

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA CON NOMBRE
'MIKIYO'S TU MEJOR AMIGO'



CINDY LILIANA CHIQUILLO

DIANA KATHERINE RAMIREZ RUIZ

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS Y CIENCIAS ECONÓMICAS

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C.

2013

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA CON NOMBRE
'MIKIYO'S TU MEJOR AMIGO'

CINDY LILIANA CHIQUILLO

DIANA KATHERINE RAMIREZ RUIZ

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TITULO "ADMINISTRADOR DE
EMPRESAS"

DIRECTOR TRABAJO DE GRADO

FRANCISCO ZÚÑIGA

DOCENTE UNIVERSIDAD EAN

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS Y CIENCIAS ECONÓMICAS

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C.

2013

Nota de aceptación

Firma Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Dedicatoria

Agradezco principalmente a Dios por la realización de este trabajo, porque él me ha dado la sabiduría y la capacidad para desenvolverse bajo los principios de la ley divina.

Le doy gracias a mis padres María Liliana Silva y José Salomón Chiquillo, que han logrado cultivar el fruto de la educación en mi vida, los principios y los buenos deseos que han inspirado en mi vida para hacer de mí una persona profesional y competente para desarrollo constructivo de mercado.

A mis familiares y amigos por el apoyo que me han brindado, porque de una u otra forma ellos contribuyeron con el desarrollo de mi vida profesional.

A los docentes de la Universidad EAN por que se han encargado de guiar mi proceso académico, mi crecimiento personal y han dado sus conocimientos para el desarrollo de mi vida profesional.

"Tu tiempo es limitado, de modo que no lo malgastes viviendo la vida de alguien distinto. No quedes atrapado en el dogma, que es vivir como otros piensan que deberías vivir. No dejes que los ruidos de las opiniones

de los demás acallen tu propia voz interior. Y, lo que es más importante, ten el coraje para hacer lo que te dicen tu corazón y tu intuición."

(Steve Jobs).

La mente creativa nunca busca encontrar la lógica de las cosas, al contrario sale de esta para poder generar conocimiento...

Cindy Chiquillo

Este proyecto de grado es un logro que alcancé con dedicación, entrega y mucho esfuerzo y pese a todas las dificultades que se presentaron, dedico este triunfo en primer lugar a Dios, por estar conmigo en cada paso, por iluminar mi mente, por el aliento de cada día y por haber cruzado en mi camino a aquellas personas que me brindaron apoyo y compañía durante toda mi formación profesional.

A mi madre Marleny Ruiz Montes, por ser el pilar más importante, quien me ha apoyado y guiado en todo momento, por sus consejos y motivación constante, por la paciencia de tantas noches trasnochadas y principalmente por todo su amor.

A mi padre Gustavo Ramírez, por tantos ejemplos de perseverancia que lo caracterizan, por su apoyo incondicional y por brindarme una carrera para mi futuro.

Gracias padres, todo esto se lo debo a ustedes.

A mis hermanos, Jair Ricardo, Julio Cesar y John Alexander por ser mis mayores ejemplos, que con sus consejos me han ayudado a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida y aunque no lo sepan fueron y son mis mejores amigos, por tantos regaños de corazón, por su

compañía y apoyo incondicional durante toda mi carrera.

A mi novio David Felipe Marín, por las largas horas de acompañamiento y de paciencia, por su apoyo incondicional y la motivación constante para salir adelante, por compartir tantos momentos de alegría y de tristeza y por demostrarme que siempre podré contar con él. A mis tíos(as) que de una u otra forma participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis, principalmente a mi tío Carlos Martínez que con su experiencia y asesoría me guio en el desarrollo de la misma.

A mi tutor, el doctor Francisco Zúñiga, por su tiempo y criterio dedicado, ha sido un privilegio contar con su ayuda y su guía.

A mis amigos(as) y compañeros(as), Andrés Villamil, Cristian Lara y Sergio del Rio por su amistad, colaboración y apoyo hasta este momento, y por supuesto a mi compañera de tesis quien me aguantó en momentos de tensión, estrés y felicidad que surgieron en el desarrollo de esta tesis y que sin ella el tiempo y la dedicación mutua en este trabajo no hubiese podido ser igual.

Gracias a todos, porque finalmente han hecho fácil lo difícil.

Diana Katherine Ramírez Ruiz

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO DE TÉRMINOS	1
ABSTRACT	3
RESUMEN EJECUTIVO	5
INTRODUCCION	8
1. CONCEPTO DE NEGOCIO	10
1.1. Formulación del problema	10
1.2. JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES	10
1.2.1. Antecedentes	10
1.2.2 Justificación	12
1.3. OBJETIVOS	14
1.3.1 Objetivo general	14
1.3.2 Objetivos específicos	14
1.4. ESTADO ACTUAL DEL NEGOCIO.....	14
1.5. Contextualización:	15
1.6. DESCRIPCION DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.....	17
1.7. VENTAJAS COMPETITIVAS	18
1.8. MERCADO OBJETIVO	21
1.9. POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS	22
1.10. EQUIPO DE TRABAJO	22
1.11. DESCRIPCIÓN DE LAS INVERSIONES	23
1.12. RESUMEN DE LOS INDICADORES MÁS REPRESENTATIVOS PARA MIKIYO´S.	25
1.13. Conclusión de Viabilidad Financiera.....	26
CAPITULO II MERCADOS	27
2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR.....	27
2.1.1. Análisis económico de Colombia	27
PIB.....	27
PIB per cápita.....	28

Inflación:.....	29
Tasa de Interés:	30
2.1.2. Entorno macro económico.....	30
2.1.3. Análisis de la industria del entretenimiento	31
2.1.3 Índices del sector.....	35
2.1.4 Barreras de entrada y salida.....	36
2.2 ANÁLISIS Y ESTUDIO DE MERCADO	38
2.2.1 Tendencias del mercado	38
2.3 Estudio de mercado.....	40
2.3.1 Objetivo general:.....	40
2.3.2 Objetivos específicos:.....	41
2.3.3 Tamaño de mercado:	41
2.3.4 Muestra de población:	44
2.3.5 Aplicación de la encuesta	45
2.3.6 Resultado del análisis:	47
2.3.7 Nicho de mercado	51
2.3.8 Mercado potencial:	51
2.3.9 Segmentación del mercado.....	52
2.3.10 Descripción de los consumidores	53
2.4 Riesgos y oportunidades de mercado	54
2.4.1 Fortalezas Y debilidades de la empresa	60
2.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	62
2.5.1 MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO.....	63
2.5.2 Competidores en el sector de manufactura.....	64
2.5.3 Competidores en el sector de entretenimiento.....	65
2.6 Estudio de precios	67
2.7 PLAN DE MERCADEO	68
2.7.1 Concepto del producto o servicio	68
2.7.2 Estrategias de MIKIYO'S	69
2.7.3 Presupuesto mezcla de mercadeo:	78
2.8 proyección de ventas	79
CAPITULO III ESTUDIO TÉCNICO	81

3.1. Ficha técnica del producto	81
3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO	81
3.2.1. Factores determinantes del tamaño	82
3.2.2 Infraestructura.....	83
3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	85
3.3.1 Macro Localización	85
3.3.2 Micro localización.....	88
3.4 cadena de valor	90
3.4.1 Actividades dependientes	90
3.4.2 procesos de apoyo.....	91
3.5 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	92
3.6 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS.....	94
3.6.1 Características de la tecnología.....	94
3.7. PLAN DE PRODUCCION.....	101
3.7.1. Procesamiento de órdenes y control de inventarios	101
3.7.2 Control de inventarios:.....	102
3.7.3 Capacidad de producción	103
3.8. PLANES DE CONTROL DE CALIDAD	104
3.9 PROCESOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	106
3.10. PLAN DE COMPRAS.....	106
3.11. COSTOS DE PRODUCCION	108
3.11.1 CIF.....	108
CAPITULO IV ASPECTOS LEGALES	113
4.1. Análisis estratégico.....	113
4.1.1. Misión	113
4.1.2 Visión	113
4.1.3 Análisis DOFA.....	113
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	117
4.2.1. Organigrama Estructural	117
4.2.2 Organigrama Funcional	118
4.2.3 Cargos y Funciones.....	119
4.2.4 Esquema de contratación y remuneración	130

4.3	ASPECTOS LEGALES	130
4.3.1	Estructura jurídica y tipo de sociedad	130
4.4.	Costos administrativos	133
4.5	gastos del personal.....	133
4.6.	Gastos de puesta en marcha	134
4.6.1	Página Web:.....	134
4.6.2	Software Contable:.....	134
4.6.3	Adecuación:	135
4.6.4.	Registro de Cámara y Comercio:	135
4.6.5.	Amortización de activos diferidos:	135
4.6.6	Mantenimiento del almacén:	136
4.6.7	Depreciación de equipo:	136
4.6.8	Gastos varios:	136
4.6.9	Arriendo:.....	136
4.6.10	Servicios públicos:	137
4.6.11	Papelería:.....	137
4.6.12	Contador:.....	138
4.6.13	Publicidad:	139
4.7.	Organismos de apoyo.....	141
5.	ASPECTOS FINANCIEROS	143
5.1	PROYECCIONES FINANCIERAS	143
5.1.1	Inversión inicial.....	143
5.2	Presupuesto de CIF.....	145
5.3	Presupuesto de Sueldos de Administración y Ventas	146
5.4	Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas.....	147
5.5	Presupuesto de Préstamo Bancario	148
5.6	Balance General.....	151
5.7	Estado de Resultados	152
5.8.	Flujo de Efectivo	156
5.9	ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	158
5.10.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	159
5.11.1.	Evaluación financiera del proyecto	161

