

Proyecto aplicado “emprendimiento empresarial eslotuyo.com.co”

Jorge Emilio Calle Castillo

Asesor

Nestor Hernando Vallejo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios

Especialización en gestión de proyectos

2023

Resumen

Este proyecto busca implementar en Colombia un emprendimiento empresarial soportado en una herramienta tecnológica de comercio electrónico económicamente sostenible, que opere con proveedores colombianos, y desarrollado en 2021. En él se llevan a cabo las 5 fases de un proyecto establecidas en el PMBOK: inicio, planificación, ejecución, control y cierre; y se registra la evidencia de la ejecución de cada una de las actividades establecidas para llevarlo a cabo, evaluando el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados.

Palabras clave: Emprendimiento, Ecommerce.

Abstract

This project seeks to implement in Colombia a business entrepreneurship supported by an e-commerce technological tool, economically sustainable, which operates with Colombian suppliers, and developed in 2021. It carries out the 5 phases of a project established in the PMBOK: start, planning, execution, control and closure; and the evidence of the execution of each one of the activities established to reach a goal is recorded, evaluating the fulfillment of each one of the proposed objectives.

Keywords: Entrepreneurship, Ecommerce.

Contenido

Introducción	9
Planteamiento del Problema	11
Pregunta Clave	14
Justificación	15
Objetivos	17
Objetivo General	17
Objetivos Específicos.....	17
Marco Conceptual	18
Marco Legal	18
Desarrollo del sector Ecommerce en Latinoamérica y Colombia	19
Desarrollo del Proyecto Aplicado.....	22
Acta de Constitución del Proyecto.....	27
Stakeholders	31
Plan de Gestión del Talento Humano	36
Organigrama del proyecto.....	37
Políticas de Gestión Humana	39
Calendario de Gestión Humana	41
Plan de Gestión de la Calidad	41
Plan de Gestión de las Comunicaciones	44
Plan de Gestión de los Costos.....	46
Estimación de los Costos	46
Determinación del Presupuesto.....	46
Presupuesto	47
Financiación del Proyecto.....	48
Gestión y Monitoreo de Costos.....	48
Evaluación de la Factibilidad del Proyecto	49
Factibilidad Económica	49
Factibilidad Ambiental.....	51

Estructura de Desglose del Trabajo (EDT).....	54
Estatutos ESLOTUYO SAS	58
Registro en Cámara de Comercio	67
Apertura de Cuenta	70
Registro Único Tributario - RUT.....	71
Firma Electrónica.....	72
Registro en Caja de Compensación	74
Registro en operadores de planilla – PILA.....	75
Evaluación de Pasarelas de Pago	75
Registro en Pasarelas de Pago.....	76
Cronograma del proyecto.....	76
Estructura Organizacional De Eslotuyo.....	78
Control y Seguimiento de la Ejecución del Proyecto	80
Control y Seguimiento de los Procesos	82
Diseño del Sistema de Información	84
Diseño del Proceso Comercial	84
Requisitos del Módulo de Actualización de Precios.....	85
Diseño del Proceso de Aprovisionamiento	86
Diseño de la Web	87
Diseño de la Identidad Corporativa	88
Segmentación de mercado	90
Identidad Corporativa	90
Logo	91
Manual de identidad corporativa	92
Conclusiones.....	95
Recomendaciones	98
Referencias Bibliográficas	99

Lista de Tablas

Tabla 1. Hoja de ruta del proyecto	23
Tabla 2. <i>Matriz de identificación de stakeholders</i>	33
Tabla 3. Estimación ajustada del embudo de conversión	47
Tabla 4. Distribución del apalancamiento.....	48
Tabla 5. Saldos absolutos proyectados del flujo de caja mensual	50
Tabla 6. Variables y parámetros para la evaluación económica	50
Tabla 7. EDT del proyecto.....	54

Lista de Figuras

Figura 1. Crecimiento del sector Ecommercer de 2015 a 2019.....	20
Figura 2. Crecimiento de la demanda en Mercadolibre, Febrero a Mayo de 2020	21
Figura 3. Grupos de procesos de la gestión de proyectos	22
Figura 4. Descripción de las relaciones de gestión de los stakeholders	32
Figura 5. Organigrama del proyecto	37
Figura 6. <i>Calendario de gestión humana</i>	41
Figura 7. Estimación inicial de costos del proyecto	46
Figura 8. Egresos proyectados	47
Figura 9. Ingresos proyectados	48
Figura 10. Estados finales de las cuentas.....	49
Figura 11. Matriz de impactos ambientales	52
Figura 12. Registro en Cámara de Comercio.....	67
Figura 13. Certificación bancaria de ESLOTUYO SAS	70
Figura 14. RUT ESLOTUYO SAS.....	71
Figura 15. Registro de firma electrónica de ESLOTUYO SAS	72
Figura 16. Correo de confirmación de afiliación de ESLOTUYO SAS.....	74
Figura 17. Correo de confirmación de registro de ESLOTUYO SAS.....	75
Figura 18. Resumen de evaluación de proveedores de pasarelas de pago.....	75
Figura 19. Registro en Pasarelas de Pago	76
Figura 20. Cronograma del proyecto	76
Figura 21. Mapa de procesos	78
Figura 22. Organigrama.....	79

Figura 23. Acta de Reunión de Dirección del Proyecto	80
Figura 24. Orden del Día - Reunión Desarrollo.....	82
Figura 25. Orden del Día - Reunión Comercial.....	82
Figura 26. Orden del Día - Reunión Marketing.....	83
Figura 27. Diagrama de la interacción de los módulos del sistema.....	84
Figura 28. Diagrama de flujo del proceso Comercial.....	84
Figura 29. Bosquejo de interfaz de usuario del módulo Actualización de precios.....	86
Figura 30. Diagrama de flujo del proceso Aprovisionamiento.....	86
Figura 31. Estructura del sitio Web	87
Figura 32. Logo.....	91
Figura 33. Manual de identidad corporativa.....	92
Figura 34. Usos y variaciones permitidas del Logo.....	93

Introducción

Colombia es un país rico en recursos naturales y humanos, en donde es posible obtener los insumos para desarrollar con éxito una gran variedad de ideas de negocios. Sin embargo, la idiosincrasia y la falta de técnicas para una gestión adecuada de las organizaciones produce como resultado iniciativas fallidas y empresas carentes de competitividad.

Como principio básico de la ingeniería y las finanzas, existe la premisa que la mejor innovación es aquella que produce la mejor relación costo beneficio, relación que crece entre menor sea la inversión, que para efectos de este proyecto recibirá como correcta, la interpretación en la que se puede entender que “las mejores innovaciones son aquellas que con menores esfuerzos económicos producen los mayores resultados”. Por otra parte, es necesario entender que el rumbo que toma cada organización es un resultado de las decisiones de los líderes que las dirigen, las cuales están influenciadas por una serie de estímulos del medio, que les sirven como sensores y elementos de juicio para cada decisión. Estos estímulos resultan determinantes en la toma de decisiones por lo que resulta imprescindible entender cómo funcionan en cada uno de los entornos, principalmente en el mercado y en las organizaciones, para orientar hacia las mejores decisiones de inversión.

Es importante identificar que, debido a factores sociales y culturales dominantes en el contexto colombiano, tales como las limitaciones económicas, los altos costos de los créditos, la volatilidad de la moneda, etc., las empresas están más orientadas a realizar inversiones pequeñas y de bajo riesgo, y solo cuando el retorno de sus inversiones es claro y alto, su voluntad de inversión se verá alterada. Sin embargo, en ese mismo contexto, también es posible identificar que existe un alto nivel de conectividad, un alto porcentaje de la sociedad cuenta con herramientas tecnológicas como computadores y smartphones, existe un alto consumo de

contenidos de internet y redes sociales, y otros tantos factores que permiten que, aunque Colombia no sea un líder en innovación tecnológica a nivel mundial, si se configure como un ambiente apropiado para desarrollos tecnológicos.

Planteamiento del Problema

Con el proceso de globalización mundial que se afianza cada vez más desde la segunda mitad del siglo XX, las economías de cada país se interrelacionan de forma más profunda ocasionando que los mercados locales tiendan a la especialización, toda vez que la competencia extranjera es más fuerte, cada país cuenta con diferentes ventajas competitivas por sus condiciones propias de ubicación, clima, políticas gubernamentales, desarrollo tecnológico, características socioeconómicas, población, etc.

Este proceso ha llevado al desarrollo de asociaciones regionales y mundiales, que busca explotar las condiciones propias de cada país para favorecer posiciones dominantes en las negociaciones con el resto del mundo, y de esta manera realizar acuerdos (como los TLC y la exoneración de aranceles) aún más ventajosos para los participantes. Sin embargo, existen naciones que por sí solas poseen características demasiado dominantes, que complejizan las oportunidades de negociación para los países más débiles. China cuenta con el mercado local más grande del mundo y unos costos de mano de obra muy bajos en comparación con la mayoría de los demás países, Estados Unidos cuenta con una economía muy fuerte e inversiones significativas en casi todos los países del mundo, Países como Inglaterra, Alemania y Francia cuentan con desarrollos tecnológicos increíblemente avanzados y adicionalmente, con el respaldo de un bloque como es la Unión Europea.

Debido a las condiciones sociodemográficas de Colombia, son las principales ciudades y nichos poblacionales, los que disponen de establecimientos del sector retail (grandes superficies) capaces de satisfacer la demanda local, y de presentar en su portafolio los productos y servicios requeridos por la población que puede acceder físicamente a ellas (Bahamón, 2013).

Almacenes como Éxito (Incluye a Carulla), Cencosud (Jumbo y Metro), Makro, Alkosto, Price Smart, Falabella, Home Center, Easy, Olímpica entre otras, concentran el 60% del comercio minorista en Colombia (Revista Semana, 2014). Existe también un 18% de la población, catalogada como rural, con difícil acceso a estas grandes superficies, y consecuentemente a los productos que ellas ofrecen. Este limitante obedece a la imposibilidad de acceder a los establecimientos físicos, pero no representa un problema para el comercio que utilice como canal de distribución a operadores logísticos con cubrimiento superior al 99% del territorio nacional.

Por otra parte, el desarrollo tecnológico abre nuevas oportunidades de comercio y comunicación, que modifican directamente el comportamiento general de los consumidores, generando nuevas amenazas y nuevas oportunidades para los actores tradicionales de cada mercado. Es así como el internet, las redes sociales y los grandes buscadores, entre muchos otros adelantos tecnológicos, juegan hoy en día un papel protagónico en el desarrollo de los negocios.

La combinación de estas dos tendencias ha permitido el desarrollo de nuevas formas de comercio, que traen consigo sus propias condiciones comerciales (tales como los INCOTERMS), nuevas tendencias para la optimización de la cadena de suministro, la gestión de inventarios, el apalancamiento financiero, etc., donde en la búsqueda de aprovechar las condiciones del país productor, se debilitan los mercados locales.

En este nuevo escenario, surge para Colombia una gran problemática como economía de país emergente, dado que al no tener altos niveles de especialización ni otras ventajas competitivas con excepción de unos pocos sectores de la industria, resulta más favorable en términos económicos para los agentes comerciales del mercado local, abastecerse de productos fabricados en otros países atendiendo con ello la demanda que anteriormente era satisfecha por la

industria nacional, y particularmente en las grandes ciudades como Bogotá, las cuales cuentan con una alta oferta de operadores logísticos, y con la presencia de grandes importadores y distribuidores.

Pregunta Clave

¿Es posible realizar en Colombia un emprendimiento empresarial soportado en una herramienta tecnológica de comercio electrónico económicamente sostenible, que opere con proveedores colombianos, que cumpla con las condiciones sociales de contratación establecidas por la ley, y desarrollado en 2021?

Justificación

¿Por qué es un proyecto Social?

Por qué aterrizado en la realidad colombiana de desempleo y subempleo, evidenciar que el emprendimiento en Colombia si es posible sin que sean estrictamente necesarios grandes inversiones, o una gran experiencia en un mercado determinado ofrece a la comunidad una nueva alternativa de desarrollo económico y profesional, poniendo en evidencia que este modelo de negocio soportado en herramientas tecnológicas es replicable y escalable, y constituye una alternativa viable para cualquier persona y una vía para el desarrollo social de la comunidad.

Según cifras oficiales, existen 3.026.811 dominios con extensión colombiana (MINTIC, 2021), y de acuerdo con Statista Research Department en 2021 existen 34,5 millones de internautas en Colombia ,

¿Cuál es la innovación?

La aplicación de la innovación en el proyecto radica en el concepto mismo de innovación. En nuestra cultura, se considera innovación el desarrollo de novedades en productos y servicios, y a su vez se considera que, sin esto, ningún emprendimiento puede prosperar debido principalmente a que las barreras del mercado son mucho más severas para nuevos participantes que para los existentes, y se requieren elementos diferenciadores para lograr capturar la demanda.

Sin embargo, es criterio del autor entender que los grandes mercados admiten modificaciones marginales de los participantes directos sin verse afectados, siempre que los participantes representen pequeños porcentajes del total; en otras palabras, en los grandes mercados siempre puede haber lugar para un comprador o vendedor más.

Concretamente, la innovación del proyecto no consiste en modificaciones a productos y servicios, sino al análisis de los márgenes de los productos para la asignación de precios, y al análisis de la rotación de los productos para la conformación del catálogo.

Objetivos

Objetivo General

Implementar en Colombia un emprendimiento empresarial soportado en una herramienta tecnológica de comercio electrónico económicamente sostenible, que opere con proveedores colombianos, y desarrollado en 2021.

Objetivos Específicos

Diseñar y aplicar un sistema de análisis de márgenes que permita realizar una asignación de precios de los productos nacionales haciéndolos competitivos con los importados.

Utilizar una participación de al menos 50% de productos locales en un modelo dropshipping aplicado.

Diseñar y aplicar un sistema de análisis de rotación de inventarios y tendencias de mercado que permita seleccionar los productos a comercializar de forma periódica.

Alcanzar el monto de ventas establecido en el pronóstico de venta.

Determinar las condiciones comerciales globales que deben ser aplicadas al modelo de negocio y pactarlas con los proveedores nacionales.

Social: Validar la sostenibilidad económica del modelo de negocio de un emprendimiento tipo ecommerce, para que funcione como una alternativa para la población colombiana ocupada informalmente.

Ambiental: Diseñar e implementar un modelo de operación que no genere nuevos impactos ambientales en el proceso de comercialización de productos.

Marco Conceptual

Marco Legal

Adicionalmente a la normatividad existente en Colombia para la constitución y funcionamiento de empresas en el país, el sector del ecommerce se encuentra sujeto a las siguientes normas específicas y aplicables:

Constitución Política. Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

Ley 527 De 1999 – “Ley De Comercio Electrónico”

Ley 633 De 2000. Artículo 91. Todas las páginas Web y sitios de Internet de origen colombiano que operan en el Internet y cuya actividad económica sea de carácter comercial, financiero o de prestación de servicios, deberán inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, la información de transacciones económicas en los términos que esta entidad lo requiera.

Ley 1480 De 2011. Obligaciones especiales para los proveedores de bienes y servicios que se ofrezcan usando medios electrónicos.

Decreto 587 De 2016 - “Reversion De Pagos”

Decreto 975 De 2015 – “Publicidad Dirigida A Menores”

Ley 1735 De 2014: - “Servicios Financieros Para Mipymes”

Ley 1221 De 2008 – “Ley De Teletrabajo”

Ley 1273 De 2009 – “Delitos Informáticos”

Ley 1341 De 2009 – “Ley De Tecnologías De La Información Y Las Comunicaciones”

Decreto 2245 De 2015 – “Factura Electrónica”

Normatividad asociada a la protección de datos personales:

Ley 1266 De 2008

Decreto 1727 De 2009

Decreto 2952 De 2010

Ley 1581 De 2012

Decreto 1377 De 2013

Decreto 886 De 2014

Normatividad asociada a derechos de autor:

Ley 23 De 1982

Decisión 351 De 1991 - Acuerdo De Cartagena

Decreto 162 De 1996

Normatividad asociada a uso de marcas:

Decisión 486 Del Acuerdo De Cartagena

Desarrollo del sector Ecommerce en Latinoamérica y Colombia

Desde la década de los 90's, con la llegada masiva del internet a Latinoamérica, Brasil, México, Argentina y Chile fueron líderes en el proceso de conectividad que facilitaba cada vez más el acceso a la información y la comunicación en tiempo real. De esta forma se fue permeando en la zona, la innovación tecnológica que permitía a los países ofrecer productos y servicios de una manera más directa hacia los consumidores finales en otros países. (Cuellar, Roa 2019).

Colombia por otra parte, recién inicio el proceso acelerado de conectividad hacia la década del 2000, razón por la cual el crecimiento del sector del ecommerce se viene dando desde

2010, siendo el país reiteradamente el de mayor crecimiento porcentual en cada periodo analizado.

Figura 1. Crecimiento del sector Ecommercer de 2015 a 2019

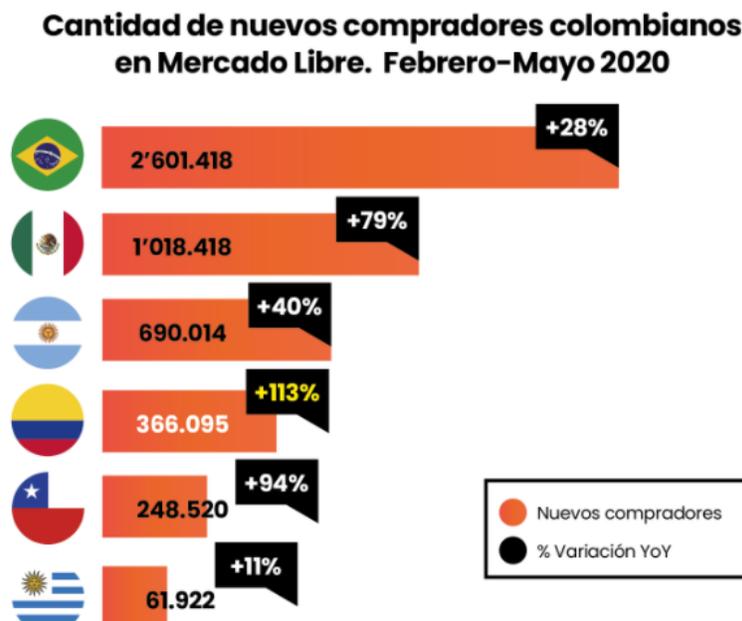


Nota: Tomado de Reportes de industria de E-Commerce en Latam | BlackSip 2020, BlackSip, 2020.

