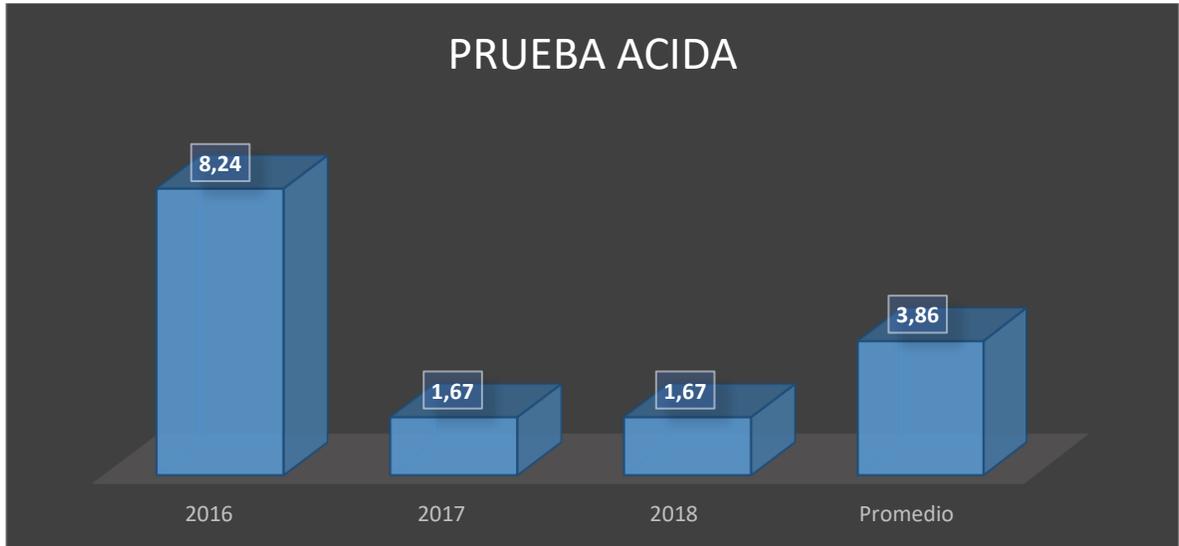


Tabla 24 PRUEBA ACIDA⁵⁷

La prueba ácida es uno de los indicadores financieros utilizados para medir la liquidez de una empresa, para medir su capacidad de pago.

La empresa presenta una buena prueba acida debido a que esta no posee obligaciones financieras significativas, en el año 2017 aunque es bajo, sigue siendo bueno, esto quiere decir , que por cada peso que debe la empresa, dispone de 1,67 centavos para pagarlo, es decir que estaría en condiciones de pagar la totalidad de sus pasivos a corto plazo.

⁵⁷ Elaboración Propia

15 CONCLUSIONES

La finalidad del proyecto fue elaborar un plan de inversión y analizar cada uno de sus componentes necesarios para la modernización de la empresa que le permita mantener su liderazgo en el mercado y fortalecer su sostenibilidad y competitividad a largo plazo.

Luego del estudio realizado aplicando diferentes matrices que nos permitieron diagnosticar las falencias de la empresa se evidencio que se debe tomar medidas correctivas en diferentes aspectos de la empresa como en su manejo de inventarios, en la remuneración de los empleados en la distribución de la infraestructura y sistematización de todos sus procesos.

Se estableció la inversión inicial y se analizó la rentabilidad proyectada a 5 años donde indica que se puede hacer la modernización obteniendo óptimos resultados y logrando mantener su competitividad y sostenibilidad.

El uso de la bicicleta se está implementando en varias ciudades y Girardot no es la excepción, pues esto ayuda a vivir saludable y contribuye con el medio ambiente, esto hace que cada vez más personas quieran adquirirla y hacer uso de ella.

La realización de este proyecto nos deja una excelente experiencia profesional que va encaminada con el PEP de la universidad, además de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera.

Al realizar el presente estudio fue una experiencia enriquecedora que nos permite aplicar el conocimiento aprendido durante la etapa académica, así mismo llevando a la práctica dichas lecciones aprendidas, que como profesionales podamos identificar necesidades y pasiones que podamos convertir en una oportunidad de negocio, que dentro del valor compartido es contribuir a la económica altruista, para así poder contribuir al desarrollo e impacto social y económico en la ciudad

16 BIBLIOGRAFÍA

- BACCA Urbina Gabriel. Evaluación de proyectos 4ª edición Mc Graw Hill. México 2001
- CORDOBA Padilla Marcial. Formulación y evaluación de proyectos. 2ª edición Ecoe Editorial 2013
- WESTON Fred and BRIGHAM J. Fundamentos de la Administración Financiera 10ma edición Mc Graw Hill. México
- HECTOR Ortiz Anaya. Análisis Financiero Aplicado 14ª edición Universidad Externado de Colombia 2011
- STEPHEN A. Ross. Finanzas Corporativas 9ª edición Mc Graw Hill. México 2001
- REINALDO Sapag Chain preparación y Evaluación de Proyectos editorial edición digital edición Chile 2012
- SERRANO Rodríguez Javier. Matemáticas Financieras y Evaluación de Proyectos 2ª edición Alfa omega Colombia
- MEZA Orozco Jhonny de Jesús. Evaluación Financiera De Proyectos 3ª edición ecoe ediciones 2015