5.11.2. Evaluación financiera para el inversionista	162
5.11.3. Escenario de probable riesgo o incidencia	164
5.12 INDICADORES FINANCIEROS	164
5.12.1 Razón Corriente.....	164
5.12.2. La Rentabilidad económica (ROA) vs la Rentabilidad Financiera (ROE) y Rentabilidad de las ventas	165
5.12.3. Nivel de Endeudamiento y Apalancamiento	166
6. IMPACTOS DEL PROYECTO.	167
8. CONCLUSIONES	168
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	170

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: PIB Colombia.....	27
Ilustración 2: Crecimiento Nominal de servicios	32
Ilustración 3: Crecimiento sector entretenimiento	33
Ilustración 4: Personal Ocupado.....	34
Ilustración 6: Gusto por la nueva idea de entretenimiento	47
Ilustración 7: Fechas predilectas para comprar	48
Ilustración 8: Cada cuanto adquiere un peluche.....	49
Ilustración 9: Disposición de compra.....	50
Ilustración 10: Curva de valor.....	63
Ilustración 11: Estrategia de distribución	71
Ilustración 12: Estrategia de Producto.....	76
Ilustración 13: Maquinaria requerida	83
Ilustración 14: Plano de MIKIYO'S	85
Ilustración 15: Mapa Chapinero	88
Ilustración 16: Cadena de valor	90
Ilustración 17: Proceso de fabricación	92
Ilustración 18: Pasos de creación del peluche	94
Ilustración 19: Maquina rellenadora	97
Ilustración 20: Maquina rellenadora 2	98
Ilustración 21: ANÁLISIS DOFA.....	114
Ilustración 22: Organigrama MIKIYO'S	117
Ilustración 23: Razón Corriente	165
Ilustración 24: Indicadores Financieros	166

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Estado de pérdidas y ganancias	7
Tabla 2: Tamaño de mercado	21
Tabla 3: Nicho de mercado	21
Tabla 4: Mercado Potencial.....	22
Tabla 5: Equipo de trabajo	23
Tabla 6: Inversión inicial.....	24
Tabla 7: Indicadores	25
Tabla 8: Escenarios posibles	26
Tabla 9: PIB per cápita.....	28
Tabla 10: Inflación	29
Tabla 11: Tasa de Interés.....	30
Tabla 12: Empleo del tiempo libre	31
Tabla 13: índices del sector	35
Tabla 14: Tamaño de mercado Niños usuarios	42
Tabla 15: Tamaño de mercado Padres- compradores.....	43
Tabla 16: Nicho de mercado	51
Tabla 17: Mercado Potencial.....	51
Tabla 18: Segmentación demográfica	53
Tabla 19: Matriz MEFE.....	55
Tabla 20: Opciones de planes.....	57
Tabla 21: Talleres.....	58
Tabla 22: Matriz MEFI.....	60
Tabla 23: Matriz de perfil Competitivo	63
Tabla 24: Precios	67
Tabla 25: Estrategia de precio	72
Tabla 26: Precios de Competidores.....	73
Tabla 27: Presupuesto mezcla de mercadeo	78
Tabla 28: Proyección de ventas.....	79
Tabla 29: Ficha técnica.....	81
Tabla 30: Equipo y computo	84
Tabla 31: Ciudades Colombianas para mayor atracción	86
Tabla 32: Mapa de Bogotá	87
Tabla 33: Descripción proceso	93
Tabla 34: Materia PRIMA.....	95
Tabla 35: Gastos papelería	100
Tabla 36: consumo Maquinaria.....	100
Tabla 37: Procesamiento de órdenes	101
Tabla 38: Control de inventarios	102

Tabla 39: Unidades a producir	103
Tabla 40: Capacidad instalada	103
Tabla 41: Capacidad de Producción	104
Tabla 42: Plan de ordenamiento	107
Tabla 43: consumo Maquinaria	109
Tabla 44: Costos de producción	110
Tabla 45: Porcentajes prestacionales.....	110
Tabla 46: Auxilio de transporte.....	110
Tabla 47: Porcentaje de Cesantías.....	111
Tabla 48: Costos mensuales de salarios básicos.....	111
Tabla 49: Costos anuales de salarios básicos y prestacionales.....	112
Tabla 50: Organigrama funcional.....	118
Tabla 51: Cuadro de tipos de sociedades.....	131
Tabla 52: Nómina	134
Tabla 53: Consumo en Servicio Públicos.....	137
Tabla 54: Gatos de papelería	138
Tabla 55: Resumen Costos Administrativos	139
Tabla 56: Activos diferidos	140
Tabla 57: Gastos de administración y ventas	140
Tabla 58: Presupuesto de ventas	144
Tabla 59: Presupuesto de compras	145
Tabla 60: CIF	146
Tabla 61: Sueldos de administración y ventas	147
Tabla 62: Presupuesto de gastos de administración y ventas	148
Tabla 63: Préstamo bancario.....	149
Tabla 64: Amortización de Crédito.....	150
Tabla 65: Balance General.....	151
Tabla 66: Presupuesto de producción mensual	152
Tabla 67: Costos de producción anual	153
Tabla 68: Estado de resultados mensuales	154
Tabla 69: Estado de Resultados Anual	155
Tabla 70: Flujo de caja mensual.....	156
Tabla 71: Flujo de efectivo anual.....	157
Tabla 72: Punto de equilibrio	158
Tabla 73: Fuentes de financiamiento	159
Tabla 74: Evaluación Financiera	161
Tabla 75: Evaluación Financiera del inversionista.....	162
Tabla 76: Indicadores del inversionista	163
Tabla 77: Escenarios	164

GLOSARIO DE TÉRMINOS

PERSONALIZADO: Adaptado a las necesidades, deseos y gustos de cada persona.

RELLENO SILICONADO: algodón con fibra siliconada para llenar algo. El relleno de un peluche.

FELPA: Tejido de fibra sintética, parecido al terciopelo, usado para la confección muñecos de peluche

OBJETOS DE CONSUELO: Son aquellos objetos que se perciben en una zona intermedia entre lo subjetivo y lo objetivo. Así como los niños que se aferran a objetos como un peluche por relacionarlos con algún ser querido.

EMPRENDIMIENTO: Capacidad de una persona para alcanzar una nueva meta generalmente, la creación de una nueva empresa o el valor agregado a una idea que ya exista.

PYMES: pequeñas y medianas empresas.

NICHO DE MERCADO: Es la porción de un segmento de mercado con necesidades homogéneas que no se encuentran en totalidad cubiertas por la oferta del mercado.

TUOTU: Termino chino para referirse a las grabadoras de voz para los peluches.

PRODUCTO SUSTITUTO: Son productos similares que satisfacen las mismas necesidades de los consumidores compitiendo así en el mismo mercado.

CAPITAL DE TRABAJO: Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar a corto plazo, para cubrir sus necesidades a tiempo.

MÁQUINA PARA RELLENAR PELUCHES: consiste en una máquina, cuyo funcionamiento es por propulsión de aire, en donde expulsa la fibra siliconada hacia afuera para lograr rellenar el peluche.

FLETES: corresponde al precio del alquiler que se paga por una embarcación o una parte de ella.

DEPRECIACIÓN: corresponde al mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de este.

ABSTRACT

This business plan is part of an entrepreneurship process' and generates the application of all the knowledge acquired during the learning period throughout all race, with this research is to create a recognition for meeting the goal.

In this work we collected important information for the creation of an innovative entertainment company that will offer custom plushes in the chapinero locality in Bogotá Colombia.

The project will consist engage the client in the process of customizing a plush, through five seasons:

- 1) Choose the plushies skin's: there will be different skins styles' of characters zoos, which won't have filler, this will allow the customer to choose their favorite design.
- 2) Fill plush: after choosing the skin, through of a machine in charge to expel silicone cotton, the customer could fill form the plushes' texture either thin or bulky.
- 3) Place message: through a voice recorder for the plushies, which will allow the customer put a new message which can be heard each time it press the recorder.
- 4) Dress the plushie: is choosing clothing, shoes and accessories, according to tastes and preferences, seasons or special dates that will find in MIKIYO'S.
- 5) Place the stuffed name: according to the above steps, the plushie will have its own identity, which will allow each costumer give a name to identify the plushie with a birth certificate.

They will be completely unique and personalized stuffed animals for each client, according to your tastes and preferences, so the interesting thing of the business, which will be reflected in addition to complying with the useful function of any bear, it will be offering an added value by allowing on clients translate their feelings and create symbolic connotations among them, as to customize immemorial generating feelings are stuffed to the people who give them away as details

It will be a product that will suit different market segments since there will be an exclusive product for children and that may eventually could be modified again making this an ongoing innovation project.

The project includes an analysis from the point of view of marketing, technical, legal, organizational and financial, and finally conclude with the results of each study, showing a high viability and financial profitability.

RESUMEN EJECUTIVO

El resumen ejecutivo es una recolección de todos los datos y estudios necesarios para determinar el riesgo y aprovechar las oportunidades que se presentan en la industria mediante la generación de estrategias que permitan la puesta en marcha de MIKIYO'S.

MIKIYO'S será un centro de entretenimiento para niños y adultos, donde la creatividad será la base para la creación de un peluche, por medio de cinco estaciones podrán obtener un peluche totalmente personalizado, lo que permitirá plasmar la personalidad y los sentimientos de cada una de las personas que participen en este proceso.

El proyecto consistirá en hacer partícipe al cliente en el proceso de personalización de un peluche, por medio de cinco estaciones:

- 1) Elegir la piel del peluche: se presentarán diferentes estilos de personajes zoológicos, los cuales se encontrarán sin relleno, esto permitirá que el cliente elija su diseño favorito.
- 2) Rellenar el peluche: después de haber elegido la piel, por medio de una maquina encargada de expulsar algodón siliconado, se le dará forma con respecto a la contextura ya sea delgada o abultada.
- 3) Colocar mensaje: por medio de una grabadora de voz para el peluche, la cual permitirá al cliente introducir un nuevo mensaje el cual podrá ser escuchado cada vez que se presione la grabadora.
- 4) Vestir el peluche: consistirá en elegir ropa, zapatos y accesorios, de acuerdo a gustos o preferencias, temporadas o fechas especiales que en MIKIYO'S se encontrarán.
- 5) Colocar nombre al peluche: de acuerdo a los anteriores pasos, el peluche contará con una identidad propia, lo que le permitirá a cada cliente otorgar un nombre, para identificar el peluche por medio de un certificado de nacimiento.

Se realizó una investigación de mercados con el propósito de analizar el nicho del mercado al cual se pretende llegar con la idea de negocio, esta investigación se implementó en la ciudad de Bogotá en las localidades de Chapinero y Usaquén, por lo cual se estableció que el producto estaría

dirigido a personas entre los 5 y 34 años de edad los cuales pertenecen a los estratos socio económicos 4, 5 y 6, donde el resultado final del mercado potencial corresponde a 118463 futuros consumidores.

Para este modelo de negocio los competidores se dividen en dos clases, directos que corresponden a las tiendas de peluches actuales como lo son Pelanas, Timoteo, Peluchito y los distribuidores de peluches de marca china quienes en la actualidad tienen un gran cubrimiento del mercado nacional e internacional. Por otra parte se encuentran los competidores indirectos que hacen referencia al entretenimiento ya que bajo este concepto se maneja la idea de negocio establecida, entre estos se encuentran; Cinemas, Parques de Diversión, Divercity, Camila la Muñeca gigante, conceptos que muestran diferenciación entre los precios y los diversos modelos de entretenimiento ofrecidos para el consumidor.

Los proveedores que se encargarán de la distribución de los insumos para MIKIYO`S serán en su mayoría importados desde China estos proveerán la materia prima requerida para ofrecer al consumidor a la hora de personalizar su peluche, se estableció así gracias a un comparativo con relación al costo beneficio entre los proveedores nacionales, quienes se presentaban más costosos en comparación de los proveedores elegidos, por otro lado se encuentra la maquinaria requerida para el proceso de relleno, en donde el principal proveedor de esta está ubicado en la ciudad de La Vegas.

La proyección sobre las ventas, costos, gastos y la utilidad neta se estableció por un periodo de 1 a 5 años detalladas a continuación.

Tabla 1: Estado de pérdidas y ganancias

VENTAS BRUTAS	\$ 285.200.000	\$ 309.120.000	\$ 339.824.000	\$ 372.820.000	\$ 408.289.000
Menos descuentos	0	\$ -	0	0	0
VENTAS NETAS	\$ 285.200.000	\$ 309.120.000	\$ 339.824.000	\$ 372.820.000	\$ 408.289.000
Costo de ventas	\$ 129.079.944	\$ 138.268.031	149543216,8	161808935,1	174990848,8
UTILIDAD BRUTA	\$ 156.120.056	\$ 170.851.969	\$ 190.280.783	\$ 211.011.065	\$ 233.298.151
GASTOS DE VENTAS Y ADMI					
Sueldos de Administracion y Ventas + Prestaciones	43.479.832	44.840.751	56.588.715	58.359.942	74.611.354
Cesantias Sueldos de Administracion y Ventas	2.533.400	2.612.695	3.297.203	3.400.406	4.145.075
Mantenimiento del almacén	240.000	247.512	255.259	263.249	271.304
Depreciación de equipo	1.398.600	1.398.600	1.398.600	1.398.600	1.398.600
Amortizacion de Activos Diferidos	1.905.433	1.283.333	1.283.333	1.000.000	1.000.000
Gastos varios	480.000	495.024	510.518	526.497	542.608
Arriendo	54.000.000	55.690.200	57.433.303	59.230.966	61.043.433
Servicios Públicos	5.976.000	6.163.049	6.355.952	6.554.894	6.755.473
Papelería	1.009.600	1.041.200	1.073.790	1.107.400	1.141.286
Contador	3.600.000	3.712.680	3.828.887	3.948.731	4.069.562
Administración del almacén	2.400.000	2.475.120	2.552.591	2.632.487	2.713.041
Publicidad	31.200.000	32.176.560	33.183.686	34.222.336	35.269.539
Total gastos de ventas y administración	\$ 148.222.866	\$ 152.136.725	\$ 167.761.839	\$ 172.645.507	\$ 192.961.277
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 7.897.190	\$ 18.715.244	\$ 22.518.944	\$ 38.365.558	\$ 40.336.874
OTROS GASTOS					
Gastos financieros	2.427.614	1.563.137	580.891		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 5.469.577	\$ 17.152.107	\$ 21.938.053	\$ 38.365.558	\$ 40.336.874
Provisión impuesto de renta	\$ 1.804.960	\$ 5.660.195	\$ 7.239.558	\$ 12.660.634	\$ 13.311.169
UTILIDAD NETA	\$ 3.664.616	\$ 11.491.912	\$ 14.698.496	\$ 25.704.924	\$ 27.025.706

Fuente: Elaboración Propia

La TIR del inversionista será por mínimas proporciones superior al rendimiento exigido por su inversión. Si las unidades a vender para el primer año son 4.561, no sería posible compensar con las utilidades el rendimiento exigido por el accionista. Tomando como referencia la información anterior, las ventas pueden decrecer como máximo en un 0,85%, ya que hasta este punto el proyecto seguiría siendo financieramente rentable para el inversionista.

INTRODUCCION

El presente proyecto, consiste en la elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa que mediante la venta de peluches personalizados ofrecerá a los consumidores un servicio de entretenimiento con connotaciones simbólicas, en la ciudad de Bogotá la capital de Colombia.

En este proyecto se plantea una nueva forma de entretenimiento para niños en donde se ve involucrado el sentido de pertenencia por los artículos adquiridos, este nuevo concepto de negocio permitirá la interacción familiar dentro de las instalaciones, puesto que para el proceso de personalización, se requerirá acompañamiento de un adulto, uno de los impactos que será más representativo está identificado con la atención que los padres tienen que brindarle a sus hijos en la etapa de desarrollo.

Hoy por hoy, los consumidores son cada vez más exigentes a la hora de comprar productos para satisfacer sus necesidades, pues cada persona se caracteriza por tener una personalidad única con gustos y actitudes diferentes, es por ello, que con este nuevo plan de negocio, se busca satisfacer a los consumidores de peluches, ofreciéndoles la posibilidad de ‘fabricar’ su propio peluche de acuerdo a sus gustos y preferencias, para así poderse llevar a casa un MIKIYO (peluche) exclusivo en el diseño, con el beneficio de un valor agregado que consiste en generar connotaciones simbólicas entre los clientes por la experiencia de compra, pues al construir su propio MIKIYO, no solo se pretende satisfacer una función utilitaria sino generar distintas emociones y un grato recuerdo principalmente cuando los peluches sean utilizados como un obsequio o detalle. Para los niños pueden significar su mejor amigo y para los adultos una forma de expresar sus sentimientos hacia el ser querido y porque no el recuerdo de una persona especial.

Será un producto que se adaptará a distintos segmentos del mercado puesto que no será un producto exclusivo para niños y que el algún momento puede llegar a ser modificado nuevamente haciendo de este un proyecto de innovación continua.

A continuación, el proyecto comprende un análisis desde los puntos de vista de mercadeo, técnico, legal, organizacional y financiero. Finaliza con unas conclusiones de los análisis anteriormente mencionados.

1. CONCEPTO DE NEGOCIO

MIKIYO'S será un nuevo centro de entretenimiento en Colombia para niños y adultos, en donde los clientes podrán personalizar su propio peluche mediante 5 estaciones distribuidas en el local, permitiéndoles obtener un peluche totalmente exclusivo y de una forma súper divertida.

Gracias a la interacción directa que tiene el cliente al personalizar su peluche, el sentido de pertenecía por los peluches trasciende ya que podrán plasmar su personalidad, expresiones hacia un ser querido y sus sentimientos.

De esta forma, Serán peluches ideales para regalar en cualquier ocasión como cumpleaños, amor y amistad, navidad, etc. Dejando recuerdos inmemorables en las personas homenajeadas como con el mensaje grabado pues el cliente podrá expresar una dedicatoria conmemorable a la persona que recibirá el detalle.

1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es viable la elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa que suministre peluches personalizados en Bogotá, encargada ofrecer un entretenimiento, que permita la integración familiar, el desarrollo de la creatividad y las connotaciones simbólicas que genera un peluche en la actualidad, cuando se crea bajo los esquemas de una identidad, como también demostrar competitividad frente a las proyecciones establecidas?

1.2. JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES

1.2.1. Antecedentes

La creación de los peluches fue dada por una inspiración del dibujante CliffordBerryman, el cual plasmo en una caricatura el incidente que fue publicado en los diarios de los USA, cuando el vigésimo sexto presidente de los Estados Unidos, el señor Theodore Roosevelt en una visita que

realizó al sur del país en 1902, se negó a dispararle a un oso viejo y herido que sus pródigos le tenían cazado para que se lo llevara como trofeo de regreso a casa.

Morris Michtom, de origen ruso, era propietario de una tienda de golosinas y juguetes en Brooklyn, New York, al ver este dibujo, decidió tejer un afelpado oso de color marrón el cual decidió enviar como regalo especial al presidente de su país con la petición de llamarle Teddy en honor a su compasión.

Durante varios años, el oso Teddy fue la inspiración para los fabricantes de peluches quienes se dedicaron a plasmar osos de colección de diferentes tamaños, colores y con diferentes posiciones. Con el pasar del tiempo, fueron mejorando su textura y expresión corporal ya que en sus inicios los osos eran demasiado rígidos y con una fría mirada. Margarete Steiff, fue una reconocida diseñadora de juguetes alemana, quien diseñó una temática diferente en los peluches los cuales pasaron de ser coleccionables a convertirse en juguetes con diseños de animales para los niños quienes comenzaron a jugar y encariñarse con estos. Así, diseñaron una gran variedad de peluches con diseños de animales y de personajes animados como por ejemplo los muñecos de Disney y con el pasar del tiempo han venido mejorando la calidad y expresión de cada peluche.

Para el año 2000, surgió un nuevo concepto de peluches en el que iniciaron los primeros osos para rellenar con máquinas. Esta idea nace en Nevada, Estados Unidos con dos minoristas de la reconocida tienda Teddy Bear Stuffers¹, quienes pusieron el proyecto en marcha generando un crecimiento en la empresa por ampliar su línea de osos de peluche con osos sin relleno creando juguetes emocionantes por sus diversos estilos únicos por sus diferentes accesorios, motivos de osos diferentes y ropa para satisfacer el creciente mercado que se había convertido en un boom en los Estados Unidos. Hoy en día, cuenta con más de 1000 puntos de venta en los Estados Unidos.

Debido al gran éxito que Teddy Bear Stuffers generó en los Estados Unidos, Animal Party, una pequeña empresa española, decidió adoptar el concepto al mercado europeo con el aval de la

¹<http://www.teddybearstuffers.com/about.shtml>

juguetería estadounidense, hoy por hoy la empresa vende franquicias y es también un éxito en Europa principalmente en Madrid España la casa matriz de Animal Party.

En América latina, este es un concepto que aún no se ha desarrollado, es por ello que dado el buen crecimiento y acogida que los peluches personalizados han generado en los Estados Unidos y Europa, MIKIYO'S surge para revolucionar este concepto en América latina tomando como inicio Colombia con la intención de despertar un deseo de entretenimiento que permita dejar un recuerdo en los clientes, ofreciéndoles exclusividad en el diseño de peluches e involucrándolos en el proceso de su elaboración, con el propósito de ofrecer entretenimiento a través de este concepto innovador que se desconoce en Colombia.

1.2.2 Justificación

Esta investigación hace parte de un proceso de emprendimiento y genera la aplicación de todos los conocimientos adquiridos durante el proceso de aprendizaje, con esta investigación se pretende crear un reconocimiento por cumplir la meta propuesta.

Un peluche es denominado por los psicólogos, como un objeto de transición porque crea en las personas ciertas emociones de familiaridad:

- En los niños generan cierto apego, generan seguridad, ayuda a superar los miedos y además de esto, sirve como un sustituto de la compañía de una persona.
- En los adolescentes generan cierta empatía y apego al recibir un peluche de una persona especial y sirven también como el sustituto de la compañía de esa persona especial.

“El papel de los objetos de transición: se denominan así, ya que para los pequeños son un importante apoyo emocional, muchos tienen o han tenido alguna vez un objeto del que no se separan cuando deben quedarse solos: por ejemplo, al irse a la cama”(Bartiva, 2012).

Hay niños que no necesitan objetos de consuelo, ya que, o duermen con sus padres, o estos se quedan con ellos contándoles cuentos o cantando hasta que se duermen.

Pero los pequeños que han aprendido a dormirse solos necesitan a su oso, su muñeca o su almohada para sentirse seguros ante la ausencia puntual de la persona con la que habitualmente se sienten protegidos como mamá o papá.

Es imprescindible si tienen que ir a la guardería durante varias horas, o en situaciones que les resulten estresantes, como, por ejemplo, la visita al pediatra o la llegada de un hermano.

¿Por qué son tan necesarios los objetos de consuelo?

El objeto de consuelo genera en los niños un recuerdo de su mamá y la seguridad de su hogar. Su presencia se ha convertido en algo tan cotidiano que lo considera un miembro más de su familia.

Además, su textura blanda y acogedora hace que lo sienta como los brazos de mamá, tiernos y amorosos, y seguramente, aunque las personas no lo noten, lleva impregnado el olor característico del hogar.

Según estudios realizados por expertos en psicología infantil delimitan, que tanto bebés como niños necesitan objetos de transición, puesto que los hace sentir seguros, cuando van a visitar a sus parientes, al empezar el jardín o al entrar a un ambiente desconocido y a la hora de conciliar el sueño, en cualquiera de estas situaciones el niño abraza a su objeto tanto que deja de sentirse inseguro para sentirse tranquilos y protegidos.

En los adolescentes, los peluches generan vínculos afectivos, pues al recibir un peluche como regalo, estos se convierten en un objeto al que le dan un alto valor sentimental por ser recibido de una persona muy especial como lo son los padres; los hermanos, aquellos que viven en el exterior; los novios y los mejores amigos... incluso, personas en etapa de madurez, cuidan y le dan un alto valor a estos objetos, puesto que les genera un recuerdo memorable del día y la persona que se lo regalo, es la satisfacción de tener una especie de tesoro por el valor sentimental con el que lo recibió.

Estas actitudes son muy positivas para esta idea de negocio, ya que desarrolla la capacidad de los niños y los adolescentes para establecer vínculos afectivos hacia un objeto exterior a su persona, del que se sienten poseedores y al que tienen que cuidar y proteger, lo mismo que su "amigo" los protegen a ellos." Siendo así, la idea de personalizar los peluches con cada consumidor,

genera un mayor grado de satisfacción tanto en pequeños como adolescentes por ser cada uno el creador de su propio “amigo o hijo...”

1.3. OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa que mediante la prestación de un servicio ofrecerá entretenimiento con la utilización de peluches personalizados, ubicada en Bogotá y con un escenario proyectado a 5 años.

1.3.2 Objetivos específicos

- Desarrollar un estudio de mercadeo para determinar la demanda y clientes potenciales, agregando las estrategias del marketing mix.
- Elaborar el estudio técnico con el fin de determinar la eficiencia técnica bajo todos los requisitos de infraestructura necesaria y procesos operativos y así definir el tamaño del proyecto.
- Determinar los requerimientos y aspectos organizacionales, legales y físicos para establecer la empresa y definir las funciones y cargos que desempeñarán cada uno de los colaboradores de la empresa.
- Hacer un estudio financiero que permita proyectar la rentabilidad económica del proyecto con la posible financiación y demostrar la factibilidad del mismo.
- Realizar una precisa elección de los futuros candidatos para la prestación de un buen servicio.

1.4. ESTADO ACTUAL DEL NEGOCIO

Actualmente MIKIYO'S se encontraría en una etapa pre operativa debido a que se encuentra en pleno desarrollo de investigación y análisis para ingresar al mercado, además de establecer las relaciones y negociaciones con los diversos y posibles proveedores e inversionistas.

Se recolectaron datos y se hicieron las proyecciones respectivas para determinar la viabilidad y factibilidad del proyecto de emprendimiento.

La industria del entretenimiento en Colombia creció durante el periodo del 2011 un 11.12%, los expertos aseguran que la tendencia de la industria es creciente, por otra parte la aceptación del modelo de negocio en el continente Europeo y en Norte América, con empresas como Animal Party y Teddy Beer quienes manejan un concepto de negocio bajos los parámetros de personalización de peluches han logrado posicionarse en la mente de los consumidores de tal forma que el impacto y la magnitud del negocio les ha permitido expandir su modelo por medio de franquicias.

En cuanto a nivel Latino América la propuesta no ha llegado a ser contemplada por ningún país perteneciente a este continente, por tal razón se puede considerar a MIKIYO'S como una empresa cuyo modelo de negocios será innovador por la forma de distribuir sus productos dentro del establecimiento.

1.5. CONTEXTUALIZACIÓN:

Principalmente, se desarrolló un trabajo de campo en la ciudad de Bogotá, con el fin de tener información de la industria sobre escenarios reales, a continuación se describen cada una de las actividades realizadas, las cuales permiten sustentar la idea de negocio

- Análisis de las tiendas especializadas en la distribución de juguetes a nivel Bogotá, esta actividad se realizó de forma visual, en donde se examinaron diferentes escenarios los cuales correspondían a tiendas especializadas de juguetería como Pelanas, Pepe-ganga, Imaginarium, Timoteo

Se contemplaba inicialmente como únicos competidores a los distribuidores de juguetes, de acuerdo a esa primera percepción, se propició el tiempo para visitar cada uno de los anteriores establecimientos mencionados; en donde básicamente se examinó qué productos se comercializan allí dentro, cómo los venden, la organización que ellos hacen respecto a la exhibición del producto, quienes se encargan de venderlo, qué precios ofrecen sin olvidar el comportamiento de compra del consumidor desde que entran hasta que salen, de acuerdo

a esto se identificó que la mayoría de los niños van acompañados de un adulto para adquirir el producto.

- Análisis de los diferentes sitios de entretenimiento a nivel Bogotá, al concluir el anterior análisis se logró establecer, que las tiendas especializadas en la distribución de juguetes, no poseían ningún elemento comparativo con el proceso de fabricación, pero si con el producto final, por lo cual se estableció que la idea de negocio no estaría dirigida a la comercialización, sino a un concepto por el cual la idea es innovadora, entretenimiento porque involucra al cliente en el proceso de personalización, por tal razón se investigaron los diferentes rubros que comprenden el entretenimiento, de los cuales por descarte, se eligieron los que contenían elementos similares a la idea de negocio presentada. A continuación se mencionan: Divercity, Camila la muñeca gigante, Mundo Aventura, Salitre mágico, para el análisis de estos elementos se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos: que personas visitan estos sitios, en que localidades están ubicados, el valor de las entradas a estos sitios, la adecuación del lugar, el tiempo de espera para el flujo en cada fila a realizar, quienes son las personas encargadas del acompañamiento y que elementos hacen diferenciador a cada uno de ellos.
- Cotización piel de peluche y accesorios pelanas, inicialmente se contactó a la empresa con el fin de investigar si era posible fabricar la piel de un peluche bajo las características requeridas, puesto que lo que se solicitaba no se encontraba ni en exhibición ni en inventario, por lo tanto fue necesario llevar una muestra de un peluche sin relleno, de acuerdo a esta muestra se estableció la cotización en donde el precio dado por piel de peluche fue de \$28.500, por razones de presupuesto y ganancia en la rentabilidad se descartó a Pelanas como proveedor.
- Cotización piel de peluche Peluchito, se visitaron las instalaciones de la empresa con el fin de obtener respuesta del precio únicamente de la piel del peluche, con la muestra llevada a pelanas se realizó la gestión para cotizar de acuerdo a las cantidades el precio variaba, a mayor volumen el precio disminuía, el mínimo de cantidades a producir eran 1200 las razones dadas por el vendedor básicamente consistían en que se requería nueva maquinaria

para poder fabricar el producto solicitado, el precio de la piel del peluche en esta empresa fue de \$19.800 por razones de margen de utilidad este proveedor fue descartado.

- Cotización proveedores de China, a través de internet se lograron ubicar un gran número de proveedores, los cuales fueron contactados vía SKYPE para la solicitud de la cotización de: piel de peluche por un valor de \$3.350, accesorios \$2.300 y calzado por valor de 2100, por razones de margen de utilidad se eligió al proveedor de China.
- Cotización proveedores de empaques, papelería y certificados para el paso número 5 del proceso por el que pasan los clientes en MIKIYO'S, se visitaron diversos proveedores de esta industria en el sector Ricaurte reconocido por realizar empaques bajo el proceso de troquelado y manejar impresiones y todo lo referente a papelería, escogiendo así el más adecuado por razones de calidad y rentabilidad.

1.6. DESCRIPCION DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Además de vender peluches personalizados, se ofrecerá una nueva forma única, diferente y divertida de entretenimiento principalmente para niños y jóvenes en donde todo aquel que asista podrá interactuar directamente en el proceso de personalización del peluche, para ello se establecerán 5 estaciones que permitirán la creación de este, se comenzará por elegir la piel del peluche en donde se encontraran diferentes estilos alusivos a personajes zoológicos, seguido de rellenar el peluche, por medio de una maquina encargada de expulsar algodón siliconado se dará textura ya sea delgada o gruesa, la maquina podrá ser manipulada por niños mayores de 5 años y los menores estarán acompañados por el personal encargado, además podrán grabar un mensaje de voz personalizado e insertarlo en el interior del peluche para escucharlo cada vez que se presione, luego se procederá a elegir los accesorios ideales para cada peluche de acuerdo a los gustos y preferencias del consumidor y finalmente completar un certificado de nacimiento del peluche y llevárselo a casa.

El reconocimiento por MIKIYO'S no se reflejará únicamente a través de un regalo o juguete mediante los peluches, sino que su beneficio trascenderá generando sentimientos y lazos afectivos entre los niños y jóvenes con los familiares y amigos entre quienes se obsequien el peluche. Lo representativo del modelo de negocio es la forma de comercializar el peluche haciendo participe al cliente en un proceso que como resultado final le dará un peluche personalizado, saliendo de los esquemas de la tradicional tienda, en donde el cliente encuentra exhibidos varios motivos, realiza su elección y sale del establecimiento.

El acompañamiento prestado al cliente por el personal encargado de la tienda MIKIYO'S, generará confianza al ofrecer un servicio impecable en el momento de que los niños manipulen la máquina para rellenar peluches.

Inicialmente se dará apertura a una tienda especializada MIKIYO'S no mayor a 150 m² en donde el espacio será óptimo y aconsejable por los modelos ya establecidos en Europa ²Animal Party, el cual permite la proporción para la ubicación de las diferentes vitrinas junto con materia prima, maquinaria y el correcto flujo del consumidor y del personal dentro del establecimiento.

1.7. VENTAJAS COMPETITIVAS

El modelo diferenciador de MIKIYO'S se basa en,

- Servicio innovador: Actualmente en Colombia, no existe una compañía que permita a los usuarios interactuar directamente en un proceso de personalización para adaptar su producto de acuerdo a los gustos y expectativas del producto final; es por ello que MIKIYO'S mediante una serie de estaciones será el primero en ofrecer un espacio en donde el cliente logrará experimentar de una forma segura la experiencia de estar en una factoría zoológica, ¿porque la denominamos así?, debido a que aparte del personal que laborará allí, la decoración del establecimiento contará con muñecos animales móviles que harán de este

² <http://www.animalparty.es/franquicia.php#UbbUiefZa1k>

espacio la sensación de trabajar en conjunto con micos de peluches, para vestir, agregar accesorios al peluche y hacerlo exclusivo mediante el mensaje grabado y el certificado de nacimiento.

- **Productos únicos y diferenciados:** Por el simple hecho de ser peluches que posibilitaán su personalización dentro del establecimiento gracias a la grabadora de voz del peluche (Tuotu), cada peluche que salga del establecimiento será único debido al mensaje grabado, esto generará dentro de la sociedad una nueva forma de expresión de los sentimientos.
- **Liderazgo de costos:** es una ventaja para MIKIYO'S la previa investigación de costos que se realizó a nivel nacional e internacional, ya que con las relaciones de proveedores chinos y estadounidenses contactados, se logrará obtener un nivel bajo de costos lo cual permitirá que MIKIYO'S contemple una penetración de mercado con precios bajos en comparación a los actuales vendedores de peluches.
- **Recuperación de la inversión a corto plazo (3 años).**
- **Imagen atractiva del local:** Con el apoyo de un diseñador de interiores experto en decoración de espacios infantiles, se obtuvo un plano de lo que sería el local con la adecuación correcta para el espacio del mismo, así como su diseño, la adecuada colocación de los micos de peluche, mobiliario y colores llamativos con tendencias utilizadas en la actualidad, permitirán llamar la atención del público infantil, nuestro mercado potencial.
- **Calidad del producto:** Se usarán materiales de alta calidad, con telas antialérgicas y aptas para menores de 3 años y con un control de calidad en las maquinas, para que el resultado genere una mayor satisfacción en los clientes.
- **Selección y variedad:** Mediante la máquina de relleno fácil y divertida de usar y con diferentes estilos de peluches y una gran variedad de accesorios entre vestidos, zapatos,

maletas, gafas etc. se contará con una amplia gama de productos que el mercado actual no ofrece dándole una mayor exclusividad al toque e imaginación de cada persona.

Siendo así, MIKIYO'S será una empresa que ofrecerá servicios de entretenimiento mediante la participación del cliente en la elaboración de peluches personalizados generando un sentido de pertenencia más representativo en el cliente por los objetos adquiridos.

Uno de los objetivos principales de MIKIYO'S no es ofrecer la tradicional tienda de peluches, donde el cliente va y mira los diferentes motivos de peluche, lo elige, paga por él y sale del almacén con un peluche ya sea para regalarlo, consérvalo o simplemente tenerlo como un decorativo para el hogar, en MIKIYO'S se pretenderá crear en los clientes un sentido de pertenencia más trascendente, ofrecer diversión, expandir la mente a la creatividad y lo mejor es la experiencia que se tiene al interactuar en un proceso de creación que no solo da como resultado un peluche personalizado y único sino que también puede generar una participación entre padre e hijo, novio y novia, etc. haciendo un recuerdo para la posteridad y en un ambiente cómodo y llamativo.

Las tiendas de peluches actuales como pelanas, Imaginarium, Chiquitoys, Peluchitos, Pepe Ganga entre otras tiendas y fábricas clandestinas son espacios donde existe un gran número de diseños de peluches, en los cuales el cliente observa, elige y compra su peluche, generando una compra, mas no representa una experiencia, caso contrario de lo que ofrece MIKIYO'S.

MIKIYO'S, ofrecerá mediante un espacio cómodo y llamativo la posibilidad de involucrar a los clientes en el proceso de fabricación de su peluche a través de una serie de pasos que le permitirán darle una identidad única y la posibilidad de personalizarlo constantemente, más que esto significa establecer toques propios de cada personalidad para que así los peluches logren ser exclusivos.

Se contará con peluches de alta calidad los cuales no perjudicarán la salud puesto que son fabricados a base de telas antialérgicas, lo que los hace aptos para niños mayores de un año, y sus pequeñas piezas van aseguradas por una cremallera la cual es fácil de abrir solo con la ayuda de un adulto.

1.8. MERCADO OBJETIVO

Tabla 2: Tamaño de mercado

TAMAÑO DEL MERCADO NIÑOS					
TOTAL MUJERES		TOTAL HOMBRES		HOMBRES Y MUJERES	
Total de mujeres a nivel Nacional	24.130.117	Total de hombres a nivel Nacional	23.531.670	Total de hombres y mujeres a nivel Nacional	47.661.787
Total de mujeres en Bogotá	4.018.621	Total de hombres en Bogotá	3.758.224	Total de hombres y mujeres en Bogotá	7.776.845
Total de mujeres en Bogotá de 5 a 18 años	907.424	Total de hombres en Bogotá de 5 a 18 años	945.266	Total de hombres y mujeres en Bogotá de 5 a 18 años	1.852.690
Total de mujeres en Bogotá de 5 a 18 años en las localidades 1 Y 2 de Bogotá	59.637	Total de hombres en Bogotá de 5 a 18 años en las localidades 1 y 2 de Bogotá	58.826	Total de hombres y mujeres en Bogotá de 5 a 18 años en las localidades 1 y 2 de Bogotá	118.463

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3: Nicho de mercado

NICHO DE MERCADO	
Total hombres y mujeres en estratos 4 - 5 - 6 Usaquén, Chapinero edad 5 -18	118.463
Aceptación de la idea (93%)	110.171
Frecuencia compra semestral (24%)	26.441
Padres dispuestos a pagar más de \$60.000 (18%)	4.601

Fuente: Elaboración Propia

Para el nicho de mercado se tuvo en cuenta variables socio – económicas y las conclusiones del estudio de mercado donde variables como frecuencia, aceptación de la idea y disposición de

pago determinaron un nicho de 4600 unidades anuales a vender. El mercado total de personas de las 2 localidades y que corresponden a los estratos altos es de 118.463 y a partir de allí se realizó la segmentación del nicho.

1.9. POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS

La estimación del mercado potencial, en el cual puede MIKIYO'S llegar a ofrecer sus productos y servicios es de 118.463 personas que estarían dispuestas a comprar 236.926.

Tabla 4: Mercado Potencial

POTENCIAL DE MERCADO			
NIÑOS	CONSUMO	CONSUMO APARENTE	
118.463	\$ 61.956	\$	7.339.493.628

Fuente: Elaboración Propia

Potencial de peluches según tamaño de	
mercado	236.926

1.10. EQUIPO DE TRABAJO

A continuación se hará una descripción de los perfiles de las personas involucradas en el equipo de trabajo de MIKIYO'S.

Tabla 5: Equipo de trabajo

NOMBRE	PERFIL DEM EMPRENDEDOR	COMPETENCIA
Cindy Liliana Chquiillo Silva	Estudiante de Administracion de empresa de la Universidad EAN.	capacidad para generar y aportar ideas para el desarrollo de nuevos proyectos
Diana Katherine Ramirez Ruiz	Estudiante de Administracion de empresa de la Universidad EAN.	capacidad para generar y aportar ideas para el desarrollo de nuevos proyectos
Diana Patricia Uscategi	Psicopedagoga	especialista en el desarrollo Psicomotris y mental del infante
Carlos Martinez	Economista	especialista en finanzas, macro y micro del entorno

Fuente: Elaboración Propia

Por ser MIKIYO'S un producto dirigido principalmente a los niños se tuvo que contar con la participación de un Psicopedagogo que logrará determinar el impacto que causa psicológicamente en el niño y la forma adecuada para transmitir el mensaje que permitiera despertar el deseo de compra en ellos.

Por otra parte está el equipo emprendedor quienes contaban con el apoyo de un financiero el cual permitió evaluar de forma acertada la inversión y rentabilidad del modelo.

1.11. DESCRIPCIÓN DE LAS INVERSIONES

Para la creación de MIKIYO'S se requiere una inversión inicial cercana a los 50 millones de pesos, sin embargo todo emprendedor por el simple hecho de darle una estabilidad a la empresa a crear, debe contemplar en su inversión un capital destinado a suplir los gastos y costos en caso de que el negocio no funcione en su etapa introductoria. Según el presupuesto los egresos correspondientes a 1 mes son casi 24 millones, es decir que la empresa podrá funcionar sin interrupción alguna el primer mes sin necesidad de vender un solo producto.

Los requerimientos financieros para la puesta en marcha de la idea de negocio, permitirán que la viabilidad de presentar el proyecto ante los inversionistas, sea contemplada desde el punto de vista de un modelo que a futuro podrá ser presentado bajo un modelo de franquicias.

De acuerdo al redondeo de la cifra correspondiente a la sumatoria de activos fijos y capital de trabajo, se tiene una necesidad de capital de \$51.748.000 millones.

Tabla 6: Inversión inicial

GASTOS PUESTA EN MARCHA			
	VALOR	CANTIDAD	TOTAL
Muebles Y Enseres			
Sillas	63,000	16	\$ 1,008,000
Silla registradora	28,000	1	\$ 28,000
Stands	920,000	4	\$ 3,680,000
mesas	54,000	2	\$ 108,000
mueble oficina	248,000	1	\$ 248,000
Cajones de madera	240,000	3	\$ 720,000
Total			\$ 5,792,000
Equipo de Computo			
televisor	1	1,049,000	\$ 1,049,000
caja registradora	1	800,000	\$ 800,000
computador	1	999,000	\$ 999,000
Parlantes	1	849,000	\$ 849,000
Caja Registradora	1	400,000	\$ 400,000
Total			\$ 4,097,000
Maquinaria			
MECHANICAL HAND CRANK STUFFER Red	1	\$ 3,586,590.00	\$ 3,586,590.00
Fletes de importación	1	\$ 1,100,000.00	\$ 1,100,000.00
ELECTRICAL HAND CRANK STUFFER Red	1	\$ 4,485,490.00	\$ 4,485,490.00
Fletes de importación	1	\$ 2,200,000.00	\$ 2,200,000.00
secador	2	\$ 69,900.00	\$ 139,800.00
Total			\$ 11,511,880
Activos Diferidos			
PAGINA WEB			\$ 500,000
SOFTWARE CONTABLE			\$ 350,000
Adecuación			\$ 5,000,000
REGISTRO CAMARA DE COMERCIO			622,100
Total			\$ 6,472,100
Capital de Trabajo			
Equivalente a:	1 Meses de Egresos		
Total:			23,874,808
Necesidad de Capital			51,748,000

Fuente: Elaboración Propia

1.12. RESUMEN DE LOS INDICADORES MÁS REPRESENTATIVOS PARA MIKIYO'S.

La evaluación financiera del proyecto determina la rentabilidad de la inversión para el accionista. El flujo de caja neto muestra el dinero disponible para ser repartido como dividendos.

Tabla 7: Indicadores

	Inversión	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas		285.200.000	309.120.000	339.824.000	372.820.000	408.289.000
- Costo de ventas		129.079.944	138.268.031	149.543.217	161.808.935	174.990.849
Utilidad Bruta		156.120.056	170.851.969	190.280.783	211.011.065	233.298.151
- Gastos operacionales		148.222.866	152.136.725	167.761.839	172.645.507	192.961.277
Utilidad Operacional		7.897.190	18.715.244	22.518.944	38.365.558	40.336.874
+ Depreciación		2.219.788	2.219.788	2.219.788	2.219.788	2.219.788
+ Amortización		1.905.433	1.283.333	1.283.333	1.000.000	1.000.000
+ Intereses		2.427.614	1.563.137	580.891	-	-
IMPUESTOS		(1.804.960)	(5.660.195)	(7.239.558)	(12.660.634)	(13.311.169)
+ Cesantías por pagar		2533400	79295,42	684507,977	103202,4663	744669,3378
+ Va. Inventario MP		(9.734.558)	(559.495)	(847.761)	(917.846)	(983.478)
+ Va. Inventario PT		(3.585.554)	(255.225)	(313.200)	(340.714)	(366.164)
Flujo de caja libre del proyecto	(51.748.000)	1.858.353	17.385.883	18.886.946	27.769.354	29.640.521
- pagos capital deuda		6.345.600	7.210.077	8.192.323	-	-
- pagos intereses		2.427.614	1.563.137	580.891	-	-
Flujo de caja neto del inversionista	(30.000.000)	(6.914.861)	8.612.669	10.113.732	27.769.354	29.640.521

Fuente: Elaboración Propia

Con conocimiento de los flujos de efectivo que genera la inversión, se procede a determinar si las utilidades satisfacen las exigencias del inversionista mediante la aplicación de la metodología VNA o valor neto actual, y TIR o tasa interna de retorno.

Costo de capital	18,61%
Tasa libre de riesgo	4%
Rentabilidad del mercado	12%
Beta	1,45
Tasa riesgo país	3%

Costo de Capital	18,61%
TIR del inversionista:	21,24%
VNA del inversionista	3.013.466

1.13. CONCLUSIÓN DE VIABILIDAD FINANCIERA

VNA: el cálculo del VNA toma en cuenta la tasa de descuento o el costo de oportunidad, es decir la rentabilidad exigida por el inversionista. El criterio para aceptar un proyecto mediante el VNA, es que este resulte positivo.

TIR: la TIR es el rendimiento real del negocio, y si su valor resulta mayor al costo de oportunidad del inversionista, el proyecto es financieramente viable.

MIKIYO'S es financieramente atractivo y viable para el inversionista.

La información estipulada a continuación, en el escenario aceptable muestra la cantidad mínima de unidades que se deberán vender en el primer año de operación para satisfacer las necesidades financieras de los inversionistas. Es decir que si se venden 4.562 unidades en el primer año, la TIR del inversionista será por mínimas proporciones superior al rendimiento exigido por su inversión. Si las unidades a vender para el primer año son 4.561, no es posible compensar con las utilidades el rendimiento exigido por el accionista. Tomando como referencia la información anterior, las ventas pueden decrecer como máximo en un 0,85%, ya que hasta este punto el proyecto sigue siendo financieramente rentable para el inversionista.

Tabla 8: Escenarios posibles

	Probable escenario	Escenario aceptable	Escenario pesimista
Unidades Vendidas	4.600	4.562	4.561
Costo de Oportunidad	18,61%	18,61%	18,61%
Vna (Valor neto actual)	3.013.466	31.169	(44.100)
TIR	21,24%	18,63%	18,57%

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO II MERCADOS

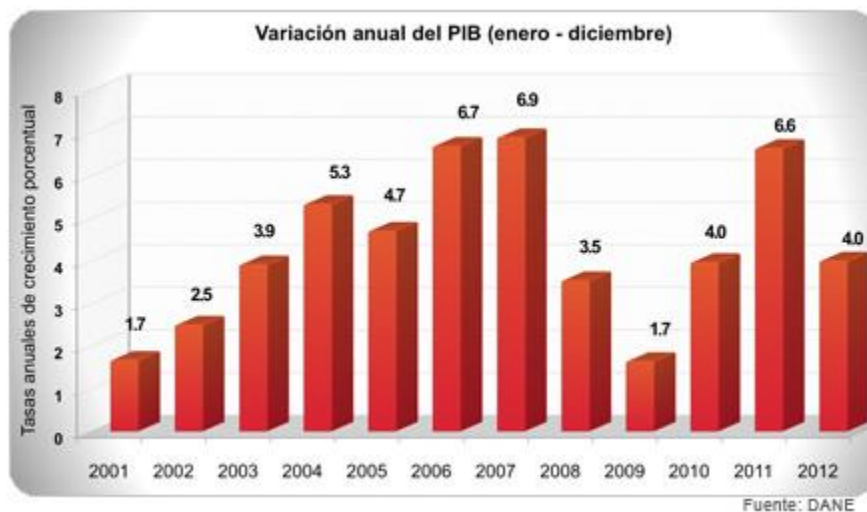
2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

2.1.1. Análisis económico de Colombia

PIB

El comportamiento de la economía colombiana ha mostrado un crecimiento durante los últimos tres años, para el 2010 la economía en Colombia creció 4.0%, en el 2011 tuvo un crecimiento elevado con respecto al año anterior de 6,6%, pero para el 2012 disminuyó en 4.0% igual al 2010.

Ilustración 1: PIB Colombia



Fuente: Tomado del DANE 2013 <http://es.slideshare.net/inviertaencolombia/presentacin-colombia-febrero-2012>

En comparación al PIB de América Latina y el Caribe que durante el 2012 mostró un crecimiento de 4.0%, similar al de Colombia del mismo año, de lo anterior se puede determinar que la economía en Colombia se sostiene con respecto a los países que conforman Latino América

Con el anterior análisis se puede determinar que la estabilidad en la economía colombiana, permite el desarrollo de nuevas organizaciones, porque existe una adecuada circulación del dinero para el gasto de cada habitante, claro está no se pueden dejar de lado los indicadores de pobreza, en donde las personas no cuentan con el poder adquisitivo para adquirir el producto y servicio propuesto por MIKIYO´S, por tal razón este estudio permite establecer el segmento de mercado adecuado para el desarrollo de la idea de negocio.

Antes de pasar a un estudio el cual permite determinar la participación del mercado, se analizará el comportamiento de la industria, ventajas y desventajas que este atrae para el desarrollo de MIKIYO´S.

PIB per cápita

Tabla 9: PIB per cápita

AÑO	PIB Nominal	Población	PESOS
2009	504.647	44.978.832	\$ 11.219.656
2010	543.747	45.509.584	\$ 11.947.967
2011	615.727	46.044.601	\$ 13.373.381
2012	687.063	46.967.125	\$ 14.628.600

Fuente: Elaboración Propia

Este indicador es una variable determinante a la hora de tomar decisiones para iniciar cualquier modelo de negocio porque demuestra el poder adquisitivo de cada zona; en este cuadro se hace a nivel nacional y su distribución es homogénea. Para el caso de la ciudad de Bogotá se tendrá en cuenta el dato del 2012 es decir \$14.6 millones por habitante anualmente. Estos datos fueron tomados del Banco de la república, aunque un estudio del Banco mundial aclara que el panorama de este indicador no es real puesto que el verdadero ingreso es de 3400 dólares en promedio. La diferencia entre los datos de un Banco y el otro es del doble, lo que podría afectar el

monto en ventas esperadas porque este indicador demuestra el nivel en calidad de vida. El último estudio realizado por Raddar en el 2012 sobre el consumo y gasto de los colombianos, se determinó que durante el año se consumen 138.285 pesos en entretenimiento, de los cuales la mayor participación es cine y fútbol.

Inflación:

Tabla 10: Inflación

INFLACIÓN COLOMBIA	
AÑO	IPC
2008	7,67%
2009	2,00%
2010	3,17%
2011	3,73%
2012	2,40%

Fuente: Elaboración Propia con datos tomados del Banco de la República

Dentro del entorno macro la inflación es la variable de mayor efecto para la creación de un nuevo proyecto porque todos los factores como capital humano y materias primas se ven afectados por el incremento de sus costos. Al analizar la tendencia el Banco de la república ha logrado estabilizar el índice de precios al consumidor con políticas de choque efectivas con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas. Durante los últimos 5 años se ha mantenido entre 2 y 3,73% la variación porcentual. Con este nivel de precios se puede prever y proyectar las estimaciones de la empresa con mayor precisión para no subestimar el crecimiento ni de unidades ni de precios. Para MIKIYO'S mantener un nivel bajo de inflación es adecuado porque las materias primas se podrán adquirir a precios competitivos, y todos los costos y gastos administrativos aumentaran proporcionalmente al nivel del precio de los peluches manteniendo el equilibrio.

Tasa de Interés:

Tabla 11: Tasa de Interés

TASA DE INTERES	
2009	3,50%
2010	3,00%
2011	4,75%
2012	4,00%

Fuente: Elaboración Propia con datos tomados del Banco de la República

El comportamiento de la tasa de intervención bancaria ha sido estable y proporcional a la inflación, puesto que estas 2 variables jalonan la economía mediante el consumo interno. La variación entre 2009 y 2012 ha sido de 0,5% y la mayor diferencia se presenta entre el 2010 y 2011 con un aumento de 1,75% de la tasa de interés para los bancos a nivel nacional. Este indicador afecta el préstamo bancario al que debe recurrir MIKIYO'S para su puesta en marcha porque debe adquirir materias primas, activos fijos y el capital de trabajo necesario para los primeros meses.

2.1.2. Entorno macro económico

El porcentaje de la población estimada en las cabeceras municipales de Colombia, corresponde a los rango de edad determinados para la práctica de las actividades presentadas por MIKIYO'S, en donde se coloca un rango de edad inicial para la fabricación de un peluche dentro de las instalaciones de la empresa la edad inicial es para niños de 6 años y por su grado de atención personas mayores hasta los 30 años de edad.

Según la encuesta realizada por el DANE en donde se comprende un gran porcentaje de la población el cual está estimado entre personas desde los 5 años de edad hasta más, este estudio corresponde a en que emplean los colombianos su tiempo libre, para lo cual el DANE presenta 11 ítems los cuales corresponde a:

Tabla 12: Empleo del tiempo libre

ACTIVIDAD	PORCENTAJE
Deporte	55,67%
Recreación	66,74%
Actividad física	44,18%
Presentaciones y espacios culturales	10,30%
Audiovisuales y medios de comunicación	142,70%
Lectura	51,49%
Ocio pasivo	81,26%
Vida social y diversión	64,47%
Aficiones y juegos	38,56%
Actividades participativas	18,79%
viajes	6,53%

Fuente: DANE – Encuesta de Consumo Cultural 2008

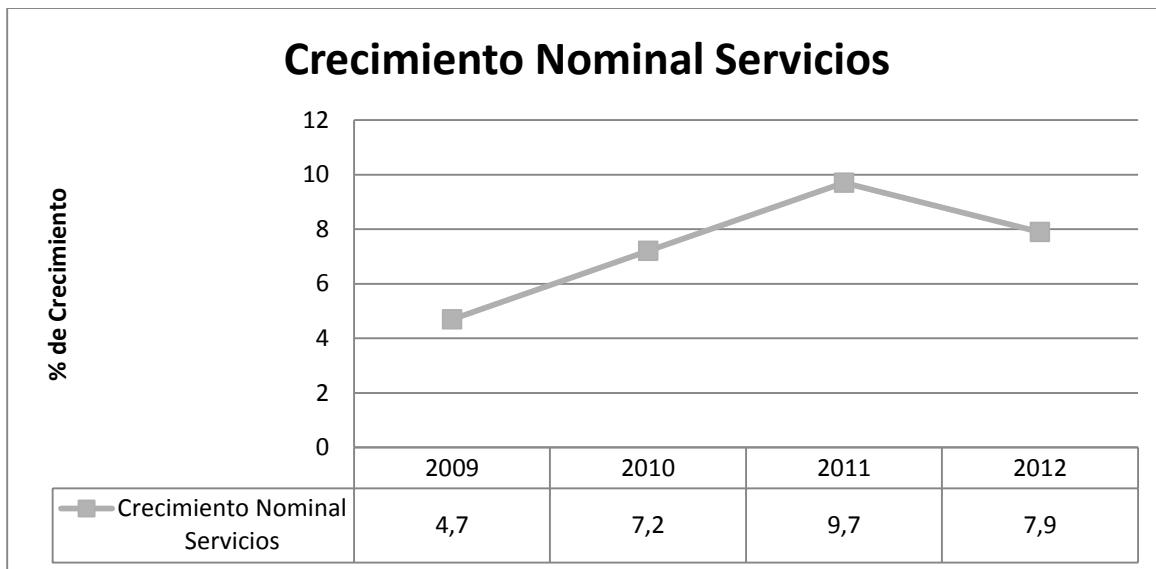
En donde audiovisuales y medios de comunicación representan el mayor porcentaje de la muestra, los que quiere decir que son más los colombianos quienes emplean su tiempo libre en televisión e internet, para mostrar una tendencia de consumo dentro de la muestra citada, para MIKIYO'S el punto de referencia está situado en recreación quien tiene una participación de 67.74%, el cual llegaría a posicionarse en la mente del consumidor como una forma diferente de diversión en la cual tanto los niños como los padres pueden llegarían a ser partícipes del proceso de fabricación.

2.1.3. Análisis de la industria del entretenimiento

MIKIYO'S pertenecerá a la industria del entretenimiento, bajo la división del código CIIU No 4769 denominado Comercio al por menor de otros artículos culturales y de entretenimiento n.c.p. en establecimientos especializados. A continuación se describirán los diferentes sectores partícipes para la ejecución de MIKIYO'S.

Se destacarán los factores más determinantes para demostrar el gran atractivo por el cual se desenvuelve la industria de MIKIYO'S.

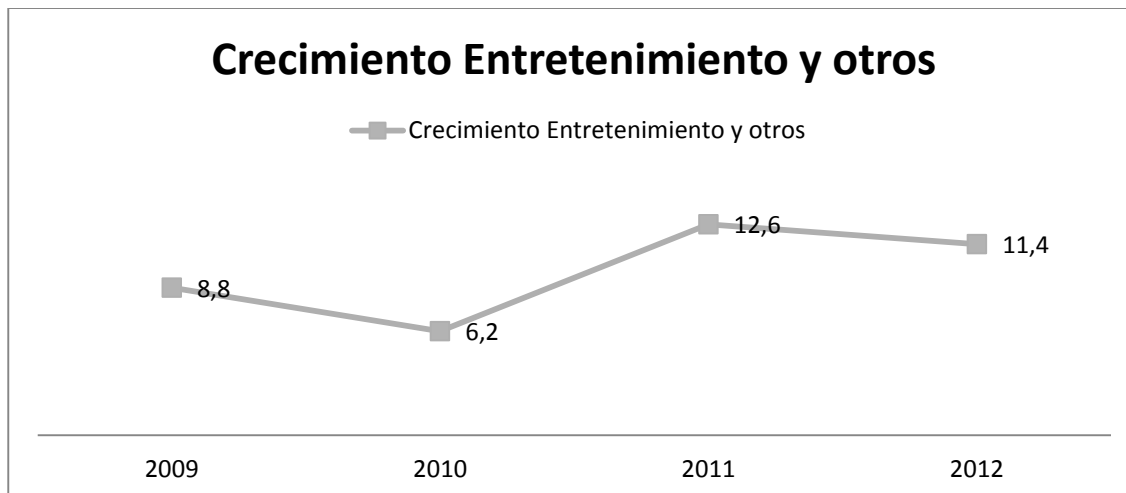
Ilustración 2: Crecimiento Nominal de servicios



Fuente: Elaborado por los autores con datos del DANE

Los ingresos nominales durante el 2012 del sector servicios en general aumentaron en 7,9% respecto al 2011 a pesar de no haber crecido en la misma cantidad porcentual que este último sigue siendo un nivel atractivo para invertir en este sector. La evolución del sector se debe a factores macroeconómicos que han propendido por el crecimiento de las instituciones, de las empresas y de la obtención de capital para invertir. Otro dato a tener en cuenta es el crecimiento durante los 12 meses de cada año, que generalmente es similar al crecimiento ponderado interanual, como ejemplo durante el 2011 el crecimiento ponderado fue de 9,5%. Este sector en general tiene el apoyo del gobierno, además de poder exportar sus modelos de negocio con los TLC pactados últimamente.

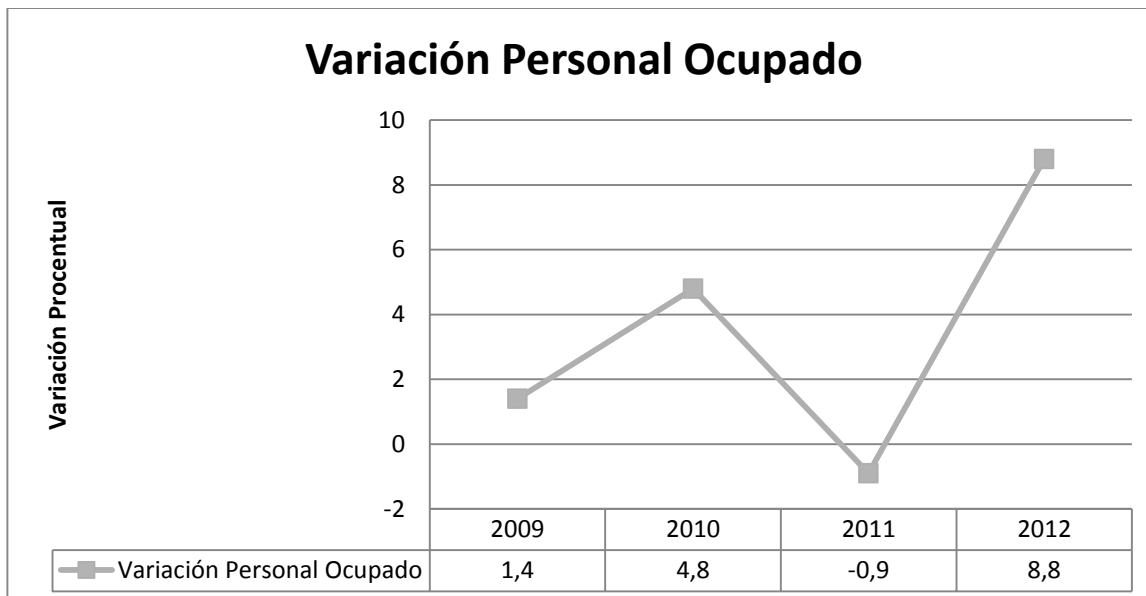
Ilustración 3: Crecimiento sector entretenimiento



Fuente: Elaborado por los autores con datos tomados del DANE

Durante el 2012 los subsectores de servicios con mayor crecimiento fueron salud humana privada y entretenimiento y otros, pues tuvieron la mayor contribución para el crecimiento nominal del sector. La contribución es del 0,1% en total. Para el 2011 este subsector (O) como lo denomina el DANE, no tuvo el mayor desempeño puesto que fue publicidad y auxilio de transporte los que jalaron el crecimiento de este periodo. La contribución del sector estudiado fue del 0,2%. La misma característica se presentó en el 2010 porque la contribución fue reducida y otros sectores impactaron el resultado final por su desempeño, uno de ellos fue servicios de educación superior privada con un crecimiento de 10,7%. El 2009 fue un periodo de buen desempeño para el subsector puesto que creció 8,8% y su contribución al total de servicios fue de 0,3; durante los últimos años ha sido un sector con crecimientos sobresalientes y que demuestran nