



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSION

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

1 de 1

Neiva, 28 de noviembre de 2017

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Angela Rocio Ortiz Díaz, con C.C. No. 1.075.261.744,

Marly Yulieth Ortiz Damián, con C.C. No. 1.081.405.555,

autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado VIABILIDAD FINANCIERA EN LA IMPLEMENTACION DEL APLICATIVO "MOVIL DOORS" EN LA EMPRESA RAPIVENTAS DEL SUR, presentado y aprobado en el año 2017 como requisito para optar al título de ESPECIALISTA EN GESTION FINANCIERA;

Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales "open access" y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma:

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: Marly Yulieth Ortiz Damián

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: Viabilidad financiera en la implementación del aplicativo "Movil Doors" en la empresa Rapiventas del Sur.

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Ortiz Damián	Marly Yulieth
Ortiz Díaz	Ángela Rocío

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Forero Sánchez	Ferney

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Forero Sánchez	Ferney

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Especialista en gestión financiera

FACULTAD: Economía y administración

PROGRAMA O POSGRADO: Especialización en gestión financiera

CIUDAD: Neiva

AÑO DE PRESENTACIÓN: 2017

NÚMERO DE PÁGINAS: 61

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas Fotografías Grabaciones en discos Ilustraciones en general Grabados
Láminas Litografías Mapas Música impresa Planos Retratos Sin ilustraciones Tablas
o Cuadros

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento: Microsoft Word, Acrobat Reader.

Vigilada mieducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



MATERIAL ANEXO: Ninguno

PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o Meritoria):

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. <u>Pedidos</u>	<u>orders</u>	6. <u>Viabilidad</u>	<u>viability</u>
2. <u>Aplicativo</u>	<u>application</u>	7. <u>Lista de precios</u>	<u>Price list</u>
3. <u>Canal de distribución</u>	<u>distribution channel</u>	8. <u>Estado de cartera</u>	<u>Portafolio status</u>
4. <u>Inventarios</u>	<u>inventories</u>	9. <u>Facturación</u>	<u>Billing</u>
5. <u>Tiempo real</u>	<u>real time</u>	10. <u>Inversión</u>	<u>investment</u>

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

Rapiventas del Sur cuenta con un canal de distribución Tienda a Tienda, que desde hace 12 años presta este servicio al Sur Occidente del Huila y Oriente Caucaño. Llevando a estas zonas productos de marcas reconocidas como Grupo Familia, Tecnoquímicas, Quala, entre otros.

De acuerdo a un análisis realizado en Junio de 2017 al proceso de ventas (pedidos y facturación), se puede observar que con una muestra de 1318 facturas, arroja que el 30% (395 facturas) se encuentran con deficiencia en la existencia de productos como el mayor problema localizado en la realización de pedidos al no contar con información actualizada. De acuerdo a la situación planteada anteriormente, analizamos que para mitigar este riesgo operativo se ve la necesidad de implementar un software de ventas.

Para dar solución a esta situación problema se hace necesario proyectar los estados financieros de la empresa y determinar la viabilidad financiera de la implementación de estas nuevas tecnologías. Tras el estudio del software de ventas (Mobil Doors y Génesis) y después de realizar un análisis financiero, se pudo concluir que la opción de implementar dicho software es viable y se optó por la mejor opción para la empresa que es "Mobil Doors". Se realizaría una inversión de M\$5 y a partir de allí se proyectaron los Estados financieros, arrojando un Valor presente neto de M\$130,9, con una tasa interna de retorno del 32% mayor a la tasa de oportunidad del inversionista que se encuentra en el 21%, determinando así la viabilidad de esta inversión.

Vigilada mi educación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

Rapiventas del Sur has a store-to-store distribution channel (TAT), which for 12 years has provided this service to the South West of Huila and the East of Cauca. Taking to these areas products of recognized brands such as Grupo Familia, Technochemical, Quala, among others.

According to an analysis carried out in June 2017 to the sales process (orders and billing), with a sample of 1318 invoices, it shows that 30% (395 invoices) meet the deficiency in the existence of products as the biggest problem located in ordering when not having updated information. According to the situation outlined above, it is analyzed that to mitigate this operational risk, the need to implement sales software is seen.

To solve this problem situation it is necessary to project the financial statements of the company and determine the financial viability of the implementation of these new technologies. After studying the sales software (Mobil Doors and Genesis) and after conducting a financial analysis, it was concluded that the option to implement such software is viable and the best option was chosen for the company, which is "Mobil Doors". An investment of M \$ 5 would be made and from there the Financial statements were projected, yielding a net present value of M \$ 130.9, with an internal rate of return of 32% higher than the investor's opportunity rate that is 21%, thus determining the viability of this investment.

APROBACION DE LA TESIS

Nombre Presidente Jurado: Alfonso Manrique Medina

Firma:

Nombre Jurado: Ferney Forero Sánchez

Firma:

Nombre Jurado: Carlos Harvey Salamanca Falla

Firma:

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
ESPECIALIZACION EN GESTION FINANCIERA

VIABILIDAD FINANCIERA EN LA IMPLEMENTACION DEL APLICATIVO
“MOVIL DOORS” EN LA EMPRESA RAPIVENTAS DEL SUR

ANGELA ROCIO ORTIZ DIAZ
MARLY YULIETH ORTIZ DAMIAN

NEIVA-HUILA

2017

Tabla de contenido

1.	Introducción.....	8
2.	Justificación.....	10
3.	Reseña Empresarial.....	11
3.1.	Estructura Organizacional	12
3.2.	Teleología Organizacional	13
4.	Descripción del problema.....	15
5.	Objetivos	17
5.1.	Objetivo general	17
5.2.	Objetivos específicos	17
6.	Marco teórico.....	18
6.1.	Informe de experiencias	18
6.2.	Estudios de investigación en aplicativos móviles	20
7.	Diseño Metodológico	21
7.1.	Tipo de Investigación.....	21
7.2.	Población.....	21
7.3.	Muestra.....	22
7.4.	Fuentes de información.....	23

7.4.1. Primarias	23
7.4.2. Secundarias.....	23
7.5. Técnicas de recolección de información	24
8. Resultados obtenidos	25
8.1. Análisis de las propuestas informáticas	25
8.1.1. Propuesta Móvil Doors	26
8.1.2. Propuesta Génesis	29
8.1.3. Inversión de las propuestas informáticas.....	31
8.2. Estudio de mercado.....	32
8.3. Aplicación de encuestas y análisis de resultados	34
9. Estudio Financiero	38
9.1. Horizonte de Tiempo	38
9.2. Proyección Estados Financieros	38
9.3. Proyección Indicadores Financieros	38
9.4. Valor presente Neto (VPN) y Tasas Interna de Retorno	39
10. Conclusiones	42
11. Anexos	45
11.1. Anexo Matriz DOFA Rapiventas del Sur.....	45
11.2. Anexo Formato de encuestas aplicadas.....	46
11.2.1. Encuesta Competencia	46

11.2.2. Encuesta empleados	47
11.2.3. Encuesta clientes.....	48
11.3. Anexo de entrevista aplicada	49
11.4. Anexo Proyección financiera.....	53
11.4.1. Estado de resultados comparativo 2015-2016	53
11.4.2. Estado de situación financiera comparativo 2015-2016.....	54
11.4.3. Supuestos para proyección financiera	55
11.4.4. Estado de resultados proyectado.....	57
11.4.5. Estado de situación financiera proyectado	58
11.4.6. Flujo de caja del proyecto	59
11.4.7. Indicadores financieros	60
12. Bibliografía.....	61

Índice de tablas

Tabla No. 1. Aplicativos móviles de ventas	20
Tabla No. 2. Cálculo de la muestra.....	22
Tabla No. 3. Encuestas a realizar	23
Tabla No. 4. Descripción de aplicativos	25
Tabla No. 5. Descripción propuesta Movil Doors	26
Tabla No. 6. Descripción propuesta Genesis.....	30
Tabla No. 7. Inversión en aplicativos móviles	31
Tabla No. 8. Flujo de caja bruto operativo	40

Índice de gráficos

Gráfico No. 1. Supervision de vendedores.....	29
Gráfico No. 2. Productos mas vendidos.....	29
Gráfico No. 3. Volumen de venta por cliente.....	29
Gráfico No. 4. Productos mas vendidos.....	29
Gráfico No. 5. Analisis clientes.....	35
Gráfico No. 6. Analisis empleados.....	36
Gráfico No. 7. Analisis competencia.....	37

Índice de figuras

Figura No.1. Organigrama Rapiventas del Sur.....	12
--	----

1. Introducción

Rapiventas del Sur fue creada hace 12 años para la distribución de productos de consumo, medicamentos, aseo personal y para el hogar y está ubicada en el municipio de La Plata Huila. En promedio vende M\$315 al mes, cuenta con 10 empleados y 700 clientes de los cuales un 71% se ubica en sector rural de los departamentos de Huila y Cauca.

El presente proyecto pretende determinar la viabilidad financiera para la implementación del aplicativo “Movil Doors” y mejorar la eficiencia empresarial. En su distribución de productos la empresa tarda de 1 a 2 días para entregar pedidos en el casco urbano y 2 días en el sector rural.

De acuerdo a un estudio interno de pedidos y facturación (2017), un 30% de sus facturas no se pueden llevar a cabo por falta de producto, en un 4% fue necesario cambiar el código de producto y un 2% se despacha la mercancía incompleta. Esta situación se presenta por carecer de información en tiempo real al facturar al cliente, perdiendo en competitividad por baja actualización de precios, inventarios, cartera, manejo de efectivo en especial con sus clientes del sector rural.

El estudio de mercado revela que un 57% de los clientes a favor del uso de aplicativos móviles como excelente opción, mientras que el 39% la consideró buena opción. En el mismo sentido un 70% de sus empleados la consideran una buena alternativa, entre tanto un 30% lo consideran excelente el beneficio hacia las ventas y facturación, Incluso los mismos competidores se manifiestan hasta en un 75% con un excelente nivel de aceptación. Tal es el caso de la empresa Distribuidora Aldana & Cia S en C, de la ciudad de Neiva, que desde hace 3 años viene

apoyando su operación con estos aplicativos. Este mismo estudio indica que existen en el mercado varias opciones a partir del uso de aplicativos móviles, que para este estudio fueron objeto de comparación desde el punto de vista técnico y financiero.

El estudio financiero con un horizonte de análisis de 5 años, revela como factible una inversión de M\$5 en la licencia e implementación del aplicativo “Movil Doors” (software) así como los computadores y equipos móviles (Hardware), la cual tiene la capacidad técnica de resolver los problemas de eficiencia, empezando por el alto índice de tiempo en la entrega de pedidos. Por ser una empresa en marcha se considera como inversión total el patrimonio de la empresa situado en de \$457 millones,

Se proyectan para el primer año de análisis de proyección (2017), ingresos por M\$3.945, costos y gastos por M\$3.828 millones y utilidad antes de impuestos por M\$199; con tendencias crecientes en todo el horizonte de tiempo. Se estima para el proyecto un VPN de M\$130,9 positivo y una TIR del 32% mayor a la tasa de oportunidad del inversionista situado en el 21%. Por otro lado, en toda la vida útil del proyecto cuenta con un ROA (rendimiento del activo) mayor al CK (costo de capital). Así mismo un ROE (Rendimiento del patrimonio) mayor al TMRR (tasa mínima del inversionista). Por lo citado anteriormente se considera que el proyecto es factible desde el punto de vista técnico y financieramente viable.

2. Justificación

La Empresa Rapiventas del Sur, de acuerdo a un estudio interno de pedidos y facturación durante el mes de Julio de 2017, da cuenta que de 1.318 facturas un 30% (395 facturas) de éstas ventas no se pueden llevar a cabo por falta de producto, en un 4% (57 facturas) fue necesario cambiar el código de producto y en un 2% (30 facturas) se despacha la mercancía incompleta. Es decir con mucha frecuencia, una vez se reciben los pedidos por parte del auxiliar de bodega, al verificar existencias no se cuenta con las mismas.