Como se observa en la imagen anterior, el crecimiento del sector en la región es similar al crecimiento del sector en el mundo y ronda el 20% anual, y representa apenas un 1,9% del sector en el mundo.

El fenómeno de la pandemia por Covid 19, disparó las estadísticas del crecimiento del sector, debido a la imposibilidad de la gente de acceder a comercio físicos, con repercusiones convenientes hacia el sector ya que fue la oportunidad perfecta para que muchos hogares conocieran mecanismos de compra diferentes a los habituales, evaluaran sus ventajas y se casaran con ellos. Debido a esto, de acuerdo con el último informe presentando por Branch Y Blacksip, ambas organizaciones referentes para el ecommerce en el país, hasta el inicio de la pandemia como se presenta a continuación:

Figura 2. Crecimiento de la demanda en Mercadolibre, Febrero a Mayo de 2020



Nota: El crecimiento del e-commerce en Colombia (Análisis 2020), Branch, 2021.

Desarrollo del Proyecto Aplicado

Figura 3. Grupos de procesos de la gestión de proyectos

5e Knowledge Areas	Project Management Process Groups				
	Initiating Process Group	Planning Process Group	Executing Process Group	Monitoring and Controlling Process Group	Closing Process Group
4. Project Integration Management	4.1 Develop Project Charter	4.2 Develop Project Management Plan	4.3 Direct and Manage Project Work	4.4 Monitor and Control Project Work 4.5 Perform Integrated Change Control	4.6 Close Project or Phase
5. Project Scope Management		5.1 Plan Scope Management 5.2 Collect Requirements 5.3 Define Scope 5.4 Create WBS		5.5 Validate Scope 5.6 Control Scope	
6. Project Time Management		6.1 Plan Schedule Management 6.2 Define Activities 6.3 Sequence Activities 6.4 Estimate Activity Resources 6.5 Estimate Activity Durations 6.6 Develop Schedule		6.7 Control Schedule	
7. Project Cost Management		7.1 Plan Cost Management 7.2 Estimate Costs 7.3 Determine Budget		7.4 Control Costs	
8. Project Quality Management		8.1 Plan Quality Management	8.2 Perform Quality Assurance	8.3 Control Quality	
9. Project Human Resource Management		9.1 Plan Human Resource Management	9.2 Acquire Project Team 9.3 Develop Project Team 9.4 Manage Project Team		
10. Project Communications Management		10.1 Plan Communications Management	10.2 Manage Communications	10.3 Control Communications	
11. Project Risk Management		11.1 Plan Risk Management 11.2 Identify Risks 11.3 Perform Qualitative Risk Analysis 11.4 Perform Quantitative Risk Analysis 11.5 Plan Risk Responses		11.6 Control Risks	
12. Project Procurement Management		12.1 Plan Procurement Management	12.2 Conduct Procurements	12.3 Control Procurements	12.4 Close Procurements
13. Project Stakeholder Management	13.1 Identify Stakeholders	13.2 Plan Stakeholder Management	13.3 Manage Stakeholder Engagement	13.4 Control Stakeholder Engagement	

Nota: Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos Versión 6, PMI, 2017.

Para el desarrollo de la documentación del proyecto fue utilizada la tabla de procesos que se muestra en la imagen anterior, junto con el cronograma que se muestra mas adelante. Como resultado, a continuación, se presenta la hoja de ruta para el proyecto *emprendimiento empresarial eslotuyo.com.co*

Tabla 1. Hoja de ruta del proyecto

Grupo de proceso	Num	Soportes	Fecha de entrega
Iniciación	4.1	Acta de constitución que incluye: El propósito: objetivo general, Actores principales: (Sponsor y director del proyecto), Requisitos básicos y específicos: Objetivos específicos, Matriz de riesgos, EDT de alto nivel (cada actividad). Estimación de costos de alto nivel (cada paquete), Firma.	21/03/2021
Iniciación	13.1	Matriz de interesados	21/03/2021
Planeación	4.2	Resumen ejecutivo del proyecto: Actores principales, clientes, riesgos, fuentes de ingreso, costos principales, KPIs, Indicador de alcance (cumplido SI/NO), mecanismos de seguimiento y control, control de cambios.	28/03/2021
Planeación	5.1, 5.2 5.3 5.4	Plan de gestión del alcance: Alcance (título del proyecto), EDT. Plan de gestión de requisitos: Matriz de requisitos del proyecto que incluye la Identificación, descripción, necesidades/metas, Objetivos (a cuál va asociado), entregables, fecha de fin (relacionado en el cronograma).	04/04/2021

Planeación	6.1	Plan de gestión del cronograma:	11/04/2021
	6.2	Archivo en Excel con la lista de	
	6.3	actividades identificando la fecha	
	6.4	de inicio y la fecha de fin de cada	
	6.5	una. Estableciendo estas como la	
	6.6	línea base que se usará posteriormente para el seguimiento. Lista de hitos del proyecto, para mí proyecto los hitos serán aquellas actividades o estados que deben alcanzarse para dentro de la fase para continuar con la siguiente fase.	
Planeación	7.1	Plan de gestión de costos: Línea	11/04/2021
	7.2	base de costos (presupuesto), por	
	7.3	paquetes de trabajo. Identificación de posibles optimizaciones. Requisitos de financiación (Estructura de capital) donde se especifica que el proyecto se financia 100% con recursos propios.	
Planeación	8.1	Plan de Calidad: Listado de acciones para atender desviaciones en cada requisito identificado en la matriz de requisitos, relacionando las responsabilidades, las métricas y las herramientas de control de calidad a utilizar.	18/04/2021
Planeación	9.1	Plan de gestión de los recursos humanos: Organigrama, Manuales de funciones y perfiles de cargo,	18/04/2021

		<p>Políticas para reclutamiento, selección, contratación, desarrollo y terminación. Políticas de recompensas o incentivos.</p> <p>Histograma de personal y curva S.</p> <p>Matriz de asignación de responsabilidades relacionada a cada paquete de trabajo.</p>	
Planeación	10.1	<p>Plan de gestión de comunicaciones: Matriz de comunicaciones.</p> <p>Políticas para escalar comunicaciones y cadena de mando.</p>	18/04/2021
Planeación	11.1 11.2 11.3 11.4 11.5	<p>Plan de gestión del riesgo: Listado de riesgos identificados, Matriz de vulnerabilidad (Probabilidad, severidad y criticidad). Planes de acción en cada uno. Estrategias para gestión del riesgo.</p>	25/04/2021
Planeación	12.1	<p>Plan de gestión de compras: Identificación de todas las compras por paquete de trabajo, y los mecanismos de contratación de cada uno.</p> <p>Criterio de selección de proveedores.</p> <p>Indicar a que compras se deben aplicar especificaciones técnicas y cuáles son los criterios (Listas de chequeo, etc.)</p>	25/04/2021

		Acuerdos previos con proveedores claves.	
Planeación	13.2	Plan De Gestion De Stakeholders: Matriz de interesados priorizándolos según su capacidad de influir en el proyecto. Identificando los canales de comunicación con cada uno y los mecanismos de resolución de conflicto.	25/04/2021
Ejecución	4.3 8.2 9.2 9.3 9.4 10.2 12.2 13.3	Las evidencias de la ejecución se adjuntarán en el cierre.	N/A
Monitoreo y control	4.4 4.5 5.5 5.6 6.7 7.4 8.3 10.3 11.6 12.3 13.4	Informes periódicos de seguimiento y actas de las reuniones de dirección del proyecto donde se relacionan: Control de cambios. Evolución de los KPI (Tiempo y costo). Alcance (por paquete de trabajo). Resultados de los controles de calidad. Estado de los recursos humanos* (Este se incluye en los informes por requisito específico del proyecto).	02/05/2021

		Control de comunicaciones especificando información escalada. Riesgos que se hubieran materializado en el periodo y la gestión al respecto. Resumen de las compras identificando cualquier novedad. Cualquier variación en el comportamiento de los stakeholders.	
Cierre	4.6	Acta De Cierre Cierre de cada plan con cada desviación. Evidencias de la ejecución.	09/05/2021
Cierre	12.4	Cierre En Compras Relación de todos los contratos que se hayan generado y cierre. (Paz y salvos)	09/05/2021
Cierre	Todos	Entrega Final - Documento Proyecto De Grado	16/05/2021

Nota: Relación de evidencias de la ejecución de los procesos de la Guía PMBOK versión 6.

Acta de Constitución del Proyecto

Acta De Constitucion Del Proyecto	
Proyecto	Emprendimiento Empresarial Eslotuyo.Com.Co
Patrocinador	Junta De Socios
Descripcion Del Producto O Servicio O Servicio Del Proyecto	

Características Funcionalidades Soportes Entre Otros

Planeación, puesta en marcha, ejecución y control de un emprendimiento soportado en una plataforma tecnológica que a manera de tienda virtual implemente dropshipping con proveedores locales.

Alineamiento Del Proyecto

1. Objetivos Estrategicos De La Organización.

Estudio de la factibilidad económica del diseño e implementación de un ecommerce que opere con proveedores colombianos

2. Propósitos Del Proyecto

Diseñar e implementar en Colombia un emprendimiento empresarial soportado en una herramienta tecnológica de comercio electrónico económicamente sostenible, que opere con proveedores colombianos, y desarrollado en un periodo de 4 meses

3. Objetivos Del Proyecto.

ALCANCE: Realizar el desarrollo e implementación del ecommerce eslotuyo.com.co

TIEMPO: El tiempo de ejecución del proyecto es de 4 meses.

COSTO: El desarrollo del proyecto no puede superar \$30.000.000 dado que debe servir como modelo de emprendimiento empresarial de bajo costo soportado en innovación

4. Criterio Del Éxito Del Proyecto

-Apoyo de los accionistas

-La población colombiana apoya la iniciativa de desarrollo de mercado local.

-Las gestiones del proyecto se deben realizar bajo el marco de referencia PMBOK del

PMI.

5. Requisitos De Nivel

-Captar al mercado nacional a través de políticas de consumo local que fomente el desarrollo de la industrial y el comercio nacional.

- Es necesario garantizar el cumplimiento de la normatividad legal asociada a las actividades de industria y comercio y en particular a las asociadas al comercio electrónico.

- La dimensión del proyecto deberá cubrir los requisitos mínimos de un emprendimiento para ser catalogada como una MIPYME

Extension Del Alcance

6. Fases Del Proyecto

7. Principales Entregables

Gestión del Proyecto

- Plan de Gestión del proyecto.
 - Acta de constitución del proyecto.
 - Registro de interesados.
 - Enunciado del alcance.
 - EDT y Diccionario del EDT.
 - Lista de Actividades
 - Cronograma del Proyecto.
-

Elaboración. Durante la elaboración la mayoría de las actividades, son de carácter normativo y técnico. Las herramientas tecnológicas son especificadas en detalle.

- Especificaciones del sistema
 - Análisis y Diseño.
 - Modelamiento
 - Desarrollo de la herramienta web.
-

<p>Construcción: El sistema pasa de la arquitectura de base a un sistema lo suficientemente completo, como para llevarlo a la comunidad.</p>	<p>- Adquisición de hosting, e instalación de gestores de contenido, gestores de pedido y administración de productos.</p>
--	--

<p>Transición: en la fase de transición el objetivo es garantizar que los requisitos se han cumplido, con la satisfacción de las partes interesadas.</p>	<p>- Informes de seguimiento a objetivos de desarrollo y mercadeo. - Informe de resultados en ventas.</p>
--	---

8. Interesados Clave

Clientes y clientes potenciales

Proveedores operacionales

Proveedores no operacionales

Personal interno

Socios y directivos

Gobierno y entes reguladores

9. Riesgo De Alto Nivel

<i>Riesgo Positivo O Negativo</i>	<i>Impacto En Objetivos</i>
<p>Precios de productos en el mercado imposibles de igualar. Competencia desleal.</p>	<p>Incumplimiento en metas de ventas e imposibilidad en alcanzar el punto de equilibrio</p>
<p>Imposibilidad en gestionar la base de datos o la página web por limitantes tecnológicas de los proveedores no</p>	<p>Demora en el desarrollo del proyecto, sobrecostos por rediseños necesarios para cubrir los requisitos</p>

operacionales funcionales de la herramienta tecnológica.

9. Hitos Del Proyecto

- Resultado del estudio de viabilidad económica
 - Plan del proyecto aprobado por los socios y el director del proyecto
 - Desarrollo de herramienta tecnológico
 - Desarrollo de estrategia de mercadeo
 - Informe de ventas
-

10. Presupuesto Del Proyecto

Rubros. Inversión total Monto: \$30.000.0000

Aceptado por	Aprobado por Firma:
---------------------	---------------------

Gerente del proyecto	Patrocinador
-----------------------------	--------------

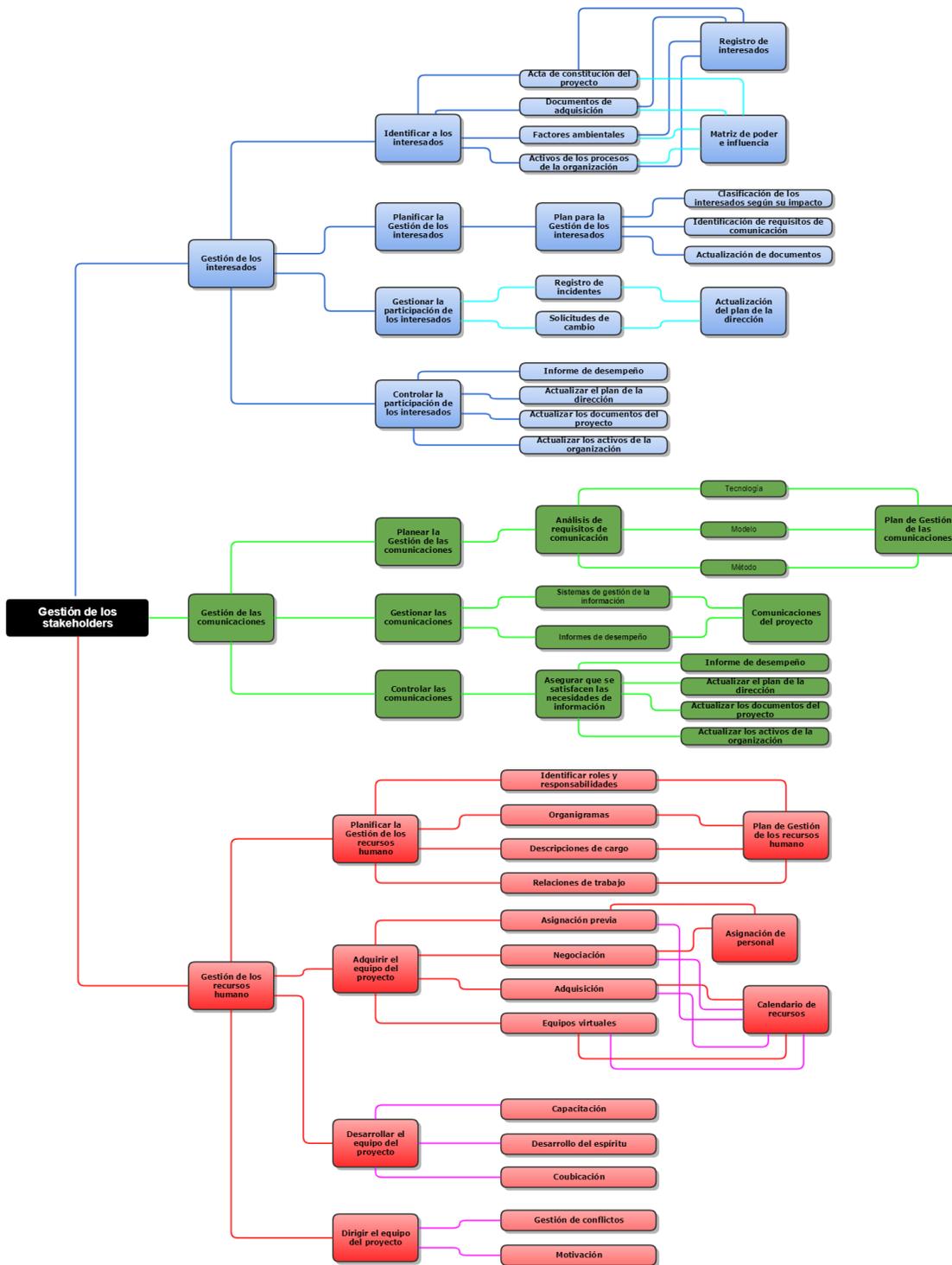
Fecha 21/03/2021	Fecha: 21/03/2021
-------------------------	-------------------

Stakeholders

Todas las partes interesadas se encuentran identificadas, junto con sus aparentes intereses y los mecanismos de comunicación, como se encuentra especificado en la matriz de identificación de stakeholders, como se muestra más adelante en este documento.

El plan de gestión de los stakeholders se diseñó segmentándolos en internos (Talento humano) y externos, haciendo un énfasis especial en los canales de comunicación para cada segmento. Los elementos a tener en cuenta se muestran en la siguiente imagen:

Figura 4. Descripción de las relaciones de gestión de los stakeholders



Nota: Proponer el proyecto y aplicar la gestión de los interesados al proyecto, Calle J., 2017.

Tabla 2. Matriz de identificación de stakeholders

Grupos	Descripción	Intereses	Problemas Percibidos
Cientes y clientes potenciales.	Segmento de mercado específico con intención de compra o ya compradores.	Recibir productos y servicios de calidad	Falta de recursos
Modelo de negocio B2C,	Lugar - Viviendo en Colombia: Medellín (+24 km) Antioquia; Cali (+25 km) Valle del Cauca;		Instatisfacción respecto a expectativas
Los clientes y clientes potenciales corresponden a personas naturales.	Bogotá (+40 km) Distrito Especial Edad 25 - 50 Personas que coinciden con Intereses: Juguetería, Juegos y juguetes de niñas, Didáctica, Maternidad, Regalos, Juguetes, Niñas, Chicco, Fisher-Price, Padres/madres, Niños o Dr. Brown's, Padres: Padres con niños pequeños		Dificultad de alcanzarlos con las estrategias de mercadeo

(1-2 años), Padres con hijos en edad preescolar (3-5 años) o Padres con hijos en la primera etapa escolar (6-8 años) y Acontecimiento importante: Cumplen años en el mes de noviembre

Proveedores operacionales	Fabricantes Importadores	Venta de productos Uso de canales Obtener publicidad Reconocimiento de marca	En los grandes proveedores existe poco interes por trabajar en canales pequeños En los pequeños proveedores existe falta de experiencia, disciplina y rigurosidad en los procesos
Proveedores no operacionales	Proveedores tecnológicos Proveedores logísticos Provedores de insumos	Venta de productos y servicios Ventas recurrentes	Posición de negociación desventajosa

Personal interno	Equipo de proyecto Programadores Diseñadores Encargados de marketing Encargados de la operación Encargados de contabilidad	Reconocimiento Realización personal Ingresos Estabilidad	Expectativas superiores a las acordadas a la labor desempeñada Falta de integración en áreas funcionales
Socios y directivos	Socios Director de proyecto	Rentabilidad Retorno de inversión Crecimiento del negocio	En los socios existe poco involucramiento con la operación En la dirección de proyecto existe dificultad de delegación de tareas por falta de personal
Gobierno y entes reguladores	Dian Secretaría de hacienda Cámara de comercio Cámara de comercio electrónica	Recaudo de impuestos Garantizar calidad en productos y servicios Cumplimiento a la	Variabilidad en legislación Condiciones irregulares ocasionadas por la pandemia Poco o nulo interés en apoyar a las empresas

normatividad

vigente

Nota: Descripción de stakeholders del proyecto

Plan de Gestión del Talento Humano

Desde la etapa de planificación de la gestión de los recursos humanos, el equipo del Proyecto ESLOTUYO.COM.CO identificó los objetivos del proyecto y los relacionó con cada uno de los cargos que fueron perfilados, estableciendo de esta forma, como cada uno contribuye a alcanzar los objetivos generales.

De esta forma, la adquisición del personal se encuentra fuertemente influenciada y las características de cada cargo, sus competencias y habilidades, han sido orientadas hacia la consecución de los objetivos del proyecto.

Con esta base, es responsabilidad de los líderes de cada área, garantizar que cada uno de sus colaboradores cumpla en tiempo y forma con las funciones encomendadas, y es responsabilidad del líder del proyecto garantizar que los resultados globales de las áreas se encuentran de acuerdo a la planeación del proyecto.

Finalmente, como contribución a la planeación, el líder del proyecto, responsable de la gestión humana, debe evaluar e implementar permanentemente estrategias motivacionales que obtengan los mejores resultados de los recursos humanos disponibles.

Organigrama del proyecto

Figura 5. *Organigrama del proyecto*



Nota: Calle J., 2020

Equipo Directivo

El equipo directivo estará representado por un miembro de la junta de socios y el líder del proyecto, responsables de las decisiones estratégicas del mismo.

Lider Del Proyecto

El líder del proyecto será el estudiante de la especialización de la especialización en gestión de proyectos de la UNAD, representante de la dirección y la alta gerencia ante el proyecto. Responsable de la planeación, la ejecución, el seguimiento y el control de todas las actividades y recursos asociados al proyecto. Tendrá a su cargo las decisiones tácticas del

proyecto, será responsable de la delegación de tareas, de la gestión del recurso humano y del aseguramiento de la obtención de los objetivos planteados.

Gerente Administrativo

El rol de gerente administrativo será responsable del cumplimiento de todos los procesos legales relacionados a la gestión administrativa de la organización, el pago de impuestos, el cumplimiento de la normatividad tributaria y comercial en todas las actividades de la organización.

Gerente Técnico

El rol de gerente técnico será responsable del cumplimiento del cumplimiento de los requisitos internos de la organización relacionados a la herramienta tecnológica, la operación y la satisfacción del cliente.

Comercial

Existe un rol comercial para cada una de las categorías definidas en la estrategia comercial del proyecto, cada uno de los KAM es responsable de la selección de productos dentro de los proveedores de la categoría, y de realizar el seguimiento a la rotación de productos y sus márgenes.

Producción

El rol de producción es el encargado de garantizar que tanto la adquisición como la logística de entrega al cliente se realice en el tiempo y forma establecidos por la dirección. Encargado de revisar el cumplimiento de los ANS establecidos y de reportar al líder del proyecto cualquier desviación.

Finanzas Y Contabilidad

El rol de contabilidad será contratado externamente, y estará encargado de el registro de todos los movimientos financieros y contables, la elaboración de documentos y la presentación oportuna de impuestos.

Sg Y Desarrollo

El rol de SG y desarrollo estará encargado de la revisión permanente de los procesos, y de las herramientas tecnológicas que los soportan, de garantizar su funcionamiento e implementar las mejoras a que hubiera oportunidad. Para ESLOTUYO el sistema de gestión interno, así como la página web, son elementos intrínsecamente ligados al sistema de gestión, por tanto este rol es fundamental para la evaluación y la mejora de los procesos.

Políticas de Gestión Humana

Todas las políticas de gestión humana del proyecto ESLOTUYO.COM.CO se encuentran alineados con los requisitos establecidos en el Decreto 1072 De 2015, Decreto Único De Trabajo. Su cumplimiento se encuentra especificado en las siguientes políticas:

Política De Contratación

Todo el personal a vincular en el proyecto, con excepción del líder del proyecto cuenta con un contrato de trabajo en alguna de las modalidades establecidas en la ley. El personal vinculado de forma directa debe contar con todas sus prestaciones de ley. Para el caso de el personal contratado por prestación de servicios, gestión humana exigirá la presentación de los soportes de pago de seguridad social. Por ningún motivo se contratará personas naturales para desempeñar contratos por obra o labor, en este caso se deberá recurrir a personas jurídicas quienes asuman la responsabilidad sobre la contratación de su personal.

Política De Desarrollo Del Talento Humano

El personal se vinculará al proyecto inicialmente por prestación de servicios, una vez ejecutado el proyecto el personal será vinculado directamente a la organización con contratos de trabajo a tiempo indefinido, a fin de fomentar la estabilidad de los colaboradores. Con dicha contratación, el personal será informado de su perspectiva del desarrollo de carrera. La capacitación del personal en temas relacionados a los requisitos propios del sistema de gestión es responsabilidad de gestión humana en cabeza del líder del proyecto. Cualquier oportunidad de capacitación del personal será evaluada por la dirección del proyecto, quienes determinaran si es procedente.

Políticas De Terminación

Todos los colaboradores vinculados de forma directa o por prestación de servicios conocen la duración de sus contratos y la fecha de terminación. Para la terminación, la organización garantizará el cumplimiento de los requisitos de ley, en cuanto a preaviso y demás requisitos. Por otra parte, los colaboradores deben realizar la entrega de sus puestos de trabajo, herramientas y equipos que les hayan sido asignados y obtener el paz y salvo por parte del líder del proyecto. En el caso de vinculación directa a la organización, únicamente se realizará una reunión con el colaborador, estableciendo el nuevo contrato donde se informan las nuevas condiciones laborales. También se presentará el programa de desarrollo de carrera para el cargo.

Calendario de Gestión Humana

Figura 6. *Calendario de gestión humana*

	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
	S1	S2	S3	S4												
EQUIPO DIRECTIVO	O															
LÍDER DEL PROYECTO	O															
COMERCIAL			O													
ADMINISTRATIVO					O											
PRODUCCIÓN					O											
CONTABILIDAD				O				O				O				O
SG Y DESARROLLO	O															

MOMENTO DE CONTRATACIÓN
 MOMENTO DE TERMINACIÓN

Nota: Calle J., 2020

Plan de Gestión de la Calidad

Alcance

El plan de calidad del Proyecto abarca todas las actividades, los procesos, los documentos y los recursos establecidos en el plan del proyecto.

Elementos de entrada

Marco legal

Objetivos del proyecto

Estructura de desglose del trabajo

Mapa de procesos

Distribución Funcional por departamentos

Requerimientos establecidos en los procedimientos para las actividades técnicas

Requerimientos establecidos en el plan de gestión de talento humano

Requerimientos establecidos en el plan de gestión de las adquisiciones

Requerimientos establecidos en el plan de gestión de las comunicaciones

Requerimientos establecidos en el plan de gestión de costos

Requerimientos propios de la herramienta tecnológica

Requerimientos propios de la actividad comercial

Directrices de la gerencia

Objetivo general

Garantizar que los objetivos del proyecto se alcancen en el tiempo y forma en que fueron establecidos

Objetivos específicos

Garantizar que los requerimientos específicos en cada uno de los procesos se cumplen

Implementar medidas correctivas cuando en el seguimiento a los resultados parciales se encuentren desviaciones en relación con los resultados esperados

Garantizar que la oferta de valor hacia el cliente corresponde a la establecida por la alta dirección

Seguimiento a los objetivos

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos del plan de calidad, el director del proyecto, como máximo responsable de la calidad del proyecto, verificará el cumplimiento de los objetivos de forma transversal a la organización y adoptará las medidas correctivas a que hubiera lugar.

Responsabilidades de la dirección

Son responsabilidades del director del proyecto:

- Divulgar y sensibilizar el plan de calidad del proyecto a todos los miembros del equipo

- Verificar periódicamente el cumplimiento de los objetivos de la calidad
- Implementar medidas correctivas cuando se identifiquen variaciones respecto a

los resultados de calidad esperados

- Responder inmediatamente cuando un incumplimiento sea presentado
- Fomentar la mejora continua de los procesos
- Velar por la satisfacción del cliente interno y externo

Control de documentos

Todos los documentos asociados al proyecto serán almacenados por el director del proyecto identificando su correspondiente versión. Para facilitar su control, el proyecto no identificará en ellos el control de cambios, pero exigirá el uso de su versión más reciente. En caso de duda, cualquier interesado puede consultar al director del proyecto respecto a la vigencia de los documentos.

Control de registros

El proyecto controla 2 tipos de registros, clasificados según el medio en que se encuentren en físicos y magnéticos.

Los registros en medio físicos son controlados por el director del proyecto directamente o por el responsable de cada departamento funcional en carpetas rotuladas para facilitar su identificación. Los registros en medio magnéticos son controlados por el director del proyecto directamente o por el responsable de cada departamento funcional en sus ordenadores, en carpeta nombradas de forma similar a la rotulación de medios físicos. Los registros incluyen: contratos, órdenes de compra, facturas, remisiones, pedidos, actas de reunión y/o capacitación, entre otras.

Gestión de los recursos

Los recursos a gestionar se distribuyen en: Humanos, Financieros e Intangibles

Los recursos humanos se gestionan de acuerdo a los establecido en el plan de gestión de los recursos humanos

Los recursos financieros se gestionan de acuerdo a lo establecido en los planes de gestión de costos y de adquisiciones teniendo como base 4 etapas fundamentales: Planificar la Gestión de Costos, Estimar los Costos, Determinar el Presupuesto y Controlar los Costos.

Los recursos intangibles se gestionan directamente por la alta dirección. En ellos se encuentran los secretos industriales, el “know how” de la operación, estrategias de negociación con proveedores, estrategias de pricing entre otras.

Requisitos especificados

El presente Plan de calidad parte del reconocimiento a los requisitos establecidos en la norma ISO 10005:2018, no obstante, se limita a utilizarla como una guía con la cual se definirán los elementos: Alcance del plan, Elementos de entrada, Objetivos y cómo se lograrán, Responsabilidades de la dirección, Control de documentos y datos, Control de los registros, Gestión de los recursos, Requisitos especificados.

Los requisitos para cualquier actividad incluida en el proyecto incluyen intrínsecamente el cumplimiento a los requisitos de ley, los establecidos por los proveedores, los pactados con el cliente y cualquier requisito que entorno a la calidad determine la alta dirección.

Plan de Gestión de las Comunicaciones

Alcance

El plan de comunicaciones del Proyecto abarca todas las actividades, los procesos, los documentos y los recursos establecidos en el plan del proyecto, así como las interacciones con los clientes una vez el portal se encuentre al aire.

Clasificación de las comunicaciones

Toda la comunicación de la organización asociada a la ejecución del proyecto y a la comercialización de los productos es clasificada de acuerdo a su fuente en: Interna (cuando la fuente es un miembro de la organización) y externa (cuando la fuente es un cliente o una parte interesada).

Comunicación interna

Toda comunicación interna es realizada vía email. Para tal fin la organización dispone de correos corporativos para cada colaborador, bajo el dominio @eslotuyo.com.co. No obstante, para garantizar la efectividad de la comunicación, se debe aplicar la siguiente política:

Política Para El Manejo De Los Correos Y La Efectividad De La Información:

En Eslotuyo SAS los correos son evidencia de la información transmitida entre nuestros colaboradores. Sin embargo, cualquier mensaje, sin importar el grado de urgencia, debe ser comentado de forma personal o telefónica a fin de garantizar que el receptor capte el objetivo de la comunicación.

Comunicación externa

Relacionado a productos y/o ventas: Toda la información de productos y servicios, de procesos de pago, de logística de entregas y de reclamaciones o devoluciones por parte del cliente debe realizarse a través de los siguientes canales:

En Facebook: @eslotuyo.com.co

En Instagram: eslotuyo_co

Whatsapp: (+57) 310 2608355

Email: contacto@eslotuyo.com.co

Otros asuntos: Todas las comunicaciones por parte de proveedores, entes gubernamentales y otras partes interesadas, deben realizarse a través de los correos corporativos

del personal encargado de ese asunto, o en su defecto al correo contacto@eslotuyo.com.co o al teléfono 310 260 8355.

Plan de Gestión de los Costos

Estimación de los Costos

A continuación, se presenta la estimación inicial de los costos del proyecto, tomando como base el juicio de expertos de los accionistas.

Figura 7. Estimación inicial de costos del proyecto

MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
COSTOS PARA INICIAR (NO SALARIALES)				
Tramites CCB	280.000	-	-	-
Tramites Dian	500.000	-	-	-
Tramites SIIC	200.000	-	-	-
Hosting	300.000	-	-	-
Diseño de página web	500.000	-	-	-
Diseño de marca	500.000	-	-	-
Insumos	200.000	200.000	200.000	200.000
Portatil	2.000.000	-	-	-
Accesorios de oficina	200.000	200.000	200.000	200.000
Papelería de facturación	140.000	-	-	-
Libros contables y registro	100.000	-	-	-
Plan de celular	150.000	150.000	150.000	150.000
Contador	200.000	200.000	200.000	200.000
Campañas publicitarias	2.500.000	-	2.500.000	-
Abrir cuenta	100.000	-	-	-
SUBTOTAL	7.870.000	750.000	3.250.000	750.000
COSTOS PARA INICIAR (SALARIALES)				
Ingeniero de sistemas	750.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Jorge	-	-	2.500.000	2.500.000
Asistente	-	1.500.000	1.500.000	1.500.000
SUBTOTAL	750.000	3.000.000	5.500.000	5.500.000
TOTAL EGRESOS	8.620.000	3.750.000	8.750.000	6.250.000
TOTAL INGRESOS	-	2.000.000	10.000.000	18.000.000

Nota: Calle J., 2020

Determinación del Presupuesto

Para la determinación del presupuesto, cada uno de los rubros fueron actualizados de acuerdo a las cotizaciones adelantadas. Los salarios fueron presupuestados en \$1.000.000 más un 50% de carga prestacional y se eliminó el costo del medio tiempo del programador toda vez que la agencia contratada cumplía con sus tareas. Se modificó el pronóstico de ventas, de acuerdo a las estimaciones de los embudos de venta del sector, teniendo en cuenta el desarrollo de la campaña de expectativa, y la campaña de temporada. El presupuesto del proyecto con el ajuste del embudo se presenta a continuación:

Tabla 3. Estimación ajustada del embudo de conversión

Item	Valor estimado
Número de impresiones	100.000
Embudo visitas promedio jugueteria	3%
Click en el enlace	3.000
Costo por clicks (\$450-\$600 por click)	\$ 1.800.000
Embudo optimizado de ventas jugueteria	8%
Número de ventas	240
Ticket promedio	\$ 160.000
Venta estimada en madurez	\$ 38.400.000

Nota: Relación de variables para el modelo comercial del proyecto

Presupuesto

Figura 8. Egresos proyectados

MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
EGRESOS (NO SALARIALES)				
Tramites CCB	280.000	Tramites CCB	-	Tramites CCB
Tramites Dian	50.000	Tramites Dian	-	Tramites Dian
Tramites SIIC	200.000	Tramites SIIC	-	Tramites SIIC
Hosting	750.000	Hosting	-	Hosting
Diseño de página web	500.000	Diseño de página web	-	Diseño de página web
Diseño de marca	330.000	Diseño de marca	-	Diseño de marca
Insumos y gastos menores	200.000	Insumos y gastos menores	200.000	Insumos y gastos menores
Equipos de computo	1.600.000	Portatil	-	Portatil
Accesorios de oficina	200.000	Accesorios de oficina	-	Accesorios de oficina
Licencia software contable	120.000	Licencia software contable	120.000	Licencia software contable
Libros contables y registro	100.000	Libros contables y registro	-	Libros contables y registro
Plan de celular	60.000	Plan de celular	60.000	Plan de celular
Contador	250.000	Contador	250.000	Contador
Campañas publicitarias	-	Campañas publicitarias	2.000.000	Campañas publicitarias
Agencia de publicidad	250.000	Agencia de publicidad	250.000	Agencia de publicidad
Abrir cuenta	100.000	Abrir cuenta	-	Abrir cuenta
SUBTOTAL	4.990.000	SUBTOTAL	2.630.000	SUBTOTAL
			2.880.000	1.230.000
				380.000
EGRESOS (SALARIALES)				
Ingeniero de sistemas	1.250.000	Ingeniero de sistemas	1.500.000	Ingeniero de sistemas
Jorge	1.500.000	Jorge	1.500.000	Jorge
Asistente	-	Asistente	1.500.000	Asistente
SUBTOTAL	2.750.000	SUBTOTAL	3.000.000	SUBTOTAL
			3.000.000	3.000.000
TOTAL EGRESOS	7.740.000	TOTAL EGRESOS	5.880.000	TOTAL EGRESOS
			4.230.000	3.380.000
TOTAL EGRESOS PRESUPUESTADO	25.360.000			

Nota: Calle J., 2020

Figura 9. Ingresos proyectados

MES 1		MES 2		MES 3		MES 4		MES 5	
PRONOSTICO DE VENTAS									
Ventas netas		- Ventas netas	6.000.000	Ventas netas	18.000.000	Ventas netas	36.000.000	Ventas netas	6.000.000
Costo de ventas		- Costo de ventas	3.000.000	Costo de ventas	9.000.000	Costo de ventas	18.000.000	Costo de ventas	3.000.000
Utilidad operacional		- Utilidad operacional	3.000.000	Utilidad operacional	9.000.000	Utilidad operacional	18.000.000	Utilidad operacional	3.000.000
FLUJO DE CAJA									
Egresos	7.740.000	Egresos	4.130.000	Egresos	5.880.000	Egresos	4.230.000	Egresos	3.380.000
Utilidad bruta	- 7.740.000	Utilidad bruta	- 1.130.000	Utilidad bruta	3.120.000	Utilidad bruta	13.770.000	Utilidad bruta	- 380.000
Impuestos		- Impuestos	-	Impuestos	1.092.000	Impuestos	4.819.500	Impuestos	-
Impuesto renta presuntiva	350.000	Impuesto renta presuntiva	350.000	Impuesto renta presuntiva	-	Impuesto renta presuntiva	-	Impuesto renta presuntiva	350.000
Utilidad neta	- 8.090.000	Utilidad neta	- 1.480.000	Utilidad neta	2.028.000	Utilidad neta	8.950.500	Utilidad neta	- 380.000
UTILIDAD ACUMULADA	- 8.090.000		- 9.570.000		- 7.542.000		1.408.500		1.028.500

Nota: Calle J., 2020

Financiación del Proyecto

Con el flujo de caja proyectado, se determinó que la necesidad de financiación del proyecto correspondía a \$10.000.000 aproximadamente, la cual sería cubierta en el cuarto mes. Para no incurrir en gastos financieros, los accionistas acordaron realizar un apalancamiento con recursos propios, de acuerdo a su participación accionaria, así:

Tabla 4. Distribución del apalancamiento

Socio	Participación Accionaria	Monto Apalancamiento
Jorge Calle Castillo	60%	\$6.000.000
Leonardo Calle Paez	40%	\$4.000.000

Nota: Monto de respaldo de cada socio de acuerdo a su participación social.

Gestión y Monitoreo de Costos

Mensualmente, la dirección del proyecto se reunió para verificar el cumplimiento del presupuesto y tomar las medidas oportunas ante cualquier desviación. El resultado real del ejercicio se presenta a continuación:

Figura 10. Estados finales de las cuentas

MES 1		MES 2		MES 3		MES 4		MES 5	
PRONOSTICO DE VENTAS									
Ventas netas	1.128.000	Ventas netas	5.214.400	Ventas netas	22.020.500	Ventas netas	41.990.650	Ventas netas	3.825.000
Costo de ventas	588.000	Costo de ventas	2.480.000	Costo de ventas	10.980.880	Costo de ventas	21.333.300	Costo de ventas	2.418.050
Utilidad operacional	540.000	Utilidad operacional	2.734.400	Utilidad operacional	11.039.620	Utilidad operacional	20.657.350	Utilidad operacional	1.406.950
FLUJO DE CAJA									
Egresos	7.700.000	Egresos	4.098.000	Egresos	6.252.000	Egresos	5.321.000	Egresos	3.180.000
Utilidad bruta	- 7.160.000	Utilidad bruta	- 1.363.600	Utilidad bruta	4.787.620	Utilidad bruta	15.336.350	Utilidad bruta	- 1.773.050
Impuestos	-	Impuestos	-	Impuestos	1.675.667	Impuestos	5.367.723	Impuestos	-
Impuesto renta presuntiva	350.000	Impuesto renta presuntiva	350.000	Impuesto renta presuntiva	-	Impuesto renta presuntiva	-	Impuesto renta presuntiva	350.000
Utilidad neta	- 7.510.000	Utilidad neta	- 1.713.600	Utilidad neta	3.111.953	Utilidad neta	9.968.628	Utilidad neta	- 1.773.050
UTILIDAD ACUMULADA	- 7.510.000		- 9.223.600		- 6.111.647		3.856.981		2.083.931

Nota: Calle J., 2020

Se presentaron las siguientes novedades:

- En septiembre se obtuvieron ventas en el mercado natural (familiares y amigos) que no estaban presupuestadas.
- En octubre la campaña de expectativas no alcanzó las ventas esperadas, por lo que fue necesario disponer de un presupuesto adicional para la campaña publicitaria de noviembre.
- En noviembre se sobrepasaron las metas de ventas.
- En diciembre se sobrepasaron las metas de ventas, sin embargo, las dificultades logísticas ocasionaron sobrecostos, que incrementaron los egresos ya que fue necesario disponer de servicios mas costosos para la entrega de los pedidos.
- En enero no se alcanzaron las metas esperadas.

Evaluación de la Factibilidad del Proyecto

Factibilidad Económica

Para evaluar la factibilidad económica del proyecto, se utilizaron los conceptos de valor presente neto (VPN) y tasa interna de retorno con las siguientes consideraciones:

- El proyecto busca ser económicamente viable.
- En los egresos se han considerado las provisiones de impuestos, registrados como egresos causados.

- La tasa a utilizar corresponde a un 10% anual, equivalente a 0,83% mensual.

De acuerdo al presupuesto, los flujos de caja a considera son:

Tabla 5. Saldos absolutos proyectados del flujo de caja mensual

Mes	Flujo neto
Mes 1	- 8.090.000
Mes 2	- 1.480.000
Mes 3	2.028.000
Mes 4	8.950.000
Mes 5	- 380.000

Nota: Calle J., 2020

Y las variables de evaluación corresponden a:

Tabla 6. Variables y parámetros para la evaluación económica

Variable	Valor
TASA	0,83%
VPN	\$ 786.029,31
TIR	3,97%

Nota: Calle J., 2020

Resultado:

De acuerdo al resultado del VPN, se puede incluir que el proyecto es viable dado que su valor presente es positivo.

De acuerdo al resultado de la TIR, se puede concluir que el proyecto tiene una tasa positiva. En este punto se realizó el siguiente análisis:

“El resultado de la TIR, aunque positivo, es bajo, por lo que sería posible encontrar una alternativa que proponga una TIO superior. Sin embargo, uno de los objetivos del proyecto

consiste en determinar si el modelo de negocio es efectivamente una alternativa de empleabilidad, y dado que, los salarios y sus prestaciones sociales han sido incluidos previamente en los egresos, obtener una TIR positiva, y superior al 3,5% de inflación para 2021 calculado por el DANE para el año (DANE, 2021), resultan en un proyecto viable.”

Factibilidad Ambiental

Dado que los objetivos ambientales del proyecto, se encuentran encaminados a no generar nuevos impactos en la comercialización de productos de juguetería, se realizó la matriz de impactos ambientales del proyecto, encontrando que el empaque y embalaje de los productos significan el mayor impacto ambiental de la operación. Por tal motivo, la dirección tomó la decisión de no realizar un empaque adicional, aun cuando esto funciona en detrimento del posicionamiento de la marca.

Por el carácter de operación online, las demás actividades del proyecto no generan impactos significativos en el ambiente, y se establecieron políticas para el uso eficiente del agua y la energía. La matriz de impactos ambientales del proyecto, se presenta a continuación:

Posterior - Registro en Fondo de pensiones	X	X	X	X	X	X	X	X
Posterior - Registro en Fondo de cesantías	X	X	X	X	X	X	X	X
Trámites entidades comerciales	N	X	X	X	X	N	X	X
Trámites entidades bancaria	N	X	X	X	X	N	X	X
Diseño del Sistema de gestión	X	X	X	X	X	N	X	N
Identificación de procesos y flujos	X	X	X	X	X	N	X	N
Identificación de relaciones entre procesos	X	X	X	X	X	X	X	X
Definición de objetivos específicos	X	X	X	X	X	X	X	X
Definición de parámetros de negociación	X	X	X	X	X	X	X	X
Selección de proveedores	X	X	X	X	X	X	X	X
Negociación con proveedores y definición de ANS	X	X	X	X	X	X	X	X
Documentación y firma de contratos	N	X	X	X	X	N	X	X
Estandarización de Productos	X	X	X	X	X	X	X	X
Construcción del documento del producto	N	X	X	X	X	N	X	X
Diseño de plataforma tecnológica	X	X	X	X	X	N	X	N
Cotización de los componentes de la herramienta	X	X	X	X	X	X	X	X
Selección y contratación de servicios de hosting y dominio	X	X	X	X	X	N	X	N
Construcción de la herramienta	X	X	X	X	X	X	X	X
Normalizar referencias de servicios	X	X	X	X	X	X	X	X
Diseño de captura de info servicios	X	X	X	X	X	X	X	X
Diseño de interfaz de captura de info	X	X	X	X	X	X	X	X
Creación tabla de ingreso de cotización en desarrollo	X	X	X	X	X	X	X	X
Construcción de códigos: carga de datos, cálculo de precios, registro de info de cotizaciones en tabla, recuperar cotización desde la tabla, envío de correo de cotización automático	X	X	X	X	X	X	X	X
Modificar listados de productos en interfaz para permitir solo productos visibles	X	X	X	X	X	X	X	X
Diseñar tabla para registro de información de cotizaciones	X	X	X	X	X	N	X	N
Interfaz de inicio para habilitar opción de recuperación	X	X	X	X	X	N	X	N
Programar la importación de las tablas en la apertura	X	X	X	X	X	X	X	X
Evaluación: la herramienta, la aplicación, los registros, la información	X	X	X	X	X	X	X	X
Definición de indicadores y controles	X	X	X	X	X	X	X	X
Planeación de la infraestructura física	X	X	X	X	X	X	X	X
Cotización de la infraestructura	N	X	X	X	X	X	X	X
Adquisición de la infraestructura	X	X	X	X	X	X	X	N
Planeación de los recursos humanos	X	X	X	X	X	X	X	X
Contratación de los recursos humanos	X	X	X	X	X	X	X	X
Costeo de cada actividad del proyecto	X	X	X	X	X	X	X	X
Plan de gestión de las adquisiciones	X	X	X	X	X	X	X	X
Adquisición de los recursos	X	X	X	X	X	X	X	X
Gestión del talento humano	N	X	X	X	X	N	X	X
Plan de gestión de los recursos humanos	X	X	X	X	X	X	X	X
Estructura organizacional	X	X	X	X	X	X	X	X
Calendario de recursos	X	X	X	X	X	X	X	X
Plan de incentivos	X	X	X	X	X	X	X	N
Identificación de factores ambientales	X	X	X	X	X	X	X	X
Planeación de la comunicación	X	X	X	X	X	X	X	X
Diseñar de bienestar	X	X	X	X	X	X	X	X
Diseñar Perfil del director del proyecto	X	X	X	X	X	X	X	X

X	No aplica
N	Negativo

Nota: Calle J., 2020

Estructura de Desglose del Trabajo (EDT)

Tabla 7. EDT del proyecto

ID	Actividad
1.	Proyecto Aplicado - Emprendimiento empresarial Eslotuyo.com.co
1.1	Definición de Perfil del proyecto
1.1.1	Definición de nombre - título del proyecto
1.1.2	Antecedentes del proyecto
1.1.3	Situación preliminar del mercado y la oferta de productos similares
1.1.4	Identificación de necesidad específica a atender - Justificación
1.1.5	Elaboración de árbol del problema
1.1.6	Determinación de objetivo general
1.2	Investigación de mercado
1.2.1	Historia del mercado
1.2.1.1	Investigación histórica del comportamiento del sector
1.2.1.2	Investigación del presente y la proyección a futuro
1.2.2	Clientes
1.2.2.1	Definición del mercado objetivo
1.2.2.2	Consulta en técnicas de muestreo estadístico para el mercado objetivo
1.2.2.3	Diseño y ejecución de muestreo
1.2.2.4	Análisis del muestreo y cuantificación del mercado potencial
1.2.2.5	Identificación de perfil de clientes y criterios de segmentación
1.2.2.6	Establecer nicho de mercado
1.2.3	Competencia
1.2.3.1	Identificación de oferta de servicios similares
1.2.3.2	Identificación de gremios o asociaciones en el sector
1.2.3.3	Proyección de ventas
1.3	Definición de estrategias

1.3.1	Diferenciación de empresa
1.3.1.1	Diseño de imagen corporativa
1.3.1.2	Diseño de Slogan
1.3.2	Diferenciación de producto
1.3.2.1	Definición de nombre de cada línea
1.3.2.2	Diseño de logo
1.3.3	Precio
1.3.3.1	Modelamiento costos del servicio para el cliente
1.3.3.2	Determinación precio
1.3.4	Promoción
1.3.4.1	Definición estrategia de promoción de ventas
1.3.4.2	Diseño de página web
1.3.5	Elaboración mezcla de mercadeo
1.4	Constitución de la empresa
1.4.1	Tramites CCB y notarias
1.4.1.1	Homonimia
1.4.1.2	Registros libros
1.4.1.3	Registro mercantil
1.4.2	Tramites Bancarios
1.4.2.1	Creación de cuentas
1.4.2.2	Selección y activación de productos
1.4.2.3	Activación botón de pago
1.4.3	Tramites DIAN
1.4.3.1	RUT
1.4.3.2	NIT
1.4.3.3	Responsable de IVA
1.4.3.4	Resolución de facturación

1.4.4	Tramites Alcaldía y Bomberos
1.4.4.1	Uso de suelos
1.4.4.2	Concepto bomberos
1.4.5	Tramites MinTrabajo
1.4.5.1	Registro de reglamento interno
1.4.6	Tramites ARL y SS
1.4.6.1	Registro ante ARL
1.4.6.2	Registro ante Caja de compensación
1.4.6.3	Posterior - Registro en EPS
1.4.6.4	Posterior - Registro en Fondo de pensiones
1.4.6.5	Posterior - Registro en Fondo de cesantías
1.4.7	Tramites entidades comerciales
1.4.7.1	Trámites entidades bancaria
1.5	Proceso productivo
1.5.1	Diseño del Sistema de gestión
1.5.2	Identificación de procesos y flujos
1.5.3	Identificación de relaciones entre procesos
1.5.4	Definición de objetivos específicos
1.5.5	Proveedores
1.5.5.1	Definición de parámetros de negociación
1.5.5.2	Selección de proveedores
1.5.5.3	Negociación con proveedores y definición de ANS
1.5.5.4	Documentación y firma de contratos
1.5.6	Estandarización de Productos
1.5.6.1	Construcción del documento del producto
1.6	Diseño de plataforma tecnológica
1.6.1	Cotización de los componentes de la herramienta

1.6.1.1	Cotización de construcción de bases de datos (Azzure, Amazon e Hiroku)
1.6.1.2	Cotización de diseño y construcción de sitio web (WP, Woocommerce)
1.6.1.3	Selección y contratación de servicios de hosting y dominio
1.6.2	Construcción de la herramienta
1.6.2.1	Normalizar referencias de servicios
1.6.2.2	Diseño de captura de info servicios
1.6.2.3	Diseño de interfaz de captura de info
1.6.2.4	Creación tabla de ingreso de cotización en desarrollo
1.6.2.5	Script para carga de datos
1.6.2.6	Script para cálculo de precios
1.6.2.7	Scripts en tablas maestras para remplazar formulas por datos
1.6.2.8	Modificar listados de productos en interfaz. permitir solo productos visibles
1.6.2.9	Diseñar tabla para registro de información de cotizaciones
1.6.2.10	Construir script para registro de info de cotizaciones en tabla
1.6.2.11	Construir script para recuperar cotización desde la tabla
1.6.2.12	Construir cuerpo de correo de pedido
1.6.2.13	Construir script para envío de correo de cotización automático
1.6.2.14	Interfaz de inicio para habilitar opción de recuperación
1.6.2.15	Programar la importación de las tablas en la apertura
1.6.3	Evaluación de la herramienta
1.6.3.1	Evaluación de la aplicación
1.6.3.2	Evaluación de los registros
1.6.3.3	Evaluación de la información
1.7	Definición de indicadores y controles
1.8	Infraestructura y recursos
1.8.1	Planeación de la infraestructura física
1.8.2	Cotización de la infraestructura

1.8.3	Adquisición de la infraestructura
1.8.4	Planeación de los recursos humanos
1.8.5	Contratación de los recursos humanos
1.9	Costos y presupuestos
1.9.1	Costeo de cada actividad del proyecto
1.9.2	Plan de gestión de las adquisiciones
1.9.3	Adquisición de los recursos
1.10	Gestión del talento humano
1.10.1	Plan de gestión de los recursos humanos
1.10.2	Adquisición, retención y terminación del equipo
1.10.3	Estructura organizacional
1.10.4	Calendario de recursos
1.10.5	Plan de incentivos
1.10.6	Identificación de factores ambientales
1.10.7	Desarrollo del equipo
1.10.8	Planeación de la comunicación
1.10.9	Plan de bienestar
1.10.10	Perfil del director del proyecto

Nota: Relación de actividades del proyecto

Estatutos ESLOTUYO SAS

Estatutos Básicos Sociedad Por Acciones Simplificada

Bogotá D.C., 10 de marzo de 2021

Por medio del presente documento privado, Nosotros,

Nombre	Identificación			Domicilio
	Tipo de Identificación	Número	Lugar de Expedición	

LEONARDO EMILIO DE LA CONCEPCIÓN CALLE PAEZ	Cédula de Ciudadanía	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.
JORGE EMILIO CALLE CASTILLO	Cédula de Ciudadanía	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.

Manifestamos con la firma de este documento nuestra voluntad de constituir una sociedad comercial del tipo: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual se regirá por los siguientes estatutos: Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Objeto Y Duración De La Sociedad

CAPÍTULO I

Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Objeto Y Duración De La Sociedad

ARTÍCULO 1. NOMBRE, NACIONALIDAD Y DOMICILIO.

La sociedad se denomina ESLOTUYO SAS. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de Bogotá D.C.. La sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO 2. OBJETO:

La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil, y en particular La comercialización, compra y venta al por mayor y al detal, representación, distribución, almacenamiento, exportación e importación de todo tipo de productos y bienes de consumo

ARTÍCULO 3. DURACIÓN.

La sociedad tendrá vigencia indefinida.

CAPÍTULO II

Capital y Acciones

ARTÍCULO 4. CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO

Valor Nominal De Las Acciones	\$ 10.000
Clase De Acciones	Nominativas y Ordinarias
Capital Autorizado	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
100	1.000.000
Capital Suscrito	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
100	1.000.000
Capital Pagado	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
100	1.000.000

Parágrafo. El capital suscrito ha sido pagado en su totalidad en dinero en efectivo. El capital suscrito podrá aumentarse por cualquiera de los medios que admite la Ley, igualmente, podrá disminuirse con sujeción a los requisitos que la Ley señala, en virtud de la correspondiente reforma estatutaria, aprobada por sus accionistas e inscrita en el registro mercantil:

Capital Pagado			
ACCIONISTAS	NÚMERO DE	CAPITAL	%
	ACCIONES		
LEONARDO EMILIO DE	40	\$400.000	40%
LA CONCEPCIÓN CALLE			
PAEZ			

JORGE EMILIO CALLE	60	\$600.000	60%
---------------------------	----	-----------	-----

CASTILLO

ARTÍCULO 5. DERECHOS DERIVADOS DE CADA ACCIÓN.

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

CAPÍTULO III.

Dirección, Administración, Representación Y Revisoría Fiscal De La Sociedad

ARTÍCULO 6. ÓRGANOS SOCIALES:

La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

ARTÍCULO 7. DIRECCIÓN DE LA SOCIEDAD: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el

representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

ARTÍCULO 8. ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales. La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designara a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

ARTÍCULO 9. FACULTADES DE LOS REPRESENTANTES LEGALES

Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

ARTÍCULO 10. REVISORÍA FISCAL.

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se

efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad. Estados Financieros, Reservas Y Distribución De Utilidades

CAPÍTULO IV

Estados Financieros, Reservas Y Distribución De Utilidades

ARTÍCULO 11. ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHO DE INSPECCIÓN.

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO 12. RESERVA LEGAL:

De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO 13. UTILIDADES, RESERVAS Y DIVIDENDOS.

Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea,

podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

CAPÍTULO V

Disolución Y Liquidación

ARTÍCULO 14. CAUSALES DE DISOLUCIÓN.

La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

1. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
4. Por las causales previstas en los estatutos.
5. Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
6. Por orden de autoridad competente.
7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo de cincuenta por ciento del capital suscrito.

ARTÍCULO 15. LIQUIDACIÓN.

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

ARTÍCULO 16. LIQUIDADOR.

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

ARTÍCULO 17. SUJECCIÓN A LAS NORMAS LEGALES.

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

CAPÍTULO VI

Resolución De Conflictos

ARTÍCULO 18. ARBITRAMENTO.

Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por 1 Abitro que decidirá en Equidad, designados por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El tribunal, sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada.

CAPÍTULO VII

Remisión

ARTÍCULO 19. REMISIÓN NORMATIVA.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se regirá por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

CAPÍTULO VIII

Disposiciones Transitorias

ARTÍCULO 1. TRANSITORIO. NOMBRAMIENTOS.

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

Representante Legal Principal

Se designa en este cargo a: JORGE EMILIO CALLE CASTILLO, identificado con la Cédula de Ciudadanía No. Haga clic aquí para escribir texto. de Bogotá D.C..

La persona designada como Representante Legal Principal Estando presente acepta el cargo

Representante Legal Suplente

Se designa en este cargo a: LEONARDO EMILIO DE LA CONCEPCIÓN CALLE PAEZ, identificado con la Cédula de Ciudadanía No. Haga clic aquí para escribir texto. de Bogotá D.C..

La persona designada como Representante Legal Suplente Estando presente acepta el cargo

Firmas:

LEONARDO EMILIO DE LA CONCEPCIÓN CALLE PAEZ

C.C. EXPEDIDA EN BOGOTÁ

JORGE EMILIO CALLE CASTILLO

C.C. EXPEDIDA EN BOGOTA

Registro en Cámara de Comercio

Figura 12. Registro en Cámara de Comercio

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

SEDE VIRTUAL

CÓDIGO VERIFICACIÓN: B2114331379BF8

28 DE JULIO DE 2021 HORA 06:46:22

AB21143313 PÁGINA: 1 DE 2

 LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS.

ESTE CERTIFICADO FUE GENERADO ELECTRÓNICAMENTE Y CUENTA CON UN CÓDIGO DE VERIFICACIÓN QUE LE PERMITE SER VALIDADO ILIMITADAMENTE DURANTE 60 DÍAS, INGRESANDO A WWW.CCB.ORG.CO

RECUERDE QUE ESTE CERTIFICADO LO PUEDE ADQUIRIR DESDE SU CASA U OFICINA DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO

PARA SU SEGURIDAD DEBE VERIFICAR LA VALIDEZ Y AUTENTICIDAD DE ESTE CERTIFICADO SIN COSTO ALGUNO DE FORMA FÁCIL, RÁPIDA Y SEGURA EN WWW.CCB.ORG.CO/CERTIFICADOSELECTRONICOS

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL O INSCRIPCION DE DOCUMENTOS.
 LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

=====

| ADVERTENCIA: ESTA SOCIEDAD NO HA CUMPLIDO CON LA OBLIGACION LEGAL DE |
 | RENOVAR SU MATRICULA MERCANTIL. POR TAL RAZON LOS DATOS CORRESPONDEN |
 | A LA ULTIMA INFORMACION SUMINISTRADA POR EL COMERCIANTE EN EL |
 | FORMULARIO DE MATRICULA Y/O RENOVACION DEL AÑO : 2020 |
 =====

CERTIFICA:

NOMBRE : ESILOTUYO SAS
 N.I.T. : 901.254.548-2 ADMINISTRACIÓN : DIRECCION SECCIONAL DE IMPUESTOS DE BOGOTÁ
 DOMICILIO : BOGOTÁ D.C.

CERTIFICA:

MATRICULA NO: 03066703 DEL 13 DE FEBRERO DE 2019

CERTIFICA:

RENOVACION DE LA MATRICULA : 7 DE JULIO DE 2020
 ULTIMO AÑO RENOVADO : 2
 ACTIVO TOTAL : 1,000,00

CERTIFICA:

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL :
 MUNICIPIO : BOGOTÁ D.C.
 EMAIL DE NOTIFICACION JUDICIAL : JORGEALLEQAQC@GMAIL.COM
 DIRECCION COMERCIAL :
 MUNICIPIO : BOGOTÁ D.C.
 EMAIL COMERCIAL : JORGEALLEQAQC@GMAIL.COM

CERTIFICA:

CONSTITUCION: QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. SIN NUM DE ASAMBLEA DE ACCIONISTAS DEL 13 DE FEBRERO DE 2019, INSCRITA EL 13 DE FEBRERO DE 2019 BAJO EL NUMERO 02423898 DEL LIBRO IX, SE CONSTITUYO LA SOCIEDAD COMERCIAL DENOMINADA ESLOTUYO SAS.

CERTIFICA:

DURACION: QUE LA SOCIEDAD NO SE HALLA DISUELTA, Y SU DURACION ES INDEFINIDA

CERTIFICA:

OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD PUEDE REALIZAR, EN COLOMBIA Y EN EL EXTERIOR CUALQUIER ACTIVIDAD LICITA, COMERCIAL O CIVIL, Y EN PARTICULAR LA COMERCIALIZACION, COMPRA Y VENTA AL POR MAYOR Y AL DETAL, REPRESENTACION, DISTRIBUCION, ALMACENAMIENTO, EXPORTACION E IMPORTACION DE TODO TIPO DE PRODUCTOS Y BIENES DE CONSUMO.

CERTIFICA:

ACTIVIDAD PRINCIPAL:

4791 (COMERCIO AL POR MENOR REALIZADO A TRAVÉS DE INTERNET)

ACTIVIDAD SECUNDARIA:

4799 (OTROS TIPOS DE COMERCIO AL POR MENOR NO REALIZADO EN ESTABLECIMIENTOS, PUESTOS DE VENTA O MERCADOS)

OTRAS ACTIVIDADES:

4610 (COMERCIO AL POR MAYOR A CAMBIO DE UNA RETRIBUCIÓN O POR CONTRATA)

CERTIFICA:

CAPITAL:

** CAPITAL AUTORIZADO **

VALOR : \$1,000,000.00

NO. DE ACCIONES : 100.00

VALOR NOMINAL : \$10,000.00

** CAPITAL SUSCRITO **

VALOR : \$1,000,000.00

NO. DE ACCIONES : 100.00

VALOR NOMINAL : \$10,000.00

** CAPITAL PAGADO **

VALOR : \$1,000,000.00

NO. DE ACCIONES : 100.00

VALOR NOMINAL : \$10,000.00

CERTIFICA:

REPRESENTACIÓN LEGAL: LA ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD ESTÁ EN CABEZA DEL REPRESENTANTE LEGAL, QUIEN TENDRÁ UN SUPLENTE QUE PODRÁ REEMPLAZARLO EN SUS FALTAS ABSOLUTAS, TEMPORALES O ACCIDENTALES.

CERTIFICA:

** NOMBRAMIENTOS **

QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. SIN NUM DE ASAMBLEA DE ACCIONISTAS DEL 13 DE FEBRERO DE 2019, INSCRITA EL 13 DE FEBRERO DE 2019 BAJO EL NUMERO 02423898 DEL LIBRO IX, FUE (RON) NOMBRADO (S):

NOMBRE

IDENTIFICACION

REPRESENTANTE LEGAL

CALLE CASTILLO JORGE EMILIO

SUPLENTE

CALLE PAEZ LEONARDO EMILIO DE LA

CONCEPCION

CERTIFICA:

FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL: LOS REPRESENTANTES LEGALES PUEDEN



CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA

SEDE VIRTUAL

CÓDIGO VERIFICACIÓN: B2114331379BF8

28 DE JULIO DE 2021 HORA 06:46:22

AB21143313

PÁGINA: 2 DE 2

CELEBRAR O EJECUTAR TODOS LOS ACTOS Y CONTRATOS COMPRENDIDOS EN EL OBJETO SOCIAL O QUE SE RELACIONEN DIRECTAMENTE CON LA EXISTENCIA Y FUNCIONAMIENTO DE LA SOCIEDAD.

CERTIFICA:

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUÍ CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ (10) DÍAS HÁBILES DESPUÉS DE LA FECHA DE LA CORRESPONDIENTE ANOTACIÓN, SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSO. LOS SÁBADOS NO SON TENIDOS EN CUENTA COMO DÍAS HÁBILES PARA LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

*** EL PRESENTE CERTIFICADO NO CONSTITUYE PERMISO DE ***
 *** FUNCIONAMIENTO EN NINGUN CASO ***

INFORMACION COMPLEMENTARIA

LOS SIGUIENTES DATOS SOBRE PLANEACION DISTRITAL SON INFORMATIVOS
 FECHA DE ENVIO DE INFORMACION A PLANEACION DISTRITAL : 7 DE JULIO DE 2020

SEÑOR EMPRESARIO, SI SU EMPRESA TIENE ACTIVOS INFERIORES A 30.000 SMLMV Y UNA PLANTA DE PERSONAL DE MENOS DE 200 TRABAJADORES, USTED TIENE DERECHO A RECIBIR UN DESCUENTO EN EL PAGO DE LOS PARAFISCALES DE 75% EN EL PRIMER AÑO DE CONSTITUCION DE SU EMPRESA, DE 50% EN EL SEGUNDO AÑO Y DE 25% EN EL TERCER AÑO. LEY 590 DE 2000 Y DECRETO 525 DE 2009.

RECUERDE INGRESAR A WWW.SUPERSOCIEDADES.GOV.CO PARA VERIFICAR SI SU EMPRESA ESTA OBLIGADA A REMITIR ESTADOS FINANCIEROS. EVITE SANCIONES.

TAMAÑO EMPRESA

DE CONFORMIDAD CON LO PREVISTO EN EL ARTÍCULO 2.2.1.13.2.1 DEL DECRETO 1074 DE 2015 Y LA RESOLUCIÓN 2225 DE 2019 DEL DANE EL TAMAÑO DE LA EMPRESA ES MICROEMPRESA

LO ANTERIOR DE ACUERDO A LA INFORMACIÓN REPORTADA POR EL MATRICULADO O INSCRITO EN EL FORMULARIO RUES:

INGRESOS POR ACTIVIDAD ORDINARIA \$0

ACTIVIDAD ECONÓMICA POR LA QUE PERCIBIÓ MAYORES INGRESOS EN EL PERÍODO
 - CIIU : 4791

Nota: ESILOTUYO SAS, 2020.

Apertura de Cuenta

Figura 13. Certificación bancaria de ESLOTUYO SAS

<p>INFORMA:</p> <p>Que la empresa ESLOTUYO SAS identificado(a) con NIT 9012545482 está vinculado(a) al BANCO DE BOGOTA a través de la CTA CORRIENTE desde el 04 de marzo de 2019, este producto se encuentra Vigente.</p> <p>Esta información es confidencial, no es una recomendación de negocio y se suministra sin responsabilidad del banco, se expide el 28 de julio de 2021, a solicitud del interesado, con destino a quien interese.</p> <p>Atentamente,</p> 
--

Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Registro Único Tributario - RUT

Figura 14. RUT ESLOTUYO SAS

DIAN DIRECCIÓN GENERAL DE IMPUESTOS		Formulario del Registro Único Tributario		001	
3. Concepto 1 3 Actualización de oficio			4. Número de formulario 14698940940		
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 9 0 1 2 5 4 5 4 8 2			6. DV 2		12. Dirección seccional Impuestos de Renta
7. Razón social ESLOTUYO SAS			8. Razón electrónica		
IDENTIFICACIÓN					
24. Tipo de contribuyente Persona jurídica		25. Tipo de documento 1		26. Número de identificación	
27. Fecha expedición		28. País COLUMBIA		29. Departamento Bogotá D.C.	
30. Lugar de expedición		31. Departamento		32. Municipio	
33. Primer apellido		34. Segundo apellido		35. Primer nombre	
36. Segundo nombre		37. Signa		38. Otros nombres	
UBICACIÓN					
39. País COLUMBIA		40. Departamento 1 8 9 Bogotá D.C.		41. Ciudad/Municipio 1 1 Bogotá D.C.	
42. Dirección principal					
43. Correo electrónico jorgecalleguac@gmail.com					
44. Código postal		45. Teléfono 1 5 1 0 2 8 0 8 3 5 5		46. Teléfono 2	
CLASIFICACIÓN					
Actividad económica				Ocupación	
47. Código 4 7 9 1		48. Fecha inicio actividad 2 0 1 9 0 2 1 3		49. Código 4 8 1 0	
50. Fecha inicio actividad 4 7 9 1		51. Fecha inicio actividad 2 0 1 9 0 2 1 3		52. Número establecimiento	
Responsabilidades, Calidades y Atributos					
53. Código 5 7 9 1 4 4 2 4 8 5 2					
05- Impo. renta y compl. régimen ordinario					
07- Retención en la fuente a título de renta					
09- Retención en la fuente en el impuesto					
14- Informante de estogera					
40- Obligado a llevar contabilidad					
60 - Impuesto sobre las ventas - IVA					
82 - Facturador electrónico					
Obligados aduaneros			Exportadores		
54. Código 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10			55. Forma 56. Tipo		
11 12 13 14 15 16 17 18 19 20			Servicio 1 2 3		
			57. Modo		
			58. CPC		
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación.					
PARA LOS EFECTOS DE LA DIAN					
59. Anexos SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/>		60. No. de Folios 0		61. Fecha 2020-07-16/06:38:11	
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán las providencias administrativas sancionatorias o de suspensión, según el caso.			Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice.		
FIRMADO DE ARTÍCULO 1.6.1.2.23 DEL DECRETO 1753 DE 2010 Firma del contribuyente:			Firma autorizada:		
984 Nombre 985 Cargo			984 Nombre ACTUACIÓN DE OFICIO AUTOMÁTICA 985 Cargo		

Fecha generación documento PDF: 20-07-2021 06:38:55AM

Nota: ESLOTUYO SAS, 2021.

Firma Electrónica

Figura 15. Registro de firma electrónica de ESLOTUYO SAS

		Firma Electrónica para Servicios Informáticos Electrónicos DIAN				10036	
3. Concepto <input type="checkbox"/> 1 EMISION Espacio reservado para la DIAN 				4. Número de formulario 100367014713115 			
Identificación del suscriptor							
24. Tipo de documento: Cédula de ciudadanía <input type="checkbox"/> 1 3		8 0 1 9 5 4 0 3					
Nombre, dirección y domicilio							
25. Primer apellido CALLE		27. Segundo apellido CASTILLO		26. Primer nombre JORGE		EMILIO	
30. Razón social							
31. Dirección							
32. País COLOMBIA <input type="checkbox"/> 1 8 9		33. Departamento Bogotá D.C. <input type="checkbox"/> 1 1		34. Ciudad/Municipio Bogotá, D.C. <input type="checkbox"/> 1 1 0			
Datos adicionales							
35. NIT 8 0 1 9 5 4 0 3		36. Correo electrónico jorgecallego@gmail.com					
37. Teléfono 1 8 1 5 2 7 1 5				38. Teléfono 2 3 1 0 2 8 0 8 3 5 5			
Observaciones							
39. Fecha de emisión 2 0 1 9 0 3 0 7							
40. Si el concepto es Revocación o Renovación 41. Causa							
45. SIN RUT <input type="checkbox"/>							
NOTA: Cuando la información contenida en este formulario sea proporción inexacta, se debe actualizar de forma inmediata el Registro Único Tributario RUT.							
El presente formulario ha sido formalizado, y el suscriptor acepta las condiciones del acuerdo de Firma Electrónica, el cual hace parte integral de este documento.				467. Fecha transacción 2 0 1 9 - 0 3 - 0 7 / 1 8 : 1 0 : 0 4			
				468. Nombre CARDENAS OROZCO CLAUDIA PATRICIA			
				469. Cargo Gestor I			

	<p align="center">Firma Electrónica para Servicios Informáticos Electrónicos DIAN</p>		<p align="center">10036</p>
<p>3. Concepto: 1 EMISION</p> <p>Espacio reservado para la DIAN</p> 	<p>4. Número de formulario: 100367014713115</p>  <p>04151770721248990418000101000367014713115 5</p>		
<p align="center">ACUERDO DE F.E. (Acuerdo de Firma Electrónica)</p> <p>1. El SUSCRIPTOR acepta que en adelante deberá firmar electrónicamente ante la DIAN, en los servicios autorizados por ésta.</p> <p>2. El SUSCRIPTOR como único responsable por el suministro de la información, garantiza que los datos introducidos y/o entregados a la DIAN, son verdaderos y están actualizados.</p> <p>3. El SUSCRIPTOR y la DIAN, entienden que la Firma Electrónica es apropiada y confiable para los fines propios del uso que se le dará en los sistemas informáticos de la DIAN, de conformidad con el artículo 3 del Decreto 2384 de 2012, para lo cual se firma el presente acuerdo.</p> <p>4. Para efectos de lo dispuesto en el artículo 7 del Decreto 2384 de 2012 y el artículo 3 de la Resolución 70 del 03 de noviembre de 2016 o de la norma que la modifique, adicione o sustituya, el SUSCRIPTOR con el presente acuerdo, acepta que las técnicas de identificación acordadas cumplen los requisitos de firma electrónica, además conoce los medios de seguridad para su utilización y los límites de responsabilidad conforme las siguientes cláusulas:</p> <p>PRIMERA.- DEFINICIONES.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrumento de Firma Electrónica (IFE). El Instrumento de Firma Electrónica (IFE) es la combinación de una identidad electrónica y un código electrónico que sirve para el cumplimiento de ciertos trámites y tareas electrónicas habilitadas en los servicios electrónicos de la entidad. • Identidad Electrónica (IE). Es la identificación, establecida con la información contenida en el RUT, que se asigna a cada usuario que debe firmar en los servicios electrónicos de la DIAN. • Contraseña de la Identidad Electrónica. Combinación de caracteres alfanuméricos definidos por el usuario del Instrumento de Firma Electrónica (IFE). • Código Electrónico (CE). Combinación de caracteres numéricos enviados al correo electrónico del SUSCRIPTOR del Instrumento de Firma Electrónica. • SUSCRIPTOR del Instrumento de Firma Electrónica. Es el usuario que previene suscripción del acuerdo de F.E. y de haber culminado con el procedimiento de emisión, cuenta con una Identidad Electrónica generada por La DIAN. <p>SEGUNDA.- OBJETO. Mediante el presente documento el suscriptor acepta que la Firma Electrónica que aquí se acuerda utilizar, sirve para el cumplimiento de las obligaciones y operaciones en los servicios informáticos electrónicos de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN.</p> <p>TERCERA.- REGULACIÓN APLICABLE. El uso del Instrumento de Firma Electrónica queda sometido a los términos de este documento, a la normatividad vigente sobre la materia y a la reglamentación que expide la DIAN.</p> <p>CUARTA.- DURACIÓN. Las presentes disposiciones rigen la relación jurídica entre La DIAN y el SUSCRIPTOR, mientras no se haga efectiva la revocación del Instrumento de Firma Electrónica (IFE).</p> <p>QUINTA.- REMUNERACIÓN. La DIAN NO cobrará dinero alguno por la emisión y uso del Instrumento de Firma Electrónica (IFE).</p> <p>SEXTA.- OBLIGACIONES DEL SUSCRIPTOR. El SUSCRIPTOR tendrá las siguientes obligaciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Garantizar en todo momento la información del MUNISCA actualizada, incluyendo el correo electrónico. 2. Mantener, custodiar y controlar los datos de creación de la firma y garantizar la confidencialidad de la Contraseña de la Identidad Electrónica, tomando todas las precauciones a su alcance para evitar el acceso de terceros no autorizados a dicha información. El SUSCRIPTOR es el responsable directo de la confidencialidad de la contraseña que define. 3. Utilizar el Instrumento de Firma Electrónica únicamente para el uso y conforme a las condiciones especificadas en este acuerdo de F.E. 4. Solicitar la revocación del Instrumento de Firma Electrónica cuando ocurra cualquiera de las causales contempladas en la reglamentación de la Firma Electrónica. 5. Respetar los derechos de terceros personas y responsabilizarse frente a las mismas por los perjuicios que la utilización de la Firma Electrónica pueda causar. 6. Seguir, en todo caso, las instrucciones que indique la DIAN para el uso del Instrumento de Firma Electrónica y la ejecución del presente acuerdo, y permitir en todo caso la inspección del buen uso del Instrumento. 7. Informar inmediatamente a la DIAN acerca de cualquier situación que pueda afectar la seguridad de los instrumentos de firma. 8. Suscribir el acuerdo de Firma Electrónica. <p>SÉPTIMA.- PROHIBICIONES. Sin perjuicio de las responsabilidades administrativas y penales, el suscriptor deberá abstenerse de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar Ingeniería reversa, desmontar, desensamblar o realizar cualquier tipo de acción tendiente a conocer o descifrar el código fuente, el código objeto o otra información relevante respecto de la Firma Electrónica y la Contraseña de Uso Único que se relacione con la prestación del servicio de La DIAN o altere la Firma Electrónica. 2. Transferir, ceder o negociar los derechos otorgados por el presente acuerdo. 3. Darle a la Firma Electrónica un uso distinto de aquel que se desprende de la normatividad establecida para tal fin. <p>OCTAVA.- OBLIGACIONES DE LA DIAN. La DIAN tendrá las siguientes obligaciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener a disposición el servicio de Firma Electrónica, salvo razones de fuerza mayor o caso fortuito. 2. Mantener la seguridad de la infraestructura que soporta el servicio de Firma Electrónica. 3. Revisar continuamente el estado de la tecnología y realizar las acciones necesarias para mantener el nivel de seguridad ofrecido a los suscriptores. 4. Gestionar eficientemente los procedimientos de emisión, revocación y renovación. 5. Atender oportunamente las solicitudes y reclamaciones hechas por los suscriptores. 6. Informar y advertir a los suscriptores sobre las medidas de seguridad y requerimientos técnicos que deben observar para la utilización del Instrumento de Firma Electrónica. 7. Informar al suscriptor cuando se realicen revocaciones de oficio. 8. Informar al suscriptor cuando se presenten contingencias en el servicio de Firma Electrónica. <p>NOVENA.- EXCLUSIÓN DE RESPONSABILIDAD DE LA DIAN. La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN se exonera de cualquier responsabilidad en caso de pérdida de las claves y contraseñas de la firma electrónica o cualquier otra situación de fuerza mayor o caso fortuito que impida el uso del Instrumento por parte del suscriptor. Tampoco es responsable por los problemas que se presenten a causa de virus informático o virus malicioso en los equipos informáticos del suscriptor, como por las fallas de conexión a Internet inalámbricas a datos o su proveedor de Internet. Igualmente, la DIAN se exonera de cualquier perjuicio que ocasione el suscriptor a terceros de buena fe.</p>			

Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Registro en Caja de Compensación

Figura 16. Correo de confirmación de afiliación de ESLOTUYO SAS

Carta Aceptacion Cafam_28/02/2019 ▶ ES LO TUYO x 🖨️ 📧

Gina Giselle Perea Molina <Gperea@cafam.com.co> jue, 28 feb 2019 21:01 ★ ↶ ⋮
 para JORGE CALLEQAQC@GMAIL.COM ▼

Cordial saludo:
 Adjunto estamos enviado carta de aceptación de la afiliación de la empresa, el original de esta comunicación la haremos llegar por correo certificado a la dirección que aparece al inicio.
 En caso de existir alguna diferencia por favor reportarla a través de este mismo correo.



Bogotá, 26 de Febrero de 2019

Señor
 CALLE CASTILLO JORGE EMILIO
 Representante Legal
 ESLOTUYO SAS

NIT: 9012545482

Cordial saludo Señor:

Nos complace darle la bienvenida a nuestra Caja de Compensación Cafam; su solicitud de afiliación como empleador fue aprobada a partir de **(26 de Febrero de 2019)**. En este primer contacto, queremos darle a conocer los aspectos básicos que facilitarán la afiliación de los trabajadores y la utilización de las múltiples alternativas en materia de recreación, turismo, educación, capacitación, crédito, descuentos en establecimientos comerciales en convenio, entre otros; así como el acceso a la cuota monetaria y demás subsidios establecidos para beneficio de los afiliados.

Afiliación de trabajadores
 Su tiempo es muy importante para nosotros; por esta razón las afiliaciones para servicios de los trabajadores y el grupo familiar, pueden hacerlas de forma virtual a través de los siguientes medios:

- Página web www.cafam.com.co, utilizando el usuario empresarial, que puede solicitar en la misma página, opción MI CUENTA.
- Correo electrónico afilmasiva@cafam.com.co, diligenciando y enviando al correo la Planilla de Afiliación de Trabajadores, que encontrará en la web.

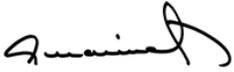
Pago de Cuota Monetaria
 Los trabajadores con personas a cargo que cumplan con los requisitos para pago de subsidio familiar en dinero, deben diligenciar formulario de INSCRIPCIÓN INDIVIDUAL y anexar los documentos indicados en la GUIA DE DOCUMENTOS que podrá consultar o descargar en la web. Esta documentación podrá presentarla en la Central de Servicios (Soacha, Suba, Calle 48, Floresta, Calle 76, Lisboa, Parque Central Bavaria y Las Nieves) más cercana a su empresa.

Tarjeta Integral Cafam (TIC)
 La Tarjeta Integral Cafam identifica a los afiliados a la Caja y es el medio para acceder a los servicios, obtener descuentos o pagar con los valores cargados en los bolsillos en establecimientos con convenio; así mismo se cargará en la TIC la cuota monetaria a los trabajadores que tengan este derecho.
 Las tarjetas serán enviadas directamente a las instalaciones de su empresa en un término no mayor a 10 días hábiles, posteriores a la radicación de la afiliación de sus colaboradores.

Pago de aportes 4%
 De acuerdo con la fecha de afiliación, el primer aporte a Cafam debe hacerlo sobre la nómina del mes de FEBRERO, dentro de los plazos establecidos en el decreto 1990 del 6 de diciembre de 2016. Sugerimos realizarlos a través de nuestro operador de información SIMPLE S.A. En la página www.pagosimple.com y en la línea de atención FonoSIMPLE 3432949 en Bogotá, le brindarán el soporte técnico que requiera.

Le agradecemos su confianza y esperamos brindarles, tanto a la empresa como a los trabajadores y sus familias, servicios que les satisfagan y contribuyan a su bienestar.

Es un gusto para nosotros ser su Caja de Compensación.



LUZ MARINA TEUTA RIOS
 Jefe Departamento Subsidio
 ...

[Mensaje recortado] [Ver todo el mensaje](#)

Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Registro en operadores de planilla – PILA

Figura 17. Correo de confirmación de registro de ESLOTUYO SAS



Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Evaluación de Pasarelas de Pago

Figura 18. Resumen de evaluación de proveedores de pasarelas de pago

	PLAN	TIPO DE COBRO	COBRO Inscripción	Comisión	Costo por transferencia	Cobro mensualidad	Cantidad transacciones	Persona de contacto	Teléfono de contacto	email
ePayco	AGREGADOR	COMISION	NO	2.99% + \$ 900	6500 + IVA	NO	NO	PAOLA CASTELLANOS	0456-(4) 448 4952	no disponible
ePayco	GATEWAY	MENSUAL	899000	NO	N/A	Según Plan 150.000	Según Plan 200 Transacciones	PAOLA CASTELLANOS	0456-(4) 448 4952	no disponible
PayU	STARTER	COMISION	NO	3,49% + \$ 900	3 primeros gratis, desde el 4º \$6500 + IVA	NO	NO	Kelly Johanna Alvarez Osorio	654-0540	kelly.alvarez@payulatam.com
PayU	ENTERPRISE	no disponible	no disponible	no disponible	no disponible	no disponible	no disponible	Kelly Johanna Alvarez Osorio	654-0540	kelly.alvarez@payulatam.com
PayU	GATEWAY	no disponible	no disponible	no disponible	no disponible	no disponible	no disponible	Kelly Johanna Alvarez Osorio	654-0540	kelly.alvarez@payulatam.com
PagoDigital	REPORTE LEGAL									
pagoagil	GATEWAY	MENSUAL	50000+IVA	NO	N/A	Según Plan 52.000	Según Plan 100 Transacciones	VICTOR JAIMES	0456 (4) 4449161	vjaimes@pagoagil.net
pagoagil	GATEWAY 2020	MENSUAL	670000+IVA	NO	N/A	57000	Plan 100 transacciones, adicional 101 \$700	Julian Areisa		
Pagos Inteligentes	GATEWAY	MENSUAL	250000+IVA	3,39% + IVA, menor a 10M. 10-30 3,19% + IVA, 30-50 2,99%.	N/A	NO	NO	CESAR PEREZ	3105869878	ESPECIALISTASENPAGOS1@PAGO SINTELIGENTES.COM

Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

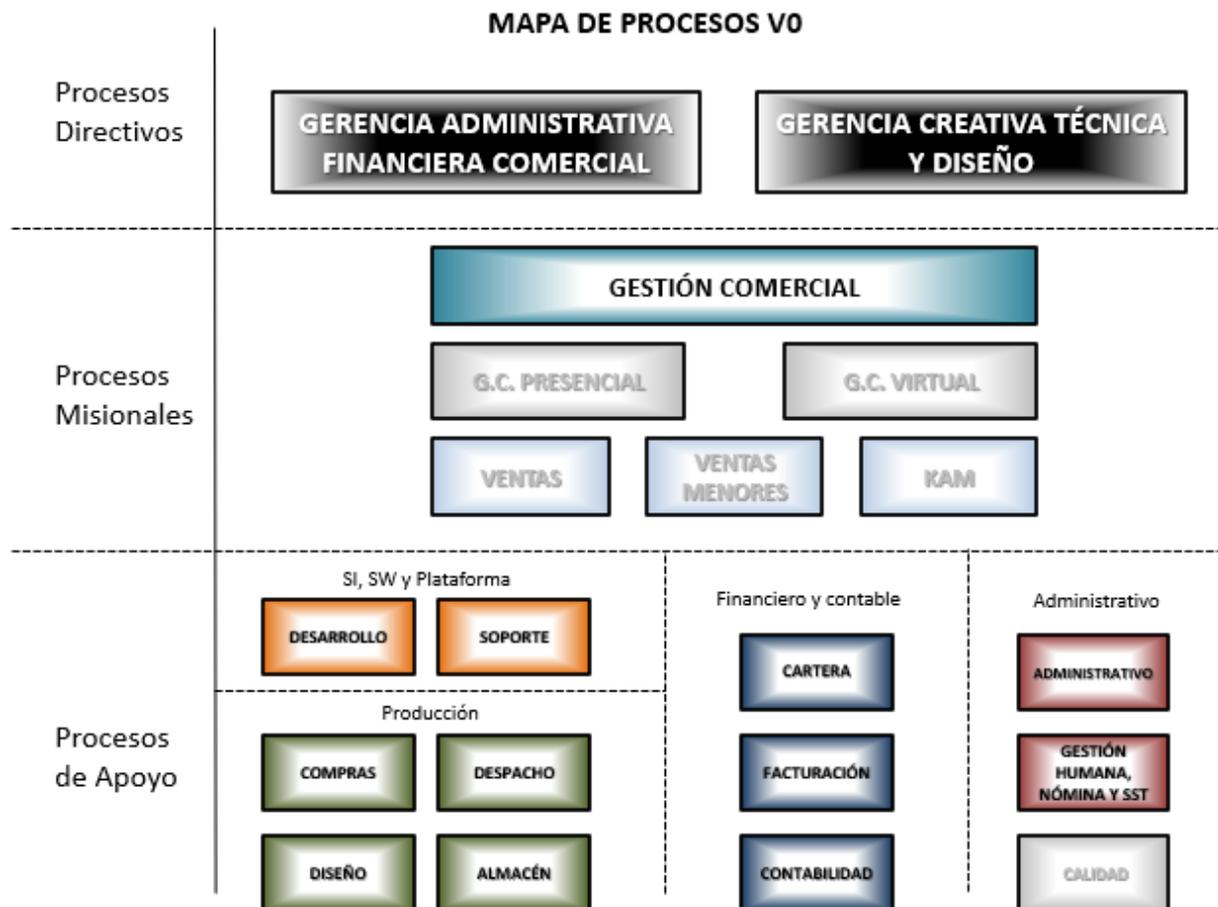
Tareas	72	☐ Diseño de plataforma	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
	73	Colización de construcción de bases de datos (Azure, Amazon e Hiroku)	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
Recursos	74	Colización de diseño y construcción de sitio web (Wordpress, Godaddy, W	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
	75	Colización de hosting y dominio	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
Calendarios	76	Selección y contratación de servicios	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
	77	Recepción y evaluación de herramientas	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
Riesgos	78	Definición de indicadores y controles	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
	79	☐ Infraestructura y recursos	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
Visualización (Beta)	80	Planeación de la infraestructura física	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
	81	Colización de la infraestructura	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
	82	Adquisición de la infraestructura	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
	83	Planeación de los recursos humanos	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
	84	Contratación de los recursos humanos	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
	85	☐ Costos y presupuestos	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
	86	Costeo de cada actividad del proyecto	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
	87	Adquisición de los recursos	1 día?	26/08/2019	26/08/2019
	88	Utilización de los recursos	1 día?	26/08/2019	26/08/2019

Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Estructura Organizacional De Eslotuyo

Para definir la estructura organizacional, se aplicó el enfoque por procesos de forma similar al establecido en la norma ISO 9001, agrupando en cada proceso todas las tareas a realizar con los mismos objetivos. Como resultado se obtuvo el siguiente mapa de procesos:

Figura 21. Mapa de procesos



Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Del mismo modo, para facilitar la identificación de las responsabilidades y autoridades a través de la organización, se utilizó una estructura vertical en la cual se organizaron los recursos humanos por departamentos. El resultado se muestra en la siguiente imagen:

Figura 22. Organigrama



Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

La contratación, capacitación, promoción y terminación del personal se encuentra explicado en el Plan de gestión del talento humano. (Ver PLAN DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO).

Control y Seguimiento de la Ejecución del Proyecto (Ejemplo de Acta de Reunión de Dirección del Proyecto)

Figura 23. Acta de Reunión de Dirección del Proyecto

<p>Participantes:</p> <p>Jorge Calle Castillo</p> <p>Leonardo Calle Páez</p> <p>Objetivo</p> <p>Elaborar el plan de trabajo de la empresa</p> <p>Agenda</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Situación actual 2. Definir metas a horizontes de fin de año y después 3. Perfilar plan de trabajo <p>Otros:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Proyectos diversos 2. Invitación como Líder de evaluador de proyectos <ol style="list-style-type: none"> 1. Situación actual <p>Bases definidas:</p> <p>Es lo tuyo es una tienda virtual de productos de consumo masivo principalmente nacionales y no perecederos (al principio) que, mediante campañas comerciales para eventos particulares, atiende la necesidad de potenciales compradores que manejen herramientas tecnológicas.</p> <p>Valor para los compradores: Información oportuna de productos asociados con el evento de su interés, promociones construidas entre la tienda y los proveedores, con el respaldo y asesoría de la tienda.</p> <p>Valor para los proveedores: Nuevo canal de ventas, asesoría sobre los productos, servicios y especificaciones y colaboración para las campañas.</p> <p>Valor para la sociedad colombiana y el país: Promoción de productos colombianos o con un alto componente nacional y reconocimiento de la capacidad de participar efectivamente en el e-commerce.</p> <p>Valor para la tienda: generación de conocimiento y confianza de los clientes por el valor recibido y obtención de los márgenes que se acuerden con los proveedores en cada campaña.</p>

Organización:

Áreas funcionales

Compras: Relaciones con proveedores, a través de personas como key account managers que manejen varios proveedores por categoría.

Gestión de contenido:

Desarrollo:

Diseño:

Fabián ya hizo gran parte. 1.7 M\$ pagados por Jorge.

Brian continuó... 0,7 M\$ pagados, se le deben (por negociar) más o menos 200 K\$

Diseñador por contratar. Propuesta de 706 K\$ para la primera parte.

Hosting, costó 300 k\$ por un año.

Comercial: Es la operación.

Diagrama de procesos. (Para ver en el largo plazo)

Gerencia financiera:

Área administrativa y de gestión:

Las tres últimas aplazadas para la próxima reunión.

Tareas:

1. Borrador de convenios con key account managers y con proveedores.
 - a. Jorge envía el 28 de junio
 - b. Leonardo Revisa el 2 de julio.
 - c. Acuerdo con Lizeth esta tarde.
2. Selección y contratación del diseñador
 - a. Esta tarde
3. Nueva pasarela o actual.
 - a. Selección y apertura de cuenta
 - b. Primera semana de julio debe estar funcionando fácil.
4. Página en funcionamiento completo
 - a. Para el 12 de julio.
 - b. Pruebas funcionales. Para 10 de julio
5. Renovación de la matrícula mercantil.
6. Otros. Enviar CV a concurso líderes de evaluación de proyectos.

Próxima reunión: 11 de julio 8 am.

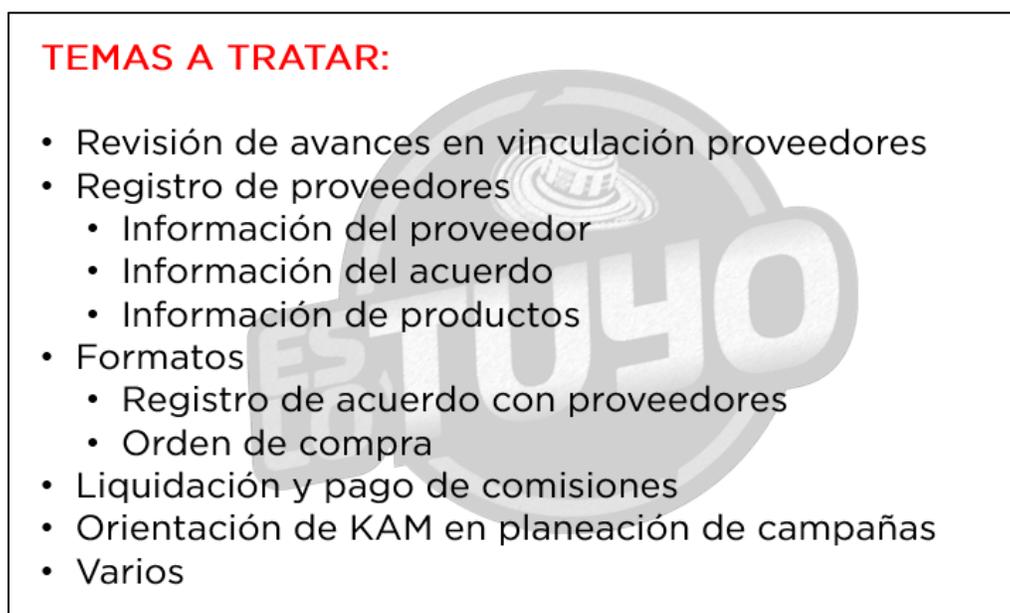
Control y Seguimiento de los Procesos (Ejemplo de Orden del Día de las Reuniones con los Procesos)

Figura 24. Orden del Día - Reunión Desarrollo



Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Figura 25. Orden del Día - Reunión Comercial



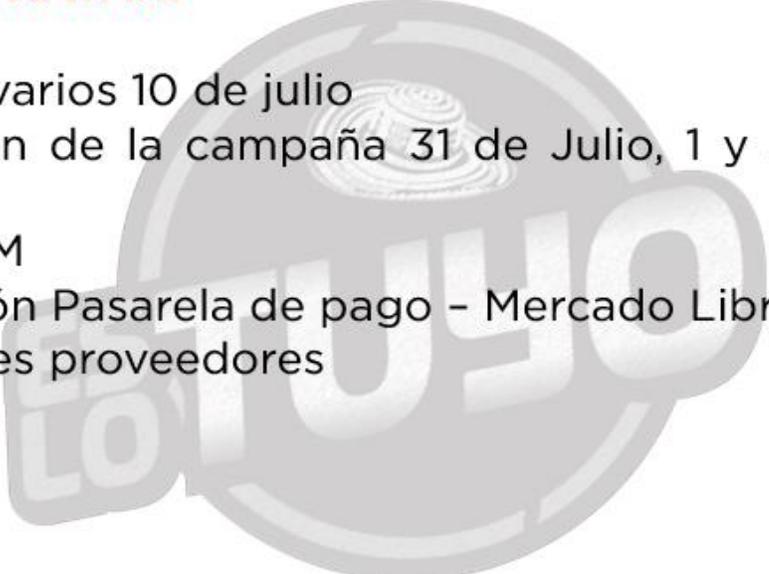
Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Figura 26. Orden del Día - Reunión Marketing

TEMAS A TRATAR:

- Revisión varios 10 de julio
- Planeación de la campaña 31 de Julio, 1 y 2 de agosto.
- SEO - SEM
- Integración Pasarela de pago - Mercado Libre
- Novedades proveedores

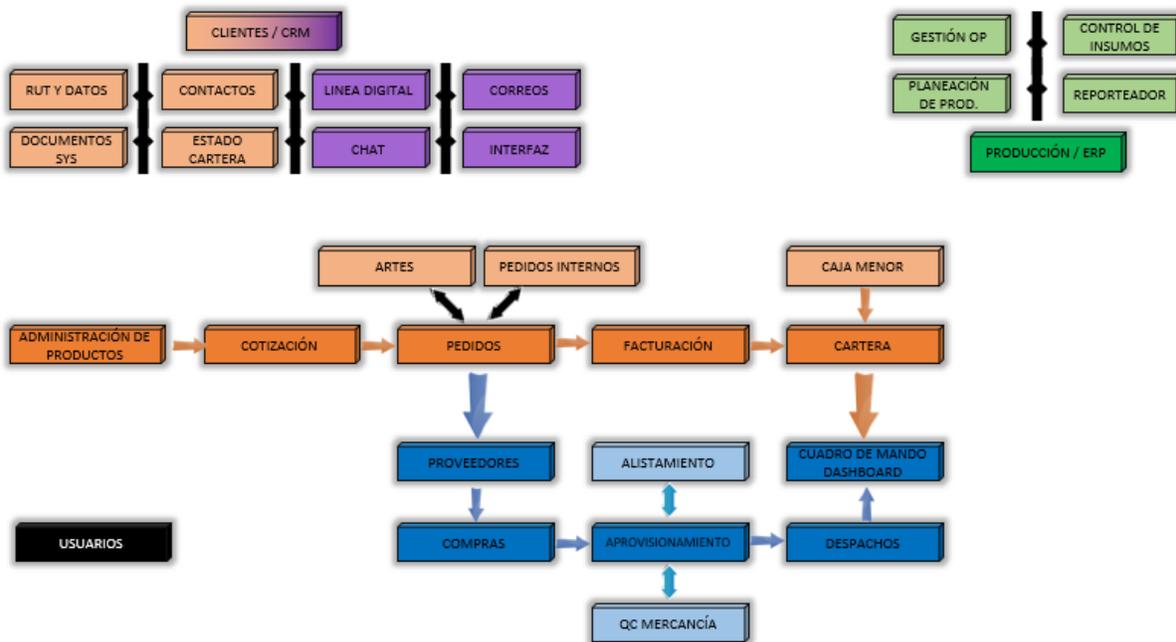
- Varios



Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Diseño del Sistema de Información

Figura 27. Diagrama de la interacción de los módulos del sistema

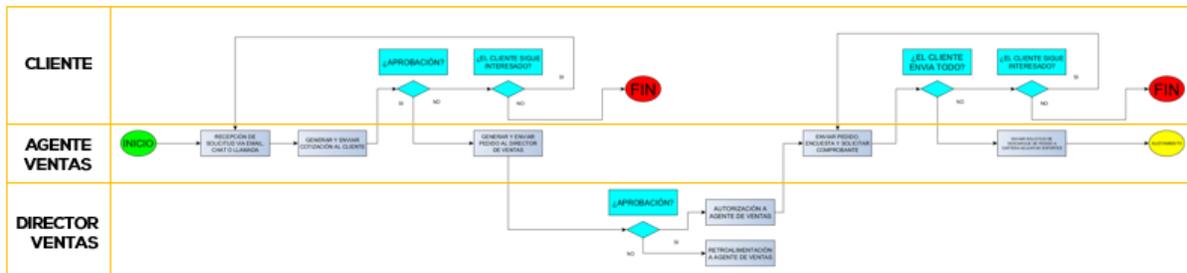


Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Diseño del Proceso Comercial

Figura 28. Diagrama de flujo del proceso Comercial

PROCESO COMERCIAL - VENTAS



Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Requisitos del Módulo de Actualización de Precios

- En el proceso de actualización automático de productos, La información que se muestra en la página web debe ser igual a la información contenida en la base de datos (SYS).
- La información a tomar de proveedor corresponde a: Visibilidad del producto (Depende del inventario), el precio, los descuentos.
- De acuerdo al precio y los descuentos, el sistema actualiza las variables binarias de descuentos y calcula la categoría de costo.
- Categoría de costo aplica únicamente cuando el producto es sujeto de descuento por escala/volumen.
- Se debe garantizar que todos los productos de cada bodega registrados en la web sean verificados en cada actualización.
- Los productos que no se encuentren visibles en el proveedor deben apagarse (en la web: el campo “visibilidad en catálogo” hacerlo “oculto”).
- Cuando la información no se encuentre completa (en caso de faltar el precio o la descripción en el proveedor), el sistema debe apagar el producto.
- El sistema debe identificar si un producto pasó a precio neto (No aplica descuento distribuidor), y actualizar sus estados de descuento, impidiendo que se apliquen al producto tanto en web como en sys.
- El sistema debe identificar los productos nuevos en cada proveedor, creándolos en las tablas principal y de IVA, y notificando a los directores comerciales la creación en el sys de cada producto. También deben crearse en la web e incluirse en las listas de actualización diaria de productos.
- El sistema debe actualizar los inventarios.

Figura 29. Bosquejo de interfaz de usuario del módulo Actualización de precios

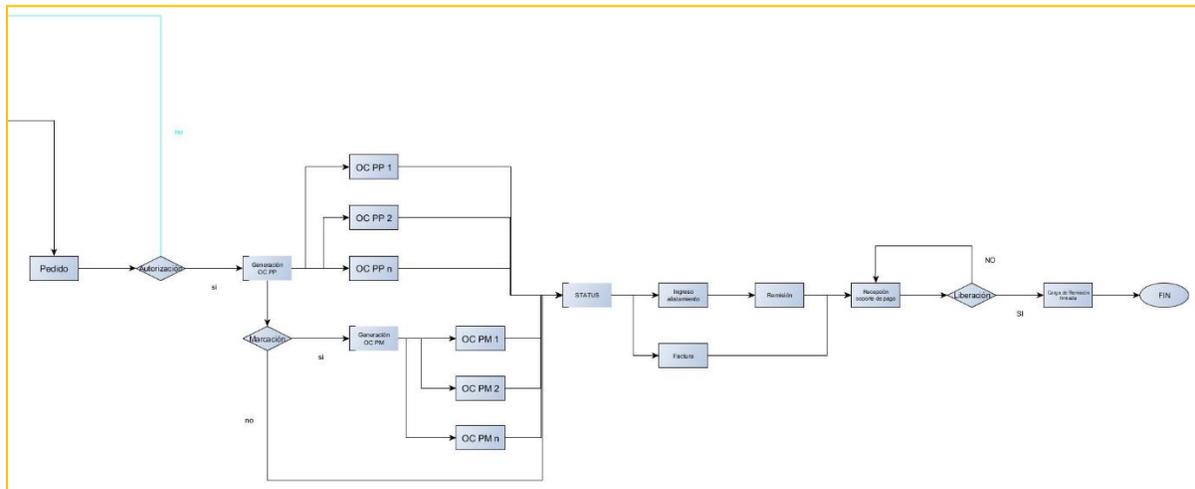


Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Diseño del Proceso de Aprovisionamiento

Continuando desde el proceso Comercial, el flujo de actividades del proceso de aprovisionamiento se presenta a continuación:

Figura 30. Diagrama de flujo del proceso Aprovisionamiento

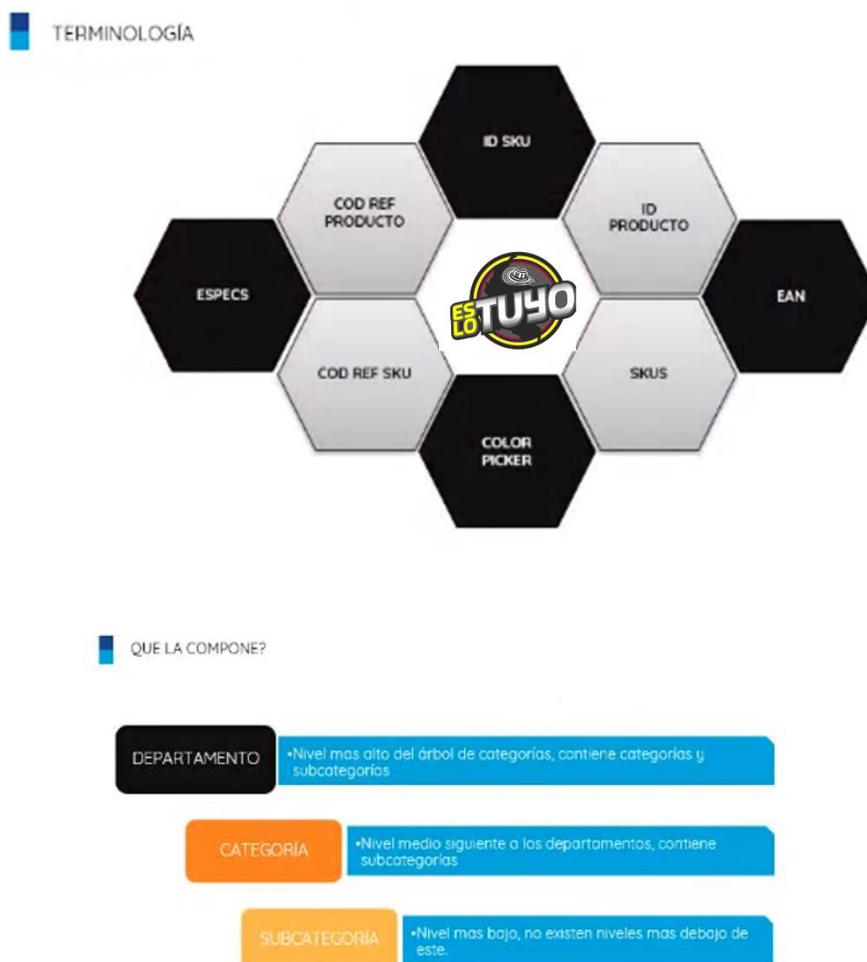


Nota: ESLOTUYO SAS, 2019.

Diseño de la Web

El diseño de la estructura de la página web se realizó adoptando la metodología propuesta por la agencia Blacksip, en la cual se utilizan 4 etapas para la construcción del ecommerce: 1. Definición de atributos de los productos, 2. Estructura de almacenamiento de productos por departamentos (Meta categorías), categorías y subcategorías. 3. Definición de complementos. 4. Relacionamiento de subcategorías en categorías y de categorías por departamento. La estructura utilizada se muestra en las imágenes a continuación.

Figura 31. Estructura del sitio Web



QUE LA COMPONE?



COMPLEMENTOS



Nota: Blacksip, 2019.

Diseño de la Identidad Corporativa

El diseño de la identidad corporativa se realizó utilizando los elementos en el taller de identidad corporativa de la Cámara de Comercio de Bogotá. Allí se definieron los elementos

fundamentales tanto para el logo como para el uso de la identidad corporativa, tal como se describen a continuación.

Misión

Ofrecer productos de excelente calidad, haciendo que para nuestros clientes la experiencia de compra en ecommerce sea tan confiable, y mucho más cómoda, que la experiencia en tiendas físicas.

Visión

Continuaremos siendo reconocidos como la empresa que se interesa en la satisfacción de sus clientes y cumple a sus clientes con lo prometido. En 2023 seremos ampliamente reconocidos en el mercado del ecommerce a nivel nacional

Determinación de productos

El portafolio global de la tienda contempla 6 meta categorías: Bebé, juguetería, Deportes, Hogar, Tecnología y Bienestar y belleza. Para realizar el lanzamiento, la gerencia ha decidido abordar inicialmente Bebé y juguetería a fin de concentrar esfuerzos de mercadeo y promoción en segmentos específicos de mercado; y gradualmente se incluirán portafolios relacionados a las demás categorías.

En la meta categoría Bebé se relacionarán las categorías: Caminadores, coches, cunas y corrales, mecedoras y columpios, sillas para baño, sillas para vehículo, entre otras.

En la meta categoría juguetería se relacionarán las categorías: Montables, juegos de mesa, Blanditos, juegos de actividades, juegos didácticos, juegos para niñas, entre otras.

Segmentación de mercado

De acuerdo con las Meta categorías seleccionadas, y utilizando la herramienta de segmentación de las redes sociales, se determinó como estrategia generar una segmentación objetivo utilizando las variables demográficas que se relacionan a continuación:

Lugar - Viviendo en

Colombia: Medellín (+24 km) Antioquia; Cali (+25 km) Valle del Cauca; Bogotá (+40 km)

Distrito Especial

Edad

25 - 50

Personas que coinciden con

Intereses: Juguetería, Juegos y juguetes de niñas, Didáctica, Maternidad, Regalos, Juguetes, Niñas, Chicco, Fisher-Price, Padres/madres, Niños o Dr. Brown's, Padres: Padres con niños pequeños (1-2 años), Padres con hijos en edad preescolar (3-5 años) o Padres con hijos en la primera etapa escolar (6-8 años) y Acontecimiento importante: Cumplen años en el mes de noviembre

El resultado del tráfico generado por la publicidad generada a este segmento, se revisará periódicamente para ser optimizado utilizando la herramienta de Google analytics , y posteriormente se desarrollaran modelos “look alike” con el fin de lograr que el esfuerzo de publicidad y ventas sea más asertivo.

Identidad Corporativa

Para establecer el manual de uso de la identidad corporativa fue seleccionada la firma de diseño Avyros Designs. El resultado del servicio contratado se muestra a continuación.

Logo

Figura 32. Logo



TIPOGRAFÍA LOGO

TIPOGRAFÍA: QUEEN OF CAMELOT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

'?!(%)[#{@}/&\<-+=>\$£::..'

Nota: Avyros Designs, 2019.



Manual de identidad corporativa

Figura 33. *Manual de identidad corporativa*



EL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA EXPONE LOS ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD DE ES LO TUYO. EN EL MISMO INDICAMOS SU USO ADECUADO.

EL MANUAL DE LA MARCA NO ES ÚNICAMENTE EL LOGOTIPO, ES UN ESQUEMA DE DISEÑO ÚNICO COMPUESTO DE VARIOS COMPONENTES, QUE JUNTOS CREAN UN ESTILO VISUAL DISTINTO, DEBE SER POR TANTO UNA HERRAMIENTA “VIVA” Y PRESENTE EN TODAS LAS APLICACIONES DE LA MARCA CORPORATIVA, Y SU CONVIVENCIA CON SUS PRODUCTOS.

LAS DIRECTRICES QUE CONTIENE ESTE DOCUMENTO NO PRETENDEN, DE NINGUNA MANERA, RESTRINGIR LA CREATIVIDAD DE LA EMPRESA, SINO SER UNA GUÍA QUE ABRA NUEVAS POSIBILIDADES CREATIVAS DE COMUNICAR SU PROPIA ESENCIA.

ES NECESARIO SEGUIR LAS DIRECTRICES PARA CONSEGUIR UNA APLICACIÓN FUERTE Y CONSISTENTE DE NUESTRA IDENTIDAD Y CONSTRUIR UNA FUERTE CONCIENCIA Y RECONOCIMIENTO DE LA MARCA.

EL MANUAL DE IDENTIDAD Y MARCA DESCRIBE LAS PAUTAS DE DISEÑO PARA IMPLEMENTAR LA IDENTIDAD Y ESTILO VISUAL. EL MANUAL ESTÁ DISEÑADO PARA EMPLEADOS PROPIOS COMO TAMBIÉN PARA SOCIOS COMERCIALES, EJEMPLO: AGENCIAS DE PUBLICIDAD, ESTUDIOS GRÁFICOS, DISEÑADORES, IMPRENTAS, PROVEEDORES, ENTRE OTROS

EL LOGOTIPO ES LO TUYO ESTÁ CLASIFICADO COMO ISOLOGO. SE LES LLAMA ISOLOGO A LA UNIÓN DEL TEXTO CON LA IMAGEN. AMBOS SIGNOS SON EN LO FORMAL DEPENDIENTES Y TIENEN LA CAPACIDAD DE IDENTIFICAR EN CONJUNTO

Nota: Avyros Designs, 2019.

Figura 34. Usos y variaciones permitidas del Logo



IMAGEN PARA REDES SOCIALES
JPG 900 PX



VERSIÓN NEGATIVO



VERSIÓN POSITIVO



MARCA NOMINATIVA



MARCA NOMINATIVA



COLORES CMYK

#000000	#FFFF00	#0000FF

COLORES RGB

#000000	#FFFF00	#0000FF
#FF0000	#808080	#FFFFFF

ICONOS



TIPOGRAFÍA

QUEEN OF CAMELOT [ITALIC]

QUEEN OF CAMELOT

Fuente de fuente Queen of Camelot
 Fuente creada por Avyros Design, 2019
 Distribución gratuita, formato digitalizado, fuente libre

Fuente de fuente Queen of Camelot
 Fuente creada por Avyros Design, 2019
 Distribución gratuita, formato digitalizado, fuente libre

12 EL VELOZ MURCIÉLAGO HINDÚ COMÍA FELIZ CARDILLO Y HINO LA OIGÉRA TOCABA EL SAJO
 13 EL VELOZ MURCIÉLAGO HINDÚ COMÍA FELIZ CARDILLO Y KIWI L
 14 EL VELOZ MURCIÉLAGO HINDÚ COMÍA FELIZ CA
 15 EL VELOZ MURCIÉLAGO HINDÚ C
 16 EL VELOZ MURCIÉLAGO

12 EL VELOZ MURCIÉLAGO HINDÚ COMÍA FELIZ CARDILLO Y HINO LA OIGÉRA TOCABA EL SAJO
 13 EL VELOZ MURCIÉLAGO HINDÚ COMÍA FELIZ CARDILLO Y KIWI L
 14 EL VELOZ MURCIÉLAGO HINDÚ COMÍA FELIZ CA
 15 EL VELOZ MURCIÉLAGO HINDÚ C
 16 EL VELOZ MURCIÉLAGO

Diseñadores Rony Cabarcas y Alvys Gomez - San Diego de los Altos, Miranda - Venezuela

avyrosdesign2016@gmail.com
 +58 412 3014944

Nota: Avyros Designs, 2019.

Conclusiones

ESLOTUYO SAS y su plataforma web eslotuyo.com.co es un emprendimiento empresarial diseñado e implementado tal como se describió a lo largo de este documento, el cual inicio operaciones en el año 2021, y actualmente se encuentra funcionando para la comercialización de artículos de las categorías de juguetería, bebé y deportes. Respecto a los objetivos del proyecto, puedo concluir que:

Se implementaron herramientas de análisis de márgenes, y se construyó en base a ellas, un modelo para asignación de precios que permita mantener condiciones de competitividad en el mercado respecto a los productos importados.

El mercado colombiano se encuentra saturado de productos importados, los pequeños proveedores no se encuentran interesados en ajustarse a lineamientos que permitan mantener la promesa de valor de un canal de este estilo. Por otra parte, las medianas comercializadoras de la industria se apoyan en una mezcla de portafolios nacionales e importados, por lo cual no es posible garantizar que el portafolio de productos se componga de al menos un 50% de productos locales, gestionados a través de un modelo dropshipping.

Se realizó un sistema de análisis de rotación de inventarios y tendencias de mercado. Se identificó que es necesario, ya que los competidores de mayor participación en el mercado lo utilizan, razón por la cual, en vez de ser una ventaja competitiva, este sistema resulta ser un requisito para permanecer en el mercado.

Las metas de ventas establecidas en el pronóstico de ventas fueron superadas, sin embargo, el margen neto alcanzado fue inferior al proyectado, ya que en el ejercicio evidenció que algunos competidores en el mercado utilizan campañas muy agresivas, en particular para la comercialización de saldos, factor que impactó directamente en nuestra función de asignación de

precios y con ello, en la utilidad operacional. Las ventas presupuestadas para los 5 meses correspondían a \$74.178.550, y su costo de ventas \$37.800.230, para una utilidad operacional del 49,04% de acuerdo al presupuesto inicial (Ver presupuesto incluido en el PLAN DE GESTIÓN DE COSTOS del proyecto). El valor de las ventas reales de los 5 meses correspondió a \$80.105.220, y el costo de ventas acumulado en el mismo periodo fue de \$49.830.890 por lo que el margen operacional disminuyó a 37,79%.

Ninguno de los pequeños productores y comercializadores nacionales de juguetería, contactados y estudiados, cuenta con los procesos productivos y logísticos requeridos para vincularse al modelo de negocio propuesto. Por otra parte, los medianos mezclan la producción nacional propia con una mezcla de artículos de importación, disponen de una gran variedad de canales de ventas, y ya cumplen con las condiciones requeridas para este modelo. Es necesario un esfuerzo diferente en la tecnificación y estandarización de los procesos productivos a fin de poder hacer de los pequeños productores nacionales, jugadores capaces de participar en el mercado del ecommerce. Para nuestro proyecto, los proveedores seleccionados fueron Redicol (Reditoys), Dima Juguetes (Monkey market), y el importador y distribuidor Continente.

Social: El diseño e implementación de un emprendimiento empresarial soportado en una herramienta tecnológica de comercio electrónico económicamente sostenible, que opere con proveedores colombianos, si es posible. El modelo de negocio es funcional y económica sostenible por lo que este tipo de emprendimientos si constituyen una alternativa para la población colombiana ocupada informalmente.

Ambiental: La adopción de políticas tales como la no utilización de bolsas plásticas marcadas adicionales, y la implementación de los programas de uso eficiente de agua y energía,

permiten que este modelo de negocio afecte de forma mínima el impacto ambiental generado por la comercialización de estos productos.

Recomendaciones

Como parte de la experiencia adquirida en el desarrollo de este proyecto, identifique las siguientes recomendaciones para cualquier persona que quiera replicar este ejercicio:

Identificar el nicho de mercado: Antes de empezar, es importante definir qué los tipo de productos o servicios a ofrecer y a quién se dirigiran. Investigar y analizar el mercado para encontrar una oportunidad de negocio que permita destacar.

Crear una estrategia de marketing sólida: Una estrategia de marketing efectiva para llegar a los potenciales clientes. Utilizar las redes sociales, el email marketing y otras herramientas digitales para promocionar productos o servicios.

Ofrecer una experiencia de compra satisfactoria: Asegurar que el sitio web sea fácil de navegar y que la experiencia de compra sea agradable para los clientes. Ofrecer múltiples opciones de pago y envío, y asegurarse que los productos lleguen en buen estado y en el plazo acordado.

Mantener una comunicación cercana con los clientes: Conocer sus necesidades y expectativas. Utilizar encuestas, chats en línea y otros medios para recopilar feedback y mejorar el negocio.

Adaptar el negocio a las tendencias: El mundo del comercio electrónico está en constante evolución, por lo que es importante estar al tanto de las últimas tendencias y adaptarse a ellas.

Referencias Bibliográficas

- Ariza, F. (2016) Calidad en el proyecto (OVI). <http://hdl.handle.net/10596/9847>
- Ariza, F. (2016) Plan de gestión de los costos del proyecto (OVI).
<http://hdl.handle.net/10596/9287>
- Bahamón, C. (2013) ANÁLISIS SECTORIAL DE LAS GRANDES SUPERFICIES EN COLOMBIA. Universidad ICESI. Santiago de Cali.
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/76673/1/analisis_sectorial_colombia.pdf
- Banco Mundial (2021) Población rural (% de la población total) – Colombia.
<https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.RUR.TOTL.ZS?locations=CO>
- Calle, Reina, Rodríguez, Valderrama. (2017). *Plan de comunicaciones para el proyecto. Gestión de los stakeholders, Especialización en gestión de proyectos.* Colombia: UNAD.
- Certcampus (2015). Casos de estudio: Teoría en la práctica. UN VOTO POR LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS. La dirección de proyectos estandarizada ayuda a Indra a desarrollar un sistema de votación automatizado de alta gama en Noruega. <http://campus.certcampus.com/mod/page/view.php?id=414>
- Gerencie.com, (2017). Diferencia entre costo y gasto. Guía Laboral 2018.
<https://www.gerencie.com/diferencia-entre-costo-y-gasto.html>
- ISO. (2015). ISO 9001 SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD – Requisitos. ICONTEC (Edición), Colombia.
- ISO. (2018). ISO 10005 SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - Directrices para los planes de la calidad. Secretaría Central de ISO en Ginebra, Suiza.

ITM Platform. (2016). Las normas ISO en la de Gestión de Proyectos.

<http://www.itmplatform.com/es/blog/las-normas-iso-en-la-de-gestion-de-proyectos/>

Liderazgo Lean 6 Sigma . (2016). Análisis Causa Raíz.

<https://www.youtube.com/watch?v=FB5lVa3zIm0>

Negocios y Emprendimiento (2015). Teoría de la fijación de metas según Edwin Locke.

<http://www.negociosyemprendimiento.org/2015/09/teoria-fijacion-metas-edwin-locke.html>

OPM experts. (2018). An Introduction to Organizational Project Management (OPM) & OPM3. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=nJQqQMqMaG4>

Project Management Institute. (2017). *Guía de los fundamentos para la dirección de proyecto*. SEXTA EDICIÓN.

Revista semana. (2014). Si son Grandes superficies.

<https://www.semana.com/grandes-superficies-colombia/201679/>

Reyes Castro, A. (2016). *Unidad 1. Sistemas de Información para la Gestión de Proyectos*. Bogotá, Colombia: UNAD. <http://hdl.handle.net/10596/10167>

Riquelme. WEB Y EMPRESAS. Diferencia entre costos directos e indirectos. GESTIÓN FINANCIERA.

<https://www.webyempresas.com/diferencia-entre-costos-directos-e-indirectos/>

Rivero, Z. J. P. (2015). *Costos y presupuestos: reto de todos los días*. Lima, PERÚ: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?ppg=15&docID=11127107&tm=1480424867936>

Rodríguez, Rojas. (2015). *TÉCNICAS DE ESTIMACIÓN DE COSTOS PARA PROYECTOS: REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE 2005 A 2015*. UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSE DE CALDAS.

<http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/2874/1/Rodr%C3%ADguezGuti%C3%A9rrezHern%C3%A1nGuillermo2015.pdf>

Salgueiro, A. (2015). *Indicadores de gestión y cuadro de mando*. Madrid, España: Ediciones Díaz Santos

<http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=11335881&pg=14>