- Consejo superior (2015), Universidad de Cundinamarca, Proyecto Educativo Institucional PEI.
https://www.ucundinamarca.edu.co/documents/normatividad/acuerdos_superior/acuerdo-018-05-may-2016.PDF
- Adriano, M (2015). Universidad de Cundinamarca, Plan Rectoral Recuperado de <https://www.ucundinamarca.edu.co/documents/planeacion/plan-rectoral-AMB.pdf>
- Planeación institucional (2016), Universidad de Cundinamarca, Plan estratégico.
<https://www.ucundinamarca.edu.co/documents/planeacion/disonando-la-u-que-queremos.pdf>
- Isabel, M (2008). Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida tradicional italiana. Colombia: pontificia universidad javeriana.
<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis91.pdf>
- Josías, O (2015). ¿Cómo hacer un buen plan de inversión? Colombia: Blog Finanzas y proyectos. Recuperado de https://finanzasyproyectos.net/como-hacer-un-buen-plan-de-inversion/#_ftn1
- STRONGMAN. Quienes somos. Colombia: página oficial de bicistrongman. Recuperado de <http://www.bicistrongman.com/quienes-somos/>
- Bike house, (2018). Quiénes somos. Colombia: página oficial de Bike house. Recuperado de <http://www.bikehouse.com.co/pag/qsomos>

- Lois, D., y López-Sáez, M., Rondinella, G. (2016). Análisis cualitativo del desplazamiento en bicicleta en dos ciudades con diferentes entornos y políticas de ciclismo. *Universitas Psychologica*, 15 (2), 175-195, Scielo.org.
- PEP Universidad de Cundinamarca 2016
- Universidad minuto de dios estudio sobre la implementación de deportes
http://www.uniminuto.edu/inicio?p_p_id=101&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&p_p_mode=view&_101_struts_action=%2Fasset_publisher%2Fview_content&_101_returnToFullPageURL=http%3A%2F%2Fwww.uniminuto.edu%2Finicio%3Fp_auth%3Dt80nl4m0%26p_p_id%3D3%26p_p_lifecycle%3D1%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_state_rcv%3D1&_101_assetEntryId=3241613&_101_type=content&_101_groupId=992038&_101_urlTitle=https://tigrepelvar.com/2011/05/31/curiosidades-ciclistas-09-b-antiguas/deporte-en-familia-con-uniminuto&inheritRedirect=true
- HISTORIA DE LA BICICLETA MADRID, 2016. 136PP. 20CM Col. SOPA DE LIBROS 180 Ed. ANAYA Tema: Infantil. Juvenil. Ref.: 9788469808719. ANAYA
- BENEFICIOS DE LOS DEPORTES, 2017
<https://www.isglobal.org/healthisglobal/-/custom-blog-portlet/los-beneficios-para-la-salud-del-uso-de-la-bicicleta/5083982/8203>
- CURIOSIDADES DEL CICLISMO ART.2017:
<https://tigrepelvar.com/2011/05/31/curiosidades-ciclistas-09-b-antiguas/>
- SALUD EN EL DEPORTE <https://www.ecologiaverde.com/cuando-se-invento-la-bicicleta-74.html>

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD, EL CAMBIO CLIMÁTICO: UN PROBLEMA PARA EL SECTOR DE LA SALUD 2016 revista national geographic 2016 Edición 68
- LEY DEL DEPORTE
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0811_2003.html
- PLAN DE GOBIERNO girardot-cundinamarca.gov.co/.../Plan%20de%20desarrollo%202016-2019%20GIRARD
- CICLORUTA NOCTURNA GIRARDOT
<http://hsbnoticias.com/noticias/deportes/ciclismo/conozca-las-jornadas-ciclisticas-en-girardot-331418>
- <http://www.girardot-cundinamarca.gov.co/Paginas/Inicio.aspx>
- ubicación geográfica Girardot Cundinamarca:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Girardot>
- <https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/sedes/>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Girardot>
- <https://www.pricetravel.co/girardot>
- POLITICAS PUBLICAS DEL DEPORTE:
http://www.coldeportes.gov.co/normatividad/politica_publica
- Libro investigación de mercados para una disciplina estratégica
Landy Elizabeth Ruiz Mancero. © 2015
- Formato Excel para elaboración de estudios financieros y de inversión,
Docente German Hoyos
- Formato Excel para elaboración de estudio de mercado, Docente Arturo Serrano
- Análisis cualitativo del desplazamiento en bicicleta en dos ciudades con diferentes entornos y políticas de ciclismo. Universitas Psychologica, 15 (2), 175-195, Scielo.org