Esta situación que viene de años atrás, afecta en principio al área de pedidos y facturación, con impactos importantes en la gestión administrativa y financiera. Por ejemplo en la calidad de la atención a los clientes, los record de ventas, indicadores de rotación de cartera, de inventarios, márgenes de utilidad y rentabilidades del activo y el patrimonio.

Existen en el mercado soluciones que permiten optimizar la realización de los pedidos, con herramientas en tiempo real (software de pedidos y facturación por internet y hardware de dispositivos móviles) que permiten garantizar el éxito de estos procesos, con la eficiente entrega en los días pactados.

Se pretende dar a la gerencia las directrices a seguir para tomar la decisión de implementar este software (aplicativo móvil) y si éste a su vez podrá dar una solución real a el inconveniente.

Además permitirá tener un control sobre los estados de cuenta de sus clientes y abonos realizados a sus deudas, en tiempo real; sobre todo en las zonas donde no es tan fácil el acceso a conocer de primera la información acerca de stocks de inventarios reales y precios actualizados de las referencias de productos.

3. Reseña Empresarial

Rapiventas del Sur fue creada en Octubre 12 de 2005, su objeto social corresponde a la distribución de productos de consumo, medicamentos, aseo personal y para el hogar; está ubicada en el municipio de La Plata Huila, atiende al comercio plateño y poblaciones aledañas del municipio. La Empresa en promedio vende M\$315 por mes, cuenta con 700 clientes distribuidos de la siguiente manera, 500 clientes en la zona de poblaciones y 200 en el casco urbano del municipio, de los cuales el 72% son personas Naturales y el 28% son personas Jurídicas. El tipo de establecimientos que visita la distribuidora son las tiendas, autoservicios, supermercados, pañaleras y droguerías, hasta llegar al consumidor final.

A groso modo se tiene una relación de ventas, donde aproximadamente el 40% de ventas se realizan en el Departamento del Cauca y el 60% de ventas en el Departamento del Huila. Las poblaciones atendidas son: La Argentina, Belén, Gallego, El Pital, Socorro, San Andrés, Nátaga, Paicol, Tesalia, Iquira, Pacarní, Rio Negro y Monserrate, en la zona del departamento del Cauca se encuentra: Itaibe, El Páez, Inzá y centros poblados aledaños a estos sitios.

Hitos

AÑO 2005. La empresa inicia con la distribución directa del Grupo Familia, quienes hacen parte esencial en el nacimiento de esta empresa. Ocho meses después se busca trabajar con empresas como Altipal y Colombina directos en distribución.

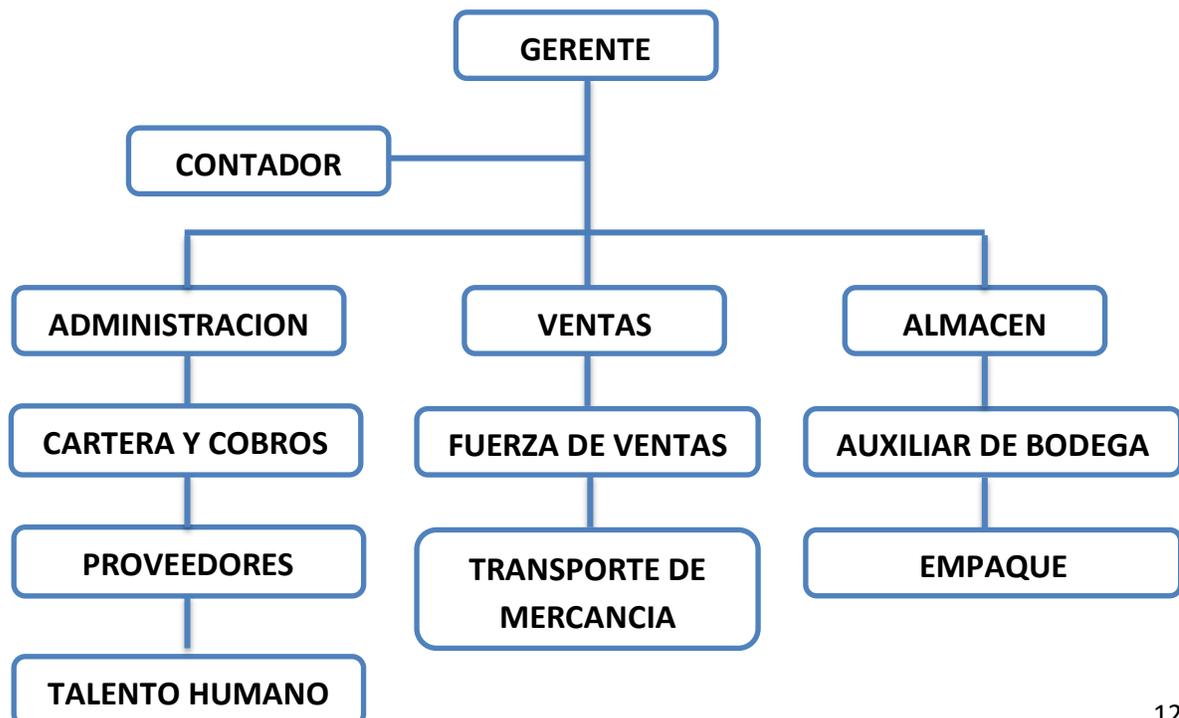
AÑO 2007. Rapiventas del Sur logra trabajar con otras casas matrices directas como son: Tecnoquimicas, Azul k, Dicorp y Quala, fortaleciendo la variedad de productos a clientes. En este mismo año se logra tener como propiedad vehículos para cubrir las rutas en reparto de mercancía.

AÑO 2009. Se cuenta con Instalaciones locativas propias y Propiedad Planta y Equipo, para prestar un mejor servicio a los clientes, de esta manera se referencia la parte administrativa y fuerza de ventas.

3.1. Estructura Organizacional

Rapiventas del Sur mantiene un claro horizonte con sus clientes, es el de prestar un servicio de calidad con eficiencia y eficacia. Sin embargo, desde el punto de vista administrativo, tiene pendiente plasmar su Estructura Organizacional, la cual se propone a continuación:

Figura No. 1. Organigrama Rapiventas del Sur



FUENTE: Realizada por el equipo de trabajo.

3.2. Teleología Organizacional

Rapiventas del Sur, en el día a día mantiene una línea de acción orientada con una clara misión, visión y valores corporativos. Sin embargo ésta aún no se encuentra estipulada. Por lo tanto se sugiere que esta teleología sea una propuesta que pueda ser analizada y evaluada por la Organización.

Misión:

Brindar un excelente servicio y buscar el reconocimiento de una empresa líder en la distribución de productos de consumo masivo, fortaleciendo la relación comercial con nuestros clientes; brindando calidad en los productos, un servicio personalizado, estrategias de mercadeo, eficiencia y rentabilidad.

Visión:

En el 2020, Rapiventas del Sur, estará posicionado como la empresa líder en El sur Occidente del Huila, que comercializa un amplio portafolio de productos de consumos masivos y populares a nivel regional. Categorizándonos como la primera opción de compra y fortaleciendo los canales de distribución. Aportando al crecimiento sostenible de la región a través de herramientas de tecnología y protección al medio ambiente implementadas por el equipo humano de nuestra empresa.

Principios y Valores corporativos

***Eficiencia:** Brindar el mayor beneficio a los clientes, de forma adecuada y oportuna, buscando siempre ser la mejor opción del mercado.

***Servicio de Calidad:** el servicio al cliente como principal virtud de la empresa, buscando impactar positivamente en la atención para ofrecer calidad al consumidor.

***Responsabilidad:** Que el cliente cuente con la certeza que su pedido o su compra se realizara de la manera más efectiva posible, en los tiempos pactados y con la mejor atención posible.

***Compromiso:** Actuar con sentido de responsabilidad social y contribución a la región.

***Trabajo en Equipo:** La labor diaria en equipo hace que los trabajadores se fortalezcan y den su mejor fuerza para llevar a cabo todas las actividades y prestar el mejor servicio.

***Bienestar Social:** La empresa como actor de la economía en la sociedad, es generadora de empleo, da solución a las necesidades de sus consumidores y aporta al mejoramiento de las condiciones sociales de la comunidad.

4. Descripción del problema

Rapiventas del Sur en su proceso de distribución de productos, emplea de 1 a 2 días para entrar pedidos en el casco urbano y 2 días en el sector rural. De acuerdo a un estudio interno de pedidos y facturación durante el mes de Julio de 2017, da cuenta que de 1.318 facturas un 30% (395 facturas) de éstas ventas no se pueden llevar a cabo por falta de producto, en un 4% (57 facturas) fue necesario cambiar el código de producto y en un 2% (30 facturas) se despacha la mercancía incompleta, generando inconformidad al cliente. Otra situación que se presenta es la dificultad en el momento en que se modifican los precios, para los vendedores que se encuentran en poblaciones, es más complejo tener la información actualizada por motivos de comunicación, (señal telefónica) esto se debe a la zona que se está visitando.

En esencia, la situación problemática es no contar con las existencias reales en el momento de realizar la venta a nuestros clientes. Esta necesidad surge con el fin de mejorar la atención al cliente en el servicio de toma de pedido y veracidad de los mismos, brindándole una efectividad en las existencias de nuestros inventarios en bodega y un precio actualizado de los productos a ofrecer.

Existe en el mercado una solución informática llamada “Movil Doors”, facturación en línea, siendo esta opción informática una herramienta que permite a los vendedores, realizar su pedido y facturación de manera instantánea, en línea y en tiempo real, actualmente este sistema se utiliza con celulares de gama media que existen en el mercado, con una confiabilidad del 99% de servicio prestado, por este motivo el alcance a que se quiere llegar con este trabajo son los siguientes aspectos:

- Mejorar tiempos de entrega, las cantidades y referencias solicitadas por el cliente.
- Disminuir el riesgo de manejo de efectivo, como resultado de los abonos a cartera de los clientes en las veredas.
- Mantener en tiempo real el inventario, la lista de precios y la cartera, ofreciendo una información más acertada en los tiempos a la administración.

La gerencia desea tener herramientas de análisis para tomar esta decisión y para ello necesita llevar a cabo un estudio de viabilidad financiera que incluye:

- Menores costos por telefonía de voz, faxes, escáneres, encomiendas, etc.
- Mejores tiempos de Facturación y todos los procesos logísticos en el centro de la distribución.
- Mejora en las labores de auditoría Interna.
- Análisis detallado de las tareas del vendedor en línea.

También existen en el mercado otras opciones informáticas susceptibles de ser comparadas y evaluadas frente a la opción “Movil Doors”, de tal forma se logre llegar a una solución para la empresa Rapiventas del Sur.

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Establecer la viabilidad financiera en la implementación del aplicativo “Movil Doors” en la empresa Rapiventas del sur.

5.2. Objetivos específicos

- Determinar el nivel de satisfacción por el servicio ofrecido en la toma de pedidos.
- Establecer la oferta de soluciones informáticas (software y Hardware) de acuerdo al tamaño del negocio.
- Cuantificar el monto de las inversiones requeridas y la vida útil.
- Elaborar y proyectar los EF incluido el flujo de caja en un horizonte de 5 años.
- Determinar los indicadores TIR y VPN.

6. Marco teórico

6.1. Informe de experiencias

En la actualidad el software de facturación con uso de dispositivos móviles ha tenido una buena acogida en el mercado regional. Tal es el caso de la Distribuidora Aldana & Cia S en C, de la ciudad de Neiva, que desde hace 3 años, viene apoyando su operación con el aplicativo “MOVIL DOORS”. Esta organización ha permitido expresar su experiencia en el uso del mismo. Ver anexo “Entrevista a Distribuciones Aldana & Cia S en C”.

A partir de la entrevista realizada el 28 de Agosto de 2017, al señor Andrés Santos Auxiliar Comercial de Distribuciones Aldana & CIA. S. EN C, donde manejan el sistema móvil de ventas “Movil Doors”, quien explicó los beneficios y facilidades para el desarrollo de ventas en esta empresa. (Ver anexo Entrevista).

Los resultados que expresa el señor Santos, indican que:

1. Consideran que se encuentran a la vanguardia en el uso de herramientas tecnológicas (software y hardware); a nivel local a la par junto a la competencia y nivel nacional o mundial se ubican un paso atrás.
2. Fue necesario elaborar un estudio de mercado y análisis de costos y beneficios actuales:
 - Toma pedidos físicos, esto implica ahorro en costos de papelería, servicio de mensajería, servicio de fax, servicio de correo electrónico, entre otros para el envío de los pedidos por vendedores en poblaciones lejanas.

- Menor lapso de tiempo que tardan en llegar los pedidos a la distribuidora para continuar con el proceso de facturación y despacho de la mercancía. Aumenta considerablemente el rendimiento en cuanto a la efectividad de la labor del vendedor, los tiempos de entrega y la logística en la bodega.
- Información actualizada de precios, inventarios, entre otros para el vendedor.
- En el esquema propuesto se tuvo en cuenta el costo del tipo de servicio contratado, la implementación, los dispositivos móviles, la capacitación de los usuarios, servicio de telefonía móvil "Datos". Adicional se tuvo en cuenta los siguientes aspectos en cuanto a la aplicación: Facilidad de uso de la aplicación, Rendimiento de la aplicación en el entorno operacional, Funciones que ofrece, La estabilidad.

4. Consideran que su fuerza ventas ha tenido un desarrollo positivo con esta implementación ya que cuentan con la información a la mano para sus negociaciones además de acelerar y facilitar los procesos de toma de pedidos, logística y despachos.

5. Consideran que los beneficios obtenidos en relación a los costos generados por esta implementación se encuentran en un equilibrio que no permite inconvenientes en la parte financiera de la Empresa. Además que la calidad del servicio posventa es "Bueno", de 10 le daría un 8, es una aplicación muy estable, tiene buen rendimiento, funciones Básicas necesarias y un fácil manejo. Podría ser excelente pero le falta mejoras en su diseño y más funciones que también son necesarias

6.2. Estudios de investigación en aplicativos móviles

En el mercado de tecnologías se encuentran los siguientes aplicativos móviles que apoya el área de ventas como son:

Tabla No. 1. Aplicativos móviles de ventas

APLICATIVO	EMPRESA
ACTIVITY 2016	ALTIPAL SA
SYSCAFE VENDEDOR	DISTRIMARIO
ATENDER	REPRESENTACIONES LASTRA
MUPQ	QUALA
PI MOVIL	DISTRIB. SURTI LIMA SAS Y TROPI HUILA SAS
R-SALES	MULTIVENTAS
MOVIL DOORS	DISTRIBUIDORA ALDANA
INSITU SALES	JOHN RESTREPO A Y CIA SA

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas.

7. Diseño Metodológico

7.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se llevará a cabo es de tipo exploratorio aplicado, ya que se desea encontrar si es viable financieramente para la empresa Rapiventas del Sur, implementar la utilización de un software especializado en mejorar el proceso de ventas, enfocándose en la realización de pedidos, como función primordial.

La metodología a desarrollar estará basada en un análisis estadístico de datos reales, tomados de la aplicación de encuestas dirigidas a una población en especial. Ésta se encontrará dividida en clientes, empleados y competencia directa, quienes son los que ayudarán a definir la necesidad real, si existe, de implementar un software para la realización de pedidos de forma virtual.

Se realizará una observación y análisis de la información obtenida mediante los instrumentos de investigación (encuestas), para poder proyectar una conclusión que lleve a identificar las necesidades del mercado de la empresa Rapiventas del Sur.

7.2. Población

La población objetivo está representada por 700 clientes, 500 clientes en la zona de poblaciones y 200 en el casco urbano. Por otro lado se consideran otras dos poblaciones: 10 empleados y 9 competidores dentro del municipio de La Plata, Huila y sus poblaciones aledañas, que para efectos de la muestra fueron tomadas al 100% de esta población.

7.3. Muestra

Para la muestra de este tipo de investigación, se calculó con base en el tamaño de la población finita de 700 clientes, con un nivel de confianza de 85%, un error máximo admisible del 15% y se utilizó la siguiente fórmula:

Tabla No. 2. Calculo de la muestra

$N = \frac{N Z^2 x p x q}{(N-1)E^2 + Z^2 X p x q}$				
			Datos	Datos ²
N	=	Número de la población	700	
Z	=	nivel de confianza al 85%	1,44	2,0736
E	=	error máximo admisible	0,15	0,0225
P	=	Probabilidad de éxito	50%	
Q	=	Probabilidad de fracaso	50%	

Fuente: Realizada por el equipo de trabajo.

Por lo tanto el número de encuestas a aplicar es:

$n = \frac{700 * 1,65 x 0,5 x 0,5}{(70-1) * 0,0225 + 165 * 0,5 * 0,5} = 22,3 \text{ encuestas}$

Dado que estas encuestas a aplicar representan el 3.2% de la población, se decidió ampliar el espectro a un 4% de la población y finalmente se aplicaron 28 encuestas a igual número de clientes, 10 encuestas para los clientes de las zonas rurales o aledañas al municipio de La Plata y 18 encuestas para los clientes de la zona urbana (dentro del Municipio de La Plata).

Tabla No. 3. Encuestas a realizar

GRUPO	POBLACION	MUESTRA
EMPLEADOS	10	10
CLIENTES	700	28
COMPETENCIA (OTRAS DISTRIBUIDORAS)	9	9
TOTAL ENCUESTAS A APLICAR		47

Fuente: Realizada por el equipo de trabajo.

7.4. Fuentes de información

7.4.1. Primarias

La fuente de información primaria que se maneja como instrumento es la encuesta. Se aplica al personal involucrado directamente con el área administrativa, operativa de ventas y la competencia de la Empresa Rapiventas del Sur. Como resultado de esta encuesta se busca conocer las necesidades de los clientes y las exigencias del mercado, en el aspecto económico y tecnológico.

Otra fuente primaria de información que se utiliza es el instrumento de la entrevista, a La Distribuidora Aldana & Cia S en C., donde un funcionario comparte la experiencia que lleva la empresa con el uso de la herramienta tecnológica de ventas “Movil Doors”

7.4.2. Secundarias

La fuente secundaria que se utiliza es la información suministrada en la web como videos, publicaciones de dispositivos móviles de ventas.

También se hace uso de libros e-book que contextualizan la información técnica del trabajo.

7.5. Técnicas de recolección de información

El instrumento aplicado para recopilar información en este trabajo es la encuesta. Se aplican tres tipos de encuestas ha escenarios como: personal y clientes de Rapiventas del Sur y a la competencia (proveedores). Esta encuesta se presenta de forma escrita y tiene una escala de valoración numérica, donde facilitará el análisis de los datos y se tendrá conocimiento de las necesidades y aceptación de los clientes en la implementación de aplicativos móviles en ventas. De esta manera se tiene como objetivo determinar la viabilidad de esta herramienta tecnológica.

8. Resultados obtenidos

8.1. Análisis de las propuestas informáticas

Como resultado de esta investigación, se encontraron en el mercado dos herramientas tecnológicas (Software de ventas) que darán solución al problema planteado.

Tabla No. 4. Descripción de aplicativos

Nombre Aplicativo	Requerimientos Hardware y Software	Principales Opciones de Captura y Reportes
Móvil Doors	<p><u>Software:</u>*S.O Android 4.1 d. moviles. *Sistema operativo Windows para PC. *Direcciones IP fijas.</p> <p><u>Hardware:</u> *Equipos Smartphone o tabletas (Android 4.1 o superior). *Pantallas de 5” *Procesador mínimo de 800 Mhz *Bluetooth 3.1 mínimo. * Debe contar con sistema GPS.</p>	<p>*Mediante GPS, ver el lugar donde vendedores registran pedidos. *Historial pedidos por vendedor. *Reporte productos más vendidos. *Reporte vendedores que más recaudan.</p>
Génesis	<p>*Coincide en los requerimientos del aplicativo Movil Doors.</p>	<p>*Reporte de inventarios (Stocks disponible). *Generación de actividades por vendedor. *Estadística de ventas por producto.</p>

Fuente: Realizada por el equipo de trabajo.

8.1.1. Propuesta Móvil Doors

Tabla No. 5. Descripción propuesta Movil Doors

Aplicativo Movil Doors	
Principales características	Requerimientos
<p>*Menores costos telefonía de voz, faxes, escáneres, encomiendas, etc.</p> <p>*Descarga automática productos del inventario.</p> <p>*Mejora tiempo facturación y procesos logísticos en centro de distribución o ‘CEDIS’.</p> <p>*Mejora la labores de auditoría interna.</p> <p>*Análisis detallado tareas vendedor en línea.</p> <p>*Permite supervisores proactivos y no reactivos en decisiones.</p>	<p>Requerimientos de software:</p> <p>Dispositivos móviles, uso de teléfonos inteligentes o tabletas con sistema operacional Android 4.1 o superior. Plataforma Web.</p> <p>*Computador con sistema operativo Windows.</p> <p>*Capacidad de conexión a internet</p> <p>*Buscadores Google Chrome, Mozilla, Explorer, otros.</p> <p>*Sistema operativo Android 4.1 o superior (para los teléfonos inteligentes).</p> <p>Requerimientos de hardware:</p> <p>Todos los dispositivos Android con las siguientes características:</p> <p>*Pantalla mínima de 5 pulgadas</p> <p>*Procesador mínimo de 800MHZ o superior</p> <p>*Memoria interna mínima 512 MB o superior</p> <p>*Conexión Wi-fi 802.11</p> <p>*Bluetooth 3.1 – (Impresión Órdenes, reportes, facturas – Impresoras Bluetooth)</p> <p>*GPS – (Registro de coordenadas en ordenes, ubicación de usuarios, geo referenciación de clientes)</p> <p>*Comunicación GPRS/EDGE/3G/4G/HSPA+.</p>

Fuente: Realizada por el equipo de trabajo.

Características Aplicación Móvil para el vendedor:

- **Vender**

El vendedor puede buscar un cliente, ya sea por su número de cédula o nombre. El sistema le permite al vendedor actualizar algunos datos del cliente, como cédula, nombre, nombre del negocio, dirección, teléfono, correo y fecha de nacimiento.

- **Pagar saldo**

Permite pagar saldo a una o varias facturas de manera simultánea, dándole la oportunidad al vendedor de escribir el valor a pagar, el número de la factura, un descuento si es necesario, el tipo de pago realizado (efectivo, cheque o consignación) y un número de recibo de caja provisional.

- **Realizar pedido**

Este módulo le permite al vendedor crear un carrito de compras con todos los productos que el cliente le esté pidiendo. Cada producto tiene algunos datos relacionados, como la cantidad, el precio de lista, y un descuento en caso de ser necesario.

Antes de registrar los productos agregados al carrito de compras, el vendedor puede ver el valor total del pedido, así como el precio por cada uno de los ítems agregados. De igual forma, podrá realizar un descuento a nivel de pedido, registrar plazo, tipo de pago y observaciones. La posición geográfica del sitio desde donde esté registrando el pedido también es almacenada.

- **Inventario actual del cliente**

Si es necesario, el vendedor puede registrar el inventario actual del cliente, radicando así las cantidades de cada producto que tiene en su establecimiento.

- **Agregar prospecto**

Este módulo tiene la funcionalidad de registrar aquellos clientes potenciales que aún no pertenecen al sistema. Es así como pueden radicar los datos más relevantes del mismo, como nombre del negocio, nombre del cliente, dirección, tipo de negocio y observaciones, al igual que su posición geográfica.

- **Devoluciones**

A través de esta opción, el vendedor registra cada uno de los productos que el cliente devolverá, junto con el motivo y un detalle más preciso acerca del por qué se hace.

- **Ver cuantía**

El módulo de ver cuantía le permite al vendedor saber cuánto ha recaudado en el día, discriminando este valor por el medio de pago usado: Efectivo, Consignación y Cheque.

- **Agenda de eventos**

A través del módulo de registro de eventos, el vendedor puede llevar una bitácora que le permite recordar fácilmente qué eventos importantes hay durante la semana siguiente.

Cada uno de estos eventos es agregado ingresando la fecha del suceso, y una descripción de lo que ocurrirá.

Características aplicación Web para el coordinador de ventas:

Este software permitirá ver a través de la cartografía de Google Maps, la posición GPS desde donde se envía cada pedido, y las siguientes características:

- Ver último lugar desde donde los vendedores registraron un pedido en tiempo real.
- Ver el historial de los pedidos que registran los vendedores en un rango de fechas.

- Ver la estadística de cuáles son los productos más vendidos y cuáles son los vendedores que más recaudan, por rango de fechas.

Grafico No. 1. Supervisión de Vendedores



Grafico No. 2. Productos Más Vendidos

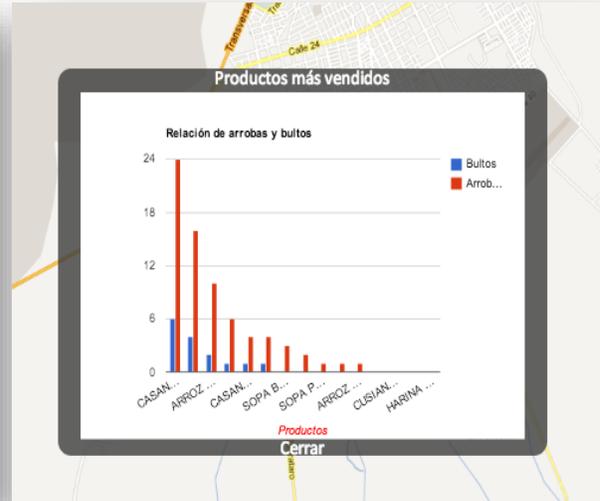


Grafico No. 3. Volumen de venta por clientes



Grafico No. 4. Productos Más Vendidos



Fuente: Propuesta aplicativo “Movil Doors”.

8.1.2. Propuesta Génesis

“Génesis es una solución de software especializado en la gestión administrativa, operativa, financiera de las organizaciones. Su diseño cuidadoso y confiable apoya cabalmente todos los

procesos inherentes a las áreas de contabilidad, inventarios, facturación, cartera y proveedores, nomina, presupuesto y activos fijos.”

Tabla No. 6. Descripción propuesta Génesis

Aplicativo Génesis	
Principales características	Requerimientos
<p>*Seguridad: Administración de claves, manejo de roles y permisos, control de usuarios y registros de auditoria.</p> <p>*Teclas de acceso rápido: Permiten disminuir el uso del mouse.</p> <p>*Botones de acceso rápido: Cada usuario puede crear botones de acceso rápido.</p> <p>*Personalización de interfaz: Cada usuario puede seleccionar entre un banco de plantillas la que más se ajuste a sus gustos.</p> <p>*Integridad de la información: No se necesita la doble digitación. El sistema integra todos sus módulos.</p> <p>*Exportación: Todo el aplicativo permite la exportación de datos en formatos PDF, Excel, Word, HTML y texto plano.</p> <p>*Generador de Reportes: Cuenta con generador de reportes que permite la creación de nuevos reportes o modificación de los existentes.</p> <p>*Actualizaciones Automáticas: servidor de actualizaciones que de forma automática actualiza el sistema.</p> <p>*Auditoria: Registra las actividades realizada en el sistema de forma detallada.</p> <p>*Ayudas: portal Web con manuales y videos que pueden ser consultados de manera gratuita.</p>	<p>Requerimientos de software:</p> <p>Dispositivos móviles, uso de teléfonos inteligentes o tabletas con sistema operacional Android 4.1 o superior. Plataforma Web.</p> <p>*Computador con sistema operativo Windows.</p> <p>*Capacidad de conexión a internet</p> <p>*Buscadores Google Chrome, Mozilla, Explorer, otros.</p> <p>*Sistema operativo Android 4.1 o superior (para los teléfonos inteligentes).</p> <p>Requerimientos de hardware:</p> <p>Todos los dispositivos Android tipo Smartphone y/o tabletas con las siguientes características:</p> <p>*Pantalla mínima de 5 pulgadas</p> <p>*Procesador mínimo de 800MHZ o superior</p> <p>*Memoria interna mínima 512 MB o superior</p> <p>*Conexión Wi-fi 802.11</p> <p>*Bluetooth 3.1 – (Impresión Órdenes, reportes, facturas – Impresoras Bluetooth)</p> <p>*GPS – (Registro de coordenadas en ordenes, ubicación de usuarios, geo referenciación de clientes)</p> <p>*Comunicación GPRS/EDGE/3G/4G/HSPA+.</p>

Fuente: Realizada por el equipo de trabajo.

8.1.3. Inversión de las propuestas informáticas

Tabla No. 7. Inversión en aplicativos móviles

Adquisición de licencia de Software			
Ítem	Descripción	Valor Unitario	
		Movil Doors	Génesis
1	Adquisición de licencia, Instalación y Capacitación, interface.	\$ 3.570.000	\$ 3.200.000
2	Soporte Técnico – Anual por cada Móvil (segundo año) 1 - 4 móviles	\$ 192.000	\$ 400.000
3	Compra de cuatro dispositivos móviles	\$ 1.200.000	\$1.200.000

Fuente: Realizada por el equipo de trabajo.

Nota: Los pagos mensuales o anuales son anticipados 100%. La forma de pago por licenciamiento es 50% anticipo y 50% contra entrega. Los costos son los mismos para cualquier dispositivo móvil tabletas o celulares.

Con la implementación de uno de estos aplicativos, se busca generar el mayor beneficio para la empresa, como mejorar considerablemente sus ingresos por ventas y otorgar a la vez el mejor servicio al cliente que sea posible. Para la evaluación de estas propuestas se hace indispensable realizar un estudio de viabilidad financiera, que propone la proyección de Estados Financieros y flujos de efectivo, que permitan establecer que software es el que mejor le va a contribuir a la empresa a lograr sus expectativas. Determinando así, que costo anual o mensual le generaría a la organización y que beneficios económicos le empezaría a generar en su flujo de caja, poner en marcha un programa enfocado en la optimización de las ventas.

8.2. Estudio de mercado

“El modelo de competencia de cinco fuerzas, la herramienta más poderosa y de mayor uso para diagnosticar de manera sistemática las principales presiones competitivas en un mercado y evaluar la fortaleza e importancia de cada una. Este modelo sostiene que las fuerzas competitivas que afectan la rentabilidad de la industria trasciende la rivalidad entre competidores. Las cinco fuerzas competitivas incluyen: 1) la competencia de vendedores rivales, 2) La Competencia de nuevos participantes a la industria, 3) la competencia de los productores de productos sustitutos, 4) el poder de negociación de los proveedores y 5) el poder de negociación de los clientes.” (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland III, 2012, pág. 54)

“Libro Administración Estratégica 18 edición, Capítulo 3. Evaluación del ambiente externo de una compañía, pág. 54”.

En conjunto con las 5 fuerzas de competitivas y el análisis por medio de la técnica de la Matriz Dofa, facilita evaluar la empresa bajo qué condiciones está en el mercado, con sus clientes, competidores y grupo de trabajo. Para ello se proponen estrategias que busca mejorar su capital de trabajo y obtener un mejor rendimiento del mismo para sus inversionistas.

“El elemento esencial al evaluar la situación general de una empresa es examinar sus recursos y sus capacidades competitivas. El análisis DOFA, es llamada así, porque se trata de las fortalezas y debilidades de los recursos de una empresa, así como sus oportunidades y amenazas externas.” (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland III, 2012, pág. 100)

“libro Administración Estratégica 18 edición, Capítulo 4. Evaluar los recursos, capacidades y competitividad de una empresa pág. 100”

De forma más detallada y con la información ya suministrada el grupo de trabajo presenta el siguiente análisis de sistema de evaluación de mercado con la Matriz Dofa:

Rapiventas del Sur, tiene una gran ventaja en el mercado por ser una Distribuidora local, esto hace que gran parte del mercado reconozca la empresa por su servicio y resalta su canal de distribución Tienda a Tienda (TAT), con el apoyo de su proveedor y marca líder Grupo Familia. Se ha logrado impactar en el Sur Occidente del Huila y Oriente Caucano.

El cliente es el motor de la actividad desarrollada, por esta razón se busca estar a la vanguardia de la tecnología y las nuevas formas de desarrollar sus operaciones comerciales y mejorar el planeamiento financiero y tributario. Para ello se analiza la propuesta de implementar un sistema de ventas móviles que agiliza los procesos de logística y facturación para el despacho de pedido, brindando una mayor eficiencia en la ejecución de los inventarios y mejorando la administración del capital de trabajo. Junto a este estudio se analiza que se debe seguir impactando el mercado con productos innovadores y manejar buenas políticas de cartera, inventarios y proveedores. (Ver anexos. Rapiventas del Sur. Matriz DOFA.)

En conclusión, se puede observar como ventaja competitiva, ser una distribuidora local, porque facilita los tiempos de entrega reflejando el nivel de satisfacción; además se brinda un manejo de crédito y la atención al cliente es positiva. Y como ellos son la razón comercial de Rapiventas del Sur, se analiza el mercado y se busca implementar estrategias gerenciales como tecnologías para mejorar el servicio a los clientes.

8.3. Aplicación de encuestas y análisis de resultados

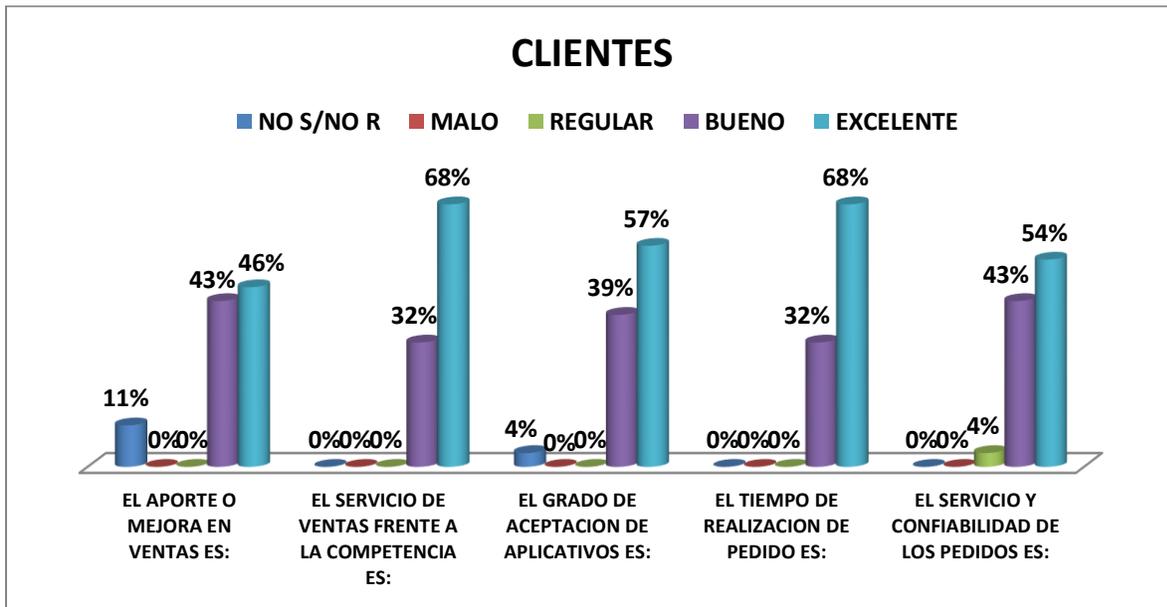
El análisis que se puede realizar al tener los resultados del instrumento aplicado “Encuestas” aplicada a 28 clientes, 13 administrativos y 13 competidores de Rapiventas del Sur se puede concluir de la siguiente manera:

- **Clientes:**

Los clientes de la empresa Rapiventas del Sur, tienen un alto grado de aceptación frente al uso de aplicativos móviles para los procesos de ventas con un 57% (16 clientes) de clientes que manifiestan que éstos aplicativos serian una excelente opción, mientras que el 39% (11 clientes) lo consideran bueno. Este grupo del entorno económico, se concentra como el más importante para determinar la aceptación del uso de nuevas tecnologías. Teniendo en cuenta que la empresa ya cuenta con excelentes índices de servicio frente a la competencia, el uso de aplicativos móviles le podría generar un agregado. La importancia la determina, que son los propios clientes los que generan a la empresa el retorno de la inversión. Gracias a este grupo, el uso de un aplicativo móvil en la realización de los pedidos, se podría volver fundamental y de gran ayuda para concretar de manera eficaz todas las ventas en la empresa.

Vease grafico No.5. Analisis clientes.

Grafico No. 5. Análisis clientes



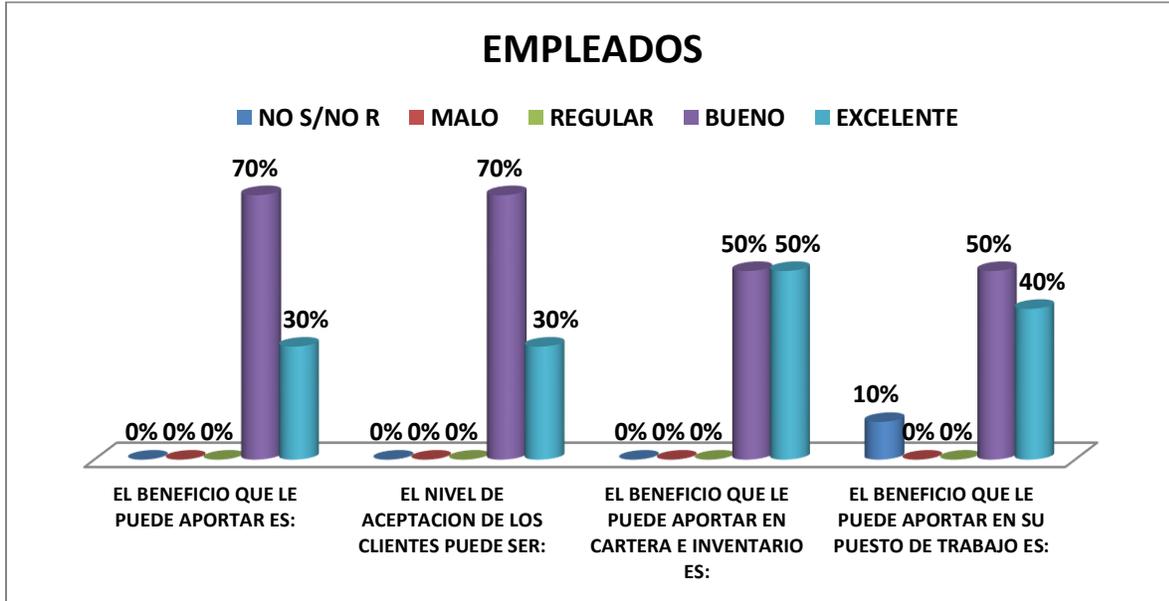
Fuente: Realizada por el equipo de trabajo.

- **Empleados:**

En el área del recurso humano la implementación de este aplicativo móvil, tiene una respuesta positiva, es decir el 70% (7 empleados) lo consideran bueno y un 30% consideran excelente el beneficio hacia las ventas y facturación, la mejorar en los procesos operativos en tiempo y asertividad en la información de la empresa, de esta manera se otorgaría a terceros de una forma actualizada y veraz. Los empleados en la empresa, están constituidos como el segundo grupo de importancia en la viabilidad de la implementación de este nuevo aplicativo, puesto que para ellos, de acuerdo a su área de trabajo, sea operativa, administrativa, etc. De gran manera estarían siendo beneficiados por la optimización de los procesos que le generaría el uso de herramientas tecnológicas para el desarrollo de sus funciones en cada uno de los puestos de trabajo.

Vease grafico No. 6. Analisis empleados.

Grafico No. 6. Análisis empleados



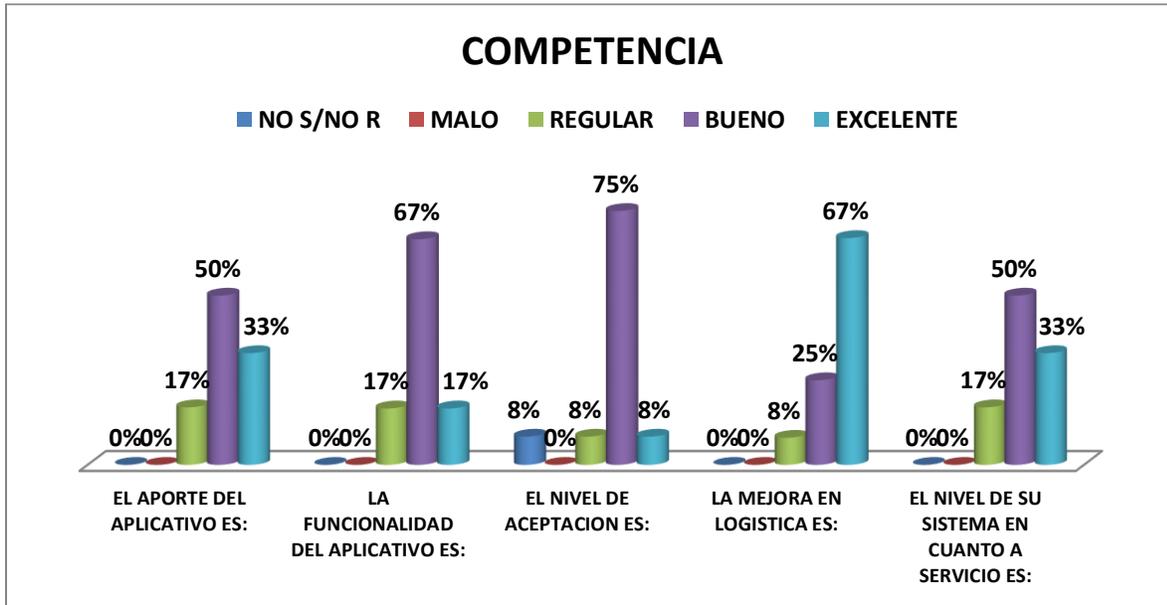
Fuente: Realizada por el equipo de trabajo.

- **Competencia:**

Según el resultado obtenido de las encuestas aplicadas a la competencia se puede observar , que el nivel de aceptación de los clientes en la implementación de tecnologías que ayuden a prestar un mejor servicio es del 75% (10 competidores) calificándolo como bueno, y un 15% (2 competidores) refleja que el aporte que brinda a logística es excelente, ya que las operaciones son en menor tiempo y mucho más organizadas. Por esta razón el análisis de los recursos utilizados por la competencia para el desarrollo de los procesos en la empresa, permite que se lleven a cabo las actividades a la vanguardia y que no se puedan presentar situaciones de desventaja frente a las compañías que constituyen la competencia de mercado.

Vease grafico No. 7. Analisis competencia.

Grafico No. 7. Análisis competencia



Fuente: Realizada por el equipo de trabajo.

En conclusión se puede determinar que el nivel de aceptación en la implementación de dispositivos móviles en el área de ventas es positivo. Por parte de los clientes y el área administrativa ayuda a tener una efectividad y agilidad en los procesos operativos de ventas y se puede ofrecer un servicio oportuno.

9. Estudio Financiero

9.1. Horizonte de Tiempo

El estudio financiero con un horizonte de análisis de 5 años, revela como factible una inversión de M\$5 en la licencia e implementación del aplicativo “Movil Doors” (software) así como los computadores y equipos móviles (Hardware), la cual tiene la capacidad técnica de resolver los problemas de eficiencia, empezando por el alto índice de tiempo en la entrega de pedidos. (Ver anexo: Proyección Flujo de Caja 2016 - 2022)

9.2. Proyección Estados Financieros

Por ser una empresa en marcha, se considera como inversión total el patrimonio de la empresa situado en \$457 millones, se proyectan para el primer año de análisis de proyección (2017), ingresos por M\$3.945, costos y gastos por M\$3.828 y utilidad antes de impuestos por M\$199; con tendencias crecientes en todo el horizonte de tiempo. (Ver Anexo Proyecciones Estado de Resultados 2016-2022 y Proyecciones Estado de Situación Financiera 2016 a 2022).

9.3. Proyección Indicadores Financieros

En cuanto a la liquidez, se proyecta una razón corriente de \$1,85 para el año (2016) que llega hasta un \$2,01 en el año (2022), lo que demuestra que la empresa Rapiventas del Sur mejorará sus niveles de liquidez para poder atender sus deudas u obligaciones de corto plazo, por ejemplo sus obligaciones bancarias o con las que pueda tener con sus proveedores.

Por el lado del endeudamiento, con porcentajes que van desde el 43% en el primer año (2016) y caen hasta el 42% en 2022. Esto demuestra que se disminuye un punto porcentual el nivel de endeudamiento con terceros (Obligaciones con bancos en primer lugar) del cual pueda depender la empresa para el desarrollo de su actividad comercial.

Desde el punto de vista de la gestión será posible sostener y mejorar los días de inventarios que para la proyección se ubican en 25 días y el de cartera en 24 días. Esto genera un nivel óptimo para el desarrollo diario de la actividad empresarial, puesto que según se observan los inventarios de la empresa tardan menos de un mes en ser vendidos y el recaudo de cartera muestra claramente que en ese mismo tiempo se están recuperando las cuentas por cobrar, por lo tanto siempre existirá efectivo para reinvertir.

Los márgenes proyectados se mantienen, para el caso de margen operacional empezando en el 5,2% (2017) hasta llegar el 5,4% en 2022. En margen neto empezando en 3,3% (2017) y finalizando en 3,5% (2022). Lo que refiere que la empresa mantendrá sus niveles de rentabilidad sobre ventas y esto le permitirá poder atender tanto sus gastos operacionales como sus costos gracias a la tendencia al crecimiento en ventas según proyección. (Ver Indicadores Financieros Proyectados 2016-2022)

9.4. Valor presente Neto (VPN) y Tasas Interna de Retorno

Se estima para el proyecto un VPN de M\$130,9 positivo y una TIR del 32% mayor a la tasa de oportunidad del inversionista situado en el 21%.

Tabla No. 8. Flujo de caja bruto operativo

En millones \$		2.017	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022
Flujo Caja Bruto Operativo	- 457	207	155	165	176	187	199

TIR	32%
TASA DE OPORTUNIDAD	21%
VPN	\$130,9

Fuente: Realizada por el equipo de trabajo.

Por otro lado, en toda la vida útil del proyecto cuenta con un ROA (rendimiento del activo) para el año 2017 de 26,9% mayor al CK (costo de capital) con un 13,3%. Así mismo un ROE (Rendimiento del patrimonio) de 29,3% mayor al TMRR (tasa mínima del inversionista) del 21%. En este caso el ROE es mayor que el ROA debido al apalancamiento de la deuda, para un mejor análisis se debe tener en cuenta el ROA, indica el retorno de la inversión evaluando la gestión de los activos y por ende el excelente manejo del capital de trabajo, generando beneficios futuros. (Ver Tabla Anexo Indicadores).

Por lo citado anteriormente se considera que el proyecto es factible desde el punto de vista técnico y financieramente viable.

“Los recursos y capacidades de una empresa son los bloques fundamentales de su estrategia competitiva; al planear la estrategia, es esencial que los administradores sean capaces de reconocer un recurso o una capacidad organizacional por lo que es, y saber cómo aprovechar todo el conjunto de recursos y capacidades de la empresa.” (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland III, 2012, pág. 95)

Administración Estrategia 18 Ed. Thompson, Cap. 4, Evaluar los recursos, capacidades y competitividad de un empresa. Pag 95”.

Rapiventas del Sur cuenta con recursos tangibles como: físicos (propiedad planta y equipo), financieros (buen manejo de caja quedando como saldo en el año 2016, \$49.138.309), tecnológicos (software contable y de ventas). Como recursos intangibles; el talento humano la calidad de servicio que presta a la comunidad. De acuerdo a los recursos más relevantes anteriormente mencionados se puede concluir que al tener la capacidad de manejar bien estos recursos se obtiene como resultado un incremento de valor para la empresa, buscando siempre la satisfacción del cliente y a la vanguardia de la tecnología. Además se debe tener una evaluación constante al comportamiento de la competencia frente al mercado que se está penetrando.

10. Conclusiones

Rapiventas del Sur cuenta con un canal de distribución Tienda a Tienda (TAT), que desde hace 12 años presta este servicio al Sur Occidente del Huila y Oriente Caucaño. Llevando a estas zonas productos de marcas reconocidas como Grupo Familia, Azul k, Tecnoquimicas, Quala, entre otros. Además cuenta con un área administrativa y operativo de ventas.

De acuerdo a un análisis realizado en Julio de 2017 al proceso de ventas (pedidos y facturación), se puede observar que con una muestra de 1318 facturas, arroja que el 30% (395 facturas) se encuentran con la deficiencia en la existencia de productos como el mayor problema localizado en la realización de pedidos al no contar con información actualizada. De acuerdo a la situación planteada anteriormente se realiza el trabajo de analizar la parte externa e interna de la empresa, y se puede observar que para mitigar este riesgo operativo se ve la necesidad de implementar un software de ventas.

De esta manera se evalúa el mercado de tecnologías, encontrando dos propuestas de software para analizar como son: Génesis y Movil Doors. Donde se opta por tomar el aplicativo Movil Doors por el bagaje que ya tiene en empresas de la Región como, Distribuciones Aldana & CIA S en C y por el robusto manejo de la información.

La técnica que se analiza para este trabajo, es la matriz Dofa. Se realiza una entrevista al señor Andrés Santos Auxiliar Comercial de Distribuciones Aldana & Cia S en C, donde comparte la experiencia vivida con el Aplicativo Movil Doors que ha sido positivo operativamente y administrativamente; además se aplican encuesta a los grupos comprometidos con la operación como son área administrativa, clientes y competencia. Con el objetivo de medir la necesidad y evaluar el grado de satisfacción por parte de la competencia que ya ha implementado este tipo de

tecnologías en las empresas, arrojando que un 75% del servicio prestado es bueno y mejora el proceso de logística en un 67%.

El aplicativo Movil Doors Tiene un costo de M\$5 y con una vida útil de 3 años, es importante aclarar que al hablar de tecnología, no es relevante la vida útil por ser un sistema virtual y está sujeto a la vanguardia de la tecnología se debe acoger a las actualizaciones pertinentes que el medio propicie y a las necesidades del cliente.

Con respecto al estudio financiero proyectado, Rapiventas del sur operativa y financieramente es un negocio en marcha, de esta manera se analizan los siguientes datos; para el año 2017, cuenta con unos ingresos de M\$3.945, costos y gastos de M\$3.828, una utilidad antes de impuestos de M\$199 y una inversión total del patrimonio por \$457 millones, lo anteriormente mencionado, muestra un horizonte creciente para la empresa. (Ver Anexo Proyecciones Estado de Resultados 2016-2022 y Proyecciones Estado de Situación Financiera 2016 a 2022).

Cuanto a liquidez, se proyecta una razón corriente de \$2,00 para el año (2017) que llega hasta un \$2,01 en el año (2022), mostrando una línea creciente para atender la deuda y obligaciones a corto plazo, como obligaciones bancarias o proveedores.

Desde el punto de vista de gestión es posible sostener y mejorar los días de inventarios que para proyección se ubican en 25 días y cartera en 24 días. Esto genera un nivel óptimo para el desarrollo de la actividad empresarial, puesto que los inventarios tardan menos de un mes en ser

vendidos y el recaudo de cartera muestra claramente que se emplea el mismo tiempo recuperando la cuentas por cobrar, de esta manera siempre existirá efectivo para reinvertir.

Los Márgenes Projectados se mantienen, en el margen operacional empieza en 5,2% (2017) hasta 5,4% en (2022). En Margen Neto inicia año (2017) 3,3% y finaliza en 3,5% año (2022). Esto indica que Rapiventas del Sur mantendrá los niveles de rentabilidad sobre ventas y esto le permitirá poder atender tanto sus gastos operacionales como sus costos, gracias a la tendencia creciente en ventas según la proyección (ver anexo indicadores financieros), como resultado de implementar el aplicativo de ventas Móvil Doors, agilizará muchos procesos de logística y ventas, dando oportunamente un valor a la empresa en cuanto sus rendimientos operacionales y financieros.

Analizando la vida útil del proyecto cuenta para el año (2017) con un ROE de 29,3% mayor que el ROA de 26,9%, esto se debe al apalancamiento de la deuda. El ROA, indica el retorno de la inversión evaluando la gestión de los activos y por ende el excelente manejo del capital de trabajo, generando beneficios futuros. (Ver anexo proyección financiera, indicadores).

Para el proyecto se estima un VPN de M\$130,9 positivo y una TIR del 32% mayor a la tasa de oportunidad del inversionista situado en el 21%. De la cual esta inversión se hace atractiva puesto que la TIR es superior que la tasa de oportunidad esperada por el inversionista. De acuerdo a lo anterior se considera que el proyecto es factible desde el punto de vista técnico y financieramente viable.

11. Anexos

11.1. Anexo Matriz DOFA Rapiventas del Sur

RAPIVENTAS DEL SUR (MATRIZ DOFA)		
<p style="text-align: right;">Factores Externos Tabla EFAS</p> <p>FACTORES INTERNOS TABLAS IFAS</p>	Oportunidades : O	Amenazas : A
	<p>Canal directo TAT en el municipio de La Plata Fuerza de ventas capacitados Solvente operacionalmente Aproximadamente \$8.237.463 Ampliación de portafolio de productos Crecimiento del mercado Regional</p>	<p>Reformas Tributaria Competencias de proveedores a bajos precios Desarrollo de tecnologías mas avanzadas en la web, en línea Mal estado de las vias para ruta de entrega Falta de publicidad, plataformas web y redes sociales</p>
Fortalezas : F	Estrategias ofensivas	Estrategias disuasivas
<p>Principal proveedor local. un 60% en la línea de familia Distribución exclusiva: productos del Grupo familia. Distribución directa de azul k, Quala, Tecnoquimicas Política crediticia: 50% clientes representativos Entrega mas eficiente que la competencia Transporte propio</p>	<p style="background-color: #d3d3d3; padding: 2px;">FO</p> <p>*Priorizar el canal TAT para clientes locales. *Distribución exclusiva de nuevas líneas. Productos de calidad y oportuno *Ampliar los canales de distribución</p>	<p style="background-color: #d3d3d3; padding: 2px;">FA</p> <p>*Establecer políticas de proveedores claras *Consolidar el desarrollo de publicidad tecnológicas, paginas web. *Implementar sistemas optimizando el proceso comercial (web y aplicativos móviles)</p>
Debilidades : D	Estrategias cooperativas	Estrategias defensivas
<p>Agotados de Inventarios Implementación de tecnologías, Aplicativo móvil ventas Excesiva rotación de personal en el área de empaque Mejorar las conexiones d red y robustas en la informacion Uso ineficiente del tiempo en la realización de pedidos</p>	<p style="background-color: #d3d3d3; padding: 2px;">DO</p> <p>*Llegar a nuevos mercados con productos innovadores *Incentivar el personal de empaque y pertenencia empresarial *Implementar herramientas tecnológicas y sostenerse globalización del mercado</p>	<p style="background-color: #d3d3d3; padding: 2px;">DA</p> <p>*Tener una pleneación tributaria efectiva. *Implementación de aplicativos móviles, con informacion actualizada y confiable *Tener una red robusta con la informacion y el tiempo de repuesta sea menor</p>
<p>FUENTE: Propuesta por el equipo de trabajo</p>		

11.2. Anexo Formato de encuestas aplicadas

11.2.1. Encuesta Competencia



ESPECIALIZACION EN GESTION FINANCIERA INSTRUMENTO PARA MEDIR LA ACEPTACION EN EL USO DE APLICATIVOS MOVILES EN LOS PROCESOS DE VENTAS.

La presente encuesta tiene como objetivo conocer el nivel de aceptación en el uso de aplicativos móviles en el área de ventas por parte de las empresas del departamento del Huila. Es realizada como insumo para trabajo de investigación. Agradecemos su colaboración en el diligenciamiento de la misma.

La escala de valoración, es la siguiente (seleccione con una X):

1. No sabe / No responde
2. Malo
3. Regular
4. Bueno
5. Excelente

a. Nombre del aplicativo que maneja: _____

b. Cargo que desempeña: _____

c. El aporte o mejora al proceso de venta con el aplicativo móvil es:

1. 2. 3. 4. 5.

d. La funcionalidad del aplicativo es:

1. 2. 3. 4. 5.

e. El nivel de aceptación de los clientes, frente el uso aplicativo móvil es:

1. 2. 3. 4. 5.

f. La mejora aportada a la logística de la empresa con implementación del aplicativo móvil es:

1. 2. 3. 4. 5.

g. El nivel de su sistema en cuanto a servicio y confiabilidad en los procesos es:

1. 2. 3. 4. 5.

Gracias por su tiempo y opinión, haciendo del conocimiento la riqueza más grande del hombre.

11.2.2. Encuesta empleados



ESPECIALIZACION EN GESTION FINANCIERA
INSTRUMENTO PARA MEDIR LA ACEPTACION EN EL USO DE APLICATIVOS
MOVILES EN LOS PROCESOS DE VENTAS.

La presente encuesta tiene como objetivo conocer las expectativas del recurso humano de las empresas Rapiventas del Sur, frente al uso de aplicativos móviles en el área de ventas, si se tiene en cuenta que en la actualidad la organización no dispone de este tipo de tecnologías. Agradecemos su colaboración en el diligenciamiento de la misma.

La escala de valoración, es la siguiente (seleccione con una X):

1. No sabe / No responde
2. Malo
3. Regular
4. Bueno
5. Excelente

a. Cargo que desempeña: _____

b. El beneficio que le puede aportar el uso de aplicativos móviles en Ventas y facturación al proceso operativo y financiero es:

1. 2. 3. 4. 5.

c. El nivel de aceptación de los clientes, frente al uso de aplicativos móviles puede ser:

1. 2. 3. 4. 5.

d. El beneficio que le puede aportar el uso de aplicativos móviles al control sobre el área de Cartera e inventarios:

1. 2. 3. 4. 5.

e. El beneficio que le puede aportar el uso de aplicativos móviles en su puesto de trabajo es:

1. 2. 3. 4. 5.

Gracias por su tiempo y opinión, haciendo del conocimiento la riqueza más grande del hombre.

11.2.3. Encuesta clientes



ESPECIALIZACION EN GESTION FINANCIERA INSTRUMENTO PARA MEDIR LA ACEPTACION EN EL USO DE APLICATIVOS MOVILES EN LOS PROCESOS DE VENTAS.

La presente encuesta tiene como objetivo conocer el nivel de aceptación en el uso de aplicativos móviles en el área de ventas por parte de los clientes de la empresa Rapiventas del Sur. Es realizada como insumo para trabajo de investigación. Agradecemos su colaboración en el diligenciamiento de la misma.

La escala de valoración, es la siguiente (seleccione con una X):

1. No sabe / No responde
2. Malo
3. Regular
4. Bueno
5. Excelente

a. Cliente zona: Urbana___ Rural___

b. El aporte o mejora al proceso de venta que le puede dar un aplicativo móvil es:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

c. El servicio de ventas de Rapiventas del Sur con respecto a la competencia es:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

d. El grado de aceptabilidad que le puede aportar el uso de dispositivos móviles a la empresa es:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

e. La razonabilidad del tiempo de realización de pedidos es:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

f. El servicio y confiabilidad de los pedidos de Rapiventas en la actualidad es:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Gracias por su tiempo y opinión, haciendo del conocimiento la riqueza más grande del hombre.

11.3. Anexo de entrevista aplicada



ESPECIALIZACION EN GESTION FINANCIERA

ENTREVISTA

EXPERIENCIA USO DE APLICATIVO MOVIL DOORS

Las soluciones informáticas son una herramienta, que ayudan al desarrollo de las empresas en el ámbito operacional de ventas, dando como resultado un incremento en los ingresos de las empresas.

Muy amablemente en este momento vamos a tener en cuenta la opinión y experiencia del señor Andrés Santos Auxiliar Comercial de Distribuciones Aldana & CIA. S. EN C, donde manejan el sistema móvil de ventas “Movil Doors”, quien nos va a explicar los beneficios y facilidades para el desarrollo de ventas en esta empresa.

*¿Cuál fue el estudio de mercado que realizó la Distribuidora para la implementación del sistema de ventas?

Distribuciones Aldana ha sido una empresa muy tradicional en la forma en que realiza sus operaciones y que por el paso de los años se ha ido adaptando a las nuevas tecnologías que día tras día se han desarrollado y puesto al público.

La implementación de un sistema de ventas móvil fue una nueva propuesta presentada por nuestro proveedor de software en función de mejorar nuestras operaciones diarias en el campo de

ventas, para dicha implementación se llevó a cabo un análisis a nivel operacional y económico para poder definir la relación costo beneficio de dicha propuesta.

En dicho análisis se estudia los costos que generan los dos esquemas operacionales tanto el actual como el propuesto:

En el esquema actual la fuerza de venta utiliza toma pedidos físicos, esto implica costos de papelería, servicio de mensajería, servicio de fax, servicio de correo electrónico, entre otros para el envío de los pedidos por vendedores en poblaciones lejanas. A esto se le suma los lapsos de tiempo que tardan en llegar los pedidos a la distribuidora para continuar con el proceso de facturación y despacho de la mercancía, adicional la falta de información actualizada de precios, inventarios, entre otros para el vendedor.

En el esquema propuesto está el costo del tipo de servicio contratado, la implementación, los dispositivos móviles, la capacitación de los usuarios, servicio de telefonía móvil “Datos”.

Adicional se tienen en cuenta los siguientes aspectos en cuanto a la aplicación

- 1- la facilidad de uso de la aplicación
- 2- el rendimiento de la aplicación en el entorno operacional
- 3- las funciones que ofrece
- 4- la estabilidad

Teniendo en cuenta los costos que generan los dos diferentes esquemas para Distribuciones Aldana, se determina que la implementación de esta propuesta a corto plazo tendría un costo mayor al esquema de toma pedidos que se tiene actualmente, pero el beneficio sería aún mucho

mayor ya que aumenta considerablemente el rendimiento en cuanto a la efectividad de la labor del vendedor, los tiempos de entrega y la logística en la bodega.

*¿Cuál es el tiempo que lleva la distribuidora manejando este aplicativo?

3 Años

*¿Cómo se ven ante la competencia en la implementación de herramientas tecnológicas?

A nivel local estaríamos a la par junto a la competencia, pero comparándonos con otras empresas a nivel nacional o mundial estaríamos un paso atrás o varios, debido al desarrollo diario de nuevas tecnologías que mejoran la productividad de las empresas tanto en el área logística como en la comercial

*¿Cómo ha evolucionado la fuerza de ventas utilizando este sistema?

Nuestra fuerza de ventas a tenido un desarrollo positivo con esta implementación ya que es una nueva herramienta que les facilito su labor estando en línea con la empresa y tener la información a la mano para sus negociaciones además de acelerar y facilitar los procesos de toma de pedidos, logística y despachos.

*¿La solución informática ha cumplido su cometido en la parte operativa y financiera de la Distribuidora Aldana?

Si, los beneficios obtenidos en relación a los costos generados por esta implementación se encuentran en un equilibrio que no permite inconvenientes en la parte financiera de la Empresa

*¿Cómo califica el servicio de pos venta de aplicativo?

"Bueno", de 10 le daría un 8, es una aplicación muy estable, tiene buen rendimiento, funciones Básicas necesarias y un fácil manejo. Podría ser excelente pero le falta mejoras en su diseño y más funciones que también son necesarias

*¿Cuál es la Vida Útil de estos sistemas?

Día tras día se desarrollan nuevas tecnologías más eficientes, más manejables, con un mejor rendimiento y con mayores funcionalidades acorde también a la demanda, lo que ocasiona que una aplicación de ayer ya a hoy sea reemplazada por una mejor. Por lo que considero que este sistema simplemente se seguirá desarrollando siguiendo el mismo enfoque hacia las ventas.

*De acuerdo a su amplia experiencia en el área de la informática, nos puede dar una apreciación general de la implementación de sistemas móviles en los módulos de ventas de las empresas.

La tecnología evoluciona día tras día ayudando a facilitarnos labores cotidianas desde la más sencilla hasta la más compleja. En cualquier empresa implementar el uso de estas tecnologías hace que dicha empresa también evolucione, mejorando su eficiencia y rendimiento lo que las ayuda a prestar un mejor servicio y crecer cada día más y más.

Agradecemos su atención y amplia colaboración en esta investigación que estamos realizando en la implementación de soluciones informáticas.

11.4. Anexo Proyección financiera.

11.4.1. Estado de resultados comparativo 2015-2016

WILSON LEDESMA LEIVA		
C.C. 12.274.173		
ESTADO DE RESULTADOS COMPARATIVO		
A 31 DE DICIEMBRE		
INGRESOS	2.015	2.016
COMERCIO AL POR MAYOR Y POR MENOR		
Comercio en el establecimiento denominado RAPIVENTAS DEL SUR	3.435.919.009	3.722.020.725
Descuento comer concedido,recupe y diversos	78.487.519	96.763.064
menos devoluciones, descuentos y rebajas	21.184.004	28.186.012
TOTAL INGRESOS	3.493.222.524	3.790.597.777
COSTOS		
COSTOS DE LA MERCANCIA VENDIDA		
Costo mercancia vendida	3.154.591.200	3.394.530.200
TOTAL COSTO	3.154.591.200	3.394.530.200
GASTOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Gastos de personal	108.892.827	120.262.593
Honorarios, servicios y comisiones	36.430.035	56.647.264
Impuestos	7.367.000	8.055.721
Seguros	1.592.988	2.728.820
Gastos legales	358.100	433.800
Arrendamientos	10.800.000	14.400.000
Mantenimiento y reparaciones	10.018.699	18.019.746
Depreciacion	5.511.887	600.000
Gastos no operacionales	55.780.991	43.757.004
Gastos fianancieros	26.032.797	32.373.071
TOTAL GASTOS	262.785.324	297.278.019
UTILIDAD DEL EJERCICIO	75.846.000	98.789.558
Utilidad promedio mensual	6.320.500	8.232.463

11.4.2. Estado de situación financiera comparativo 2015-2016

WILSON LEDESMA LEIVA		
C.C. 12.274.173		
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA COMPARATIVOS		
DEL 1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE		
ACTIVO	2.015	2.016
ACTIVO CORRIENTE		
DISPONIBLE		
Caja	2.016.918	49.138.309
Bancos	1.721.219	831.489
CUENTAS POR COBRAR		
Clientes	229.142.989	255.322.162
Anticipo a proveedores	250.783	134.136
Anticipo de impuestos	7.112.686	10.470.028
INVENTARIOS		
De mercancia no fabricada por la empresa	427.142.521	235.859.244
TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE	667.387.116	551.755.368
ACTIVOS NO CORRIENTES		
ACTIVOS FIJOS		
Casa Cra 9a No 8A 04	20.000.000	20.000.000
Casa Cra 9a No 8A 03	40.000.000	40.000.000
MUEBLES Y ENSERES		
Muebles y enseres establecimientos de comer	6.750.000	6.750.000
MAQUINARIA Y EQUIPO		
Maquinaria y Equipo	3.580.000	3.580.000
VEHICULO		
Moto placas JFB 95B Modelo 2008	3.220.000	3.220.000
2 vehiculos de carga Furgon	78.000.000	78.000.000
Renault Koleos	74.290.000	74.290.000
EQUIPO DE COMPUTO		
Equipo de computo	11.167.600	11.767.600
OTROS ACTIVOS		
Intangibles	5.500.000	5.000.000
DEPRECIACION ACUMULADA		
Depreciacion acumulada	(88.369.829)	(94.426.716)
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	154.137.771	148.180.884
TOTAL ACTIVOS	821.524.887	699.936.252
PASIVOS		
PASIVOS CORRIENTES		
OBLIGACIONES FINANCIERAS		
Bacolombia	31.649.557	17.724.565
Banco de Bogotá		24.554.855
Con Particulares	195.000.000	-
PROVEEDORES		
Proveedores	226.021.991	226.278.682
COSTOS Y GASTOS POR PAGAR		
Costos y gastos por pagar	4.480.146	3.344.430
OBLIGACIONES LABORALES		
Obligaciones Laborales	13.530.190	10.052.316
IMPUESTOS POR PAGAR		
Impuesto sobre las ventas	208.781	15.989.144
TOTAL PASIVO CORRIENTE	470.890.665	297.943.992
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Capital de prsonas naturales	274.788.222	303.202.702
RESULTADOS DEL EJERCICIO		
Utilidad del Ejercicio	75.846.000	98.789.558
TOTAL PATRIMONIO	350.634.222	401.992.260
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	821.524.887	699.936.252

11.4.3. Supuestos para proyección financiera

1. SUPUESTOS PROYECCION

	0	1	2	3	4	5	6
CONCEPTO / PERIODOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
EXTERNOS							
Inflación		4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%	4,00%
COMERCIALIZACIÓN, INGRESOS , COSTOS							
Crecimiento de produccion (m2)		6%	6%	6%	6%	6%	6%
% descuento (/ vtas totales)		3%	3%	3%	3%	3%	3%
% devoluciones (/ vtas totales)		0,76%	0,76%	0,76%	0,76%	0,76%	0,76%
% Gastos Admon y Ventas		8%	8%	8%	8%	8%	8%
% costo ventas (% vtas servicios)		89%	89%	89%	89%	89%	89%
CICLO DE EFECTIVO (días año = 365)							
Días en Cuentas por cobrar		24	24	24	24	24	24
Días en inventario		25	25	25	25	25	25
Días de Proveedores		25	25	25	25	25	25
NUEVAS INVERSIONES Y DEPRECIACIONES							
Compra Hardware y software		0	5	0	-	0	0
Tasa de depreciacion		0,26%	0,26%	0,26%	0,26%	0,26%	0,26%
ENDEUDAMIENTO							
Deuda de Corto Plazo							
Compras a Credito		3.516	3.736	3.961	4.198	4.450	4.717
% Oblig.Fcieras Bcolombia		17%	17%	17%	17%	17%	17%
% Oblig.Fcieras Bogota		21,7%	21,7%	21,7%	21,7%	21,7%	21,7%
IMPUESTOS, SOCIOS Y PATRIMONIO							
Tasa de impuesto de renta		33%	33%	33%	33%	33%	33%

2. ESTADO DE RESULTADOS

	0	1	2	3	4	5	6
PROYECCIONES	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
INGRESOS							
Ventas de Productos	3.722	3.945	4.182	4.433	4.699	4.981	5.280
(+) Descuentos	97	118	125	133	141	149	158
(-) Devoluciones	28	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
Ingresos Netos (M\$)	3.791	4.034	4.278	4.536	4.810	5.100	5.408
COSTO DE VENTAS							
Costo de Ventas	3.395	3.511	3.722	3.945	4.182	4.433	4.699
Total Costo de Ventas	3.395	3.511	3.722	3.945	4.182	4.433	4.699
UTILIDAD BRUTA	396	522	556	591	628	667	709
Depreciación	0,6	0,618	0,631	0,630	0,630	0,630	0,630
Gastos de Admon y Vtas	264	316	335	355	376	398	422
UTILIDAD OPERACIONAL	131	206	220	235	251	268	286
Intereses	32,37	6,7	5,3	4,3	3,4	2,7	2,2
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	98,79	199,4	215,0	231,1	247,9	265,5	284,0
Impuestos		65,8	70,9	76,3	81,8	87,6	93,7
UTILIDAD NETA	98,79	133,6	144,0	154,8	166,1	177,9	190,3

3. ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

	0	1	2	3	4	5	6
PROYECCIONES	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
EFFECTIVO (Minimo)							
Efectivo	50	50	50	50	50	50	50
CARTERA E INVENTARIOS							
Cartera	255	259	275	291	309	328	347
Otras por cobrar	11	11	11	11	11	11	11
Inventarios	236	241	255	270	286	304	322
ACTIVOS Y DEPRECIACIONES							
Edificios	60	60	60	60	60	60	60
Mebles y Enseres	7	7	7	7	7	7	7
Maquinaria y Equipo	3,6	4	4	4	4	4	4
Vehiculos	156	156	156	156	156	156	156
Equipo de Computo	11,8	11,8	11,8	11,8	11,8	11,8	11,8
Software y Hardware Mobile Doc	-	-	5,0	4,8	4,8	4,8	4,8
total Activos Depreciables	238	238	243	242	242	242	242
Otros Intangibles	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
Deprec. Acumulada	- 94	- 95	- 96	- 96	- 97	- 98	- 98
CTAS POR PAGAR, OBLIG. FCIERAS DE CP Y DEUDA DE LARGO PLAZO E INTERESES							
Cuentas por pagar	226	244	259	275	292	309	328
Oblig. Fcieras Bcolombia	18	14	11	9	7	6	5
Oblig. Fcieras Bogota	25	20	16	13	10	8	6
Int. pagados Bcolombia		2,4	1,9	1,5	1,2	1,0	0,8
Int. pagados Bogota		4,3	3,4	2,7	2,2	1,7	1,4
Costos y gastos por pagar	3	3,5	3,6	3,8	3,9	4,1	4,2
Obligaciones Laborales	10	10,5	10,9	11,3	11,8	12,2	12,7
Impuesto sobre las ventas	16	16,6	17,3	18,0	18,7	19,5	20,2
TOTAL PASIVOS	298	315	324	334	347	361	378
Capital Social	303,20						
Utilidad del Ejercicio	98,8						

11.4.4. Estado de resultados proyectado

RAPIVENTAS DEL SUR 2016-2022

	0	1	2	3	4	5	6
En millones \$	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
INGRESOS	3722	3.945	4.182	4.433	4.699	4.981	5.280
(+) Descuentos	97	118	125	133	141	149	158
(-) Devoluciones	-28	-30	-30	-30	-30	-30	-30
Ingresos Netos	3791	4.034	4.278	4.536	4.810	5.100	5.408
COSTO DE VENTAS							
Costo de ventas	3395	3.511	3.722	3.945	4.182	4.433	4.699
Total Costo de Ventas	3.395	3.511	3.722	3.945	4.182	4.433	4.699
UTILIDAD BRUTA	396	522	556	591	628	667	709
Depreciación	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Gastos de Admon y Vtas	264	316	335	355	376	398	422
UTILIDAD OPERACIONAL	131,2	206,1	220,3	235,4	251,3	268,2	286,2
Intereses	32	6,68	5,34	4,27	3,42	2,74	2,19
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS	98,8	199,4	215,0	231,1	247,9	265,5	284,0
Impuesto de Renta		65,8	70,9	76,3	81,8	87,6	93,7
UTILIDAD NETA	99	134	144	155	166	178	190

11.4.5. Estado de situación financiera proyectado

RAPIVENTAS DEL SUR 2016-2022

	0	1	2	3	4	5	6
En millones \$	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ACTIVOS							
Activo Corriente							
Efectivo	50	50	50	50	50	50	50
Cartera	255	259	275	291	309	328	347
Otras por cobrar	11	68	61	54	48	42	37
Inventarios	236	241	255	270	286	304	322
Total Activo Corriente	552	617	640	665	693	723	756
Propiedad Planta y Equipo							
-	-	-	-	-	-	-	-
Edificios	60	60	60	60	60	60	60
Mebles y Enseres	7	7	7	7	7	7	7
Maquinaria y Equipo	4	4	4	4	4	4	4
Vehiculos	156	156	156	156	156	156	156
Equipo de Computo	12	12	12	12	12	12	12
Software y Hardware Movile Doors	-	-	5	5	5	5	5
total Activos Depreciables	238	238	243	242	242	242	242
Otros Intangibles	5	5	5	5	5	5	5
Deprec. Acumulada	- 94	- 95	- 96	- 96	- 97	- 98	- 98
Total Propiedad Planra y Equipo	243	243	253	252	252	252	252
TOTAL ACTIVOS	700	765	792	816	843	873	905
PASIVOS							
Proveedores	226	244	259	275	292	309	328
Oblig. Fcieras Bcolombia	18	14	11	9	7	6	5
Oblig. Fcieras Bogota	25	20	16	13	10	8	6
Costos y gastos por pagar	3	3	4	4	4	4	4
Obligaciones Laborales	10	10	11	11	12	12	13
Impuesto sobre las ventas	16	17	17	18	19	19	20
TOTAL PASIVOS	298	309	318	330	343	359	376
PATRIMONIO							
Patrimonio	303	303	303	303	303	303	303
Utilidades	99	134	144	155	166	178	190
Utilidad Acumulada		20	27	29	31	33	36
TOTAL PATRIMONIO	402	457	474	487	500	514	529
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	700	765	792	817	844	873	905

CALCULO COSTO DE CAPITAL	\$	%	Tasa	POND
Pasivo Financiero	34	4%	17%	0,01
Otros Pasivos	275	36%	0%	-
Patrimonio	457	60%	21%	0,13
Total	765	100%		13,3%

CK

11.4.6. Flujo de caja del proyecto

RAPIVENTAS DEL SUR 2016-2022

En millones \$		2.017	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022
Ventas		4.034	4.278	4.536	4.810	5.100	5.408
Costos		3.511	3.722	3.945	4.182	4.433	4.699
Gastos operativos							
Utilidad operativa		522	556	591	628	667	709
Depreciacion		1	1	1	1	1	1
Gastos de Admon y Vtas		316	335	355	376	398	422
Intereses		7	5	4	3	3	2
Utilidad operativa DI		206	220	235	251	268	286
Depreciación y amortización		0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
Impuestos			65,8	70,9	76,3	81,8	87,6
Flujo Caja Bruto Operativo	- 457	207	155	165	176	187	199

TIR		32%
TASA DE OPORTUNIDAD		21%
VPN	\$	130,9

11.4.7. Indicadores financieros

RAPIVENTAS DEL SUR 2016-2022

		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Activo corriente	AC	667,4	551,8	617,5	640,5	665,3	693,0	722,7	755,6
Pasivo corriente	PC	470,9	297,9	308,6	318,3	329,7	343,2	358,6	375,8
Cartera	CXC	229,1	255,3	259,4	275,0	291,5	309,0	327,5	347,2
Inventarios	INV	427,1	235,9	240,5	254,9	270,2	286,4	303,6	321,8
Proveedores	PRO	226,0	226,3	244,2	259,5	275,0	291,5	309,0	327,6
Pasivo total	PT	470,9	297,9	308,6	318,3	329,7	343,2	358,6	375,8
Activo Total	AT	821,5	699,9	765,1	792,4	816,4	843,4	872,5	904,8
Patrimonio	PAT	350,6	402,0	456,6	474,0	486,8	500,3	514,3	529,0
Ventas Credito	VB	3435,9	3.722	3.945	4.182	4.433	4.699	4.981	5.280
Ventas Netas	VN	3493,2	3.791	4.034	4.278	4.536	4.810	5.100	5.408
Costos de Ventas	CMV	3154,6	3.395	3.511	3.722	3.945	4.182	4.433	4.699
Utilidad Operacional	UAII	107,4	131	206	220	235	251	268	286
Utilidad Neta	UN	75,8	99	134	144	155	166	178	190

I. LIQUIDEZ

LIQUIDEZ CTE	LC =	AC PC	=	1,42	1,85	2,00	2,01	2,02	2,02	2,02	2,01
PRUEBA ACIDA	PA =	AC - INV PC	=	0,51	1,06	1,22	1,21	1,20	1,18	1,17	1,15

II. SOLVENCIA

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO		PT AT	=	57%	43%	40%	40%	40%	41%	41%	42%
------------------------	--	----------	---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

III. GESTION

ROTACION CARTERA	RC=	VC CXC	=	14,99	14,58	15,21	15,21	15,21	15,21	15,21	15,21
DIAS DE CARTERA		365 RC	=	24,34	25,04	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
ROTACION INVENTARIOS	RI=	CMV INV	=	7,39	14,39	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60	14,60
DIAS DE INVENTARIO		365 RI	=	49,42	25,36	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00

IV. RENTABILIDAD

RENTABILIDAD ACTIVO	ROA=	UAII AT	=	13,1%	18,7%	26,9%	27,8%	28,8%	29,8%	30,7%	31,6%
RENTAB. PATRIMONIO	ROE=	UN PAT	=	21,6%	24,6%	29,3%	30,4%	31,8%	33,2%	34,6%	36,0%
MARGEN OPERACIONAL	MO=	UAII VN	=	3,1%	3,5%	5,2%	5,3%	5,3%	5,3%	5,4%	5,4%
MARGEN NETO	MN=	UN VN	=	2,2%	2,6%	3,3%	3,4%	3,4%	3,5%	3,5%	3,5%

V. DIAGNOSTICO

KTNO = CXC + INV - PROV	KTNO \$	=	430,3	264,9	255,8	270,4	286,7	303,9	322,1	341,4
PRODUCTIVIDAD	KTNO	P.KTNO VN	=	12,3%	7,0%	6,3%	6,3%	6,3%	6,3%	6,3%

12. Bibliografía

Garzon Charry, N. (2017). *Genesis TI*. Recuperado el 28 de Agosto de 2017, de Genesis TI:
<http://www.genesis-ti.com/>

Instituto Nacional de Contadores Publicos . (s.f.). *Instituto Nacional de Contadores Publicos Colombia*. Obtenido de <https://onedrive.live.com/?authkey=%21AAmZe0I7I0K1-L0&cid=8593D4EA6D1C89D4&id=8593D4EA6D1C89D4%21365&parId=8593D4EA6D1C89D4%21192&o=OneUp>

Levine, D., Krehbiel, T., & Berenson, M. (2014). *Estadística para administración*. Mexico: Pearson Educacion de Mexico, S.A de C.V.

Thompson, A., Peteraf, M., Gamble, J. E., & Strickland III, A. (2012). *Administración Estratégica*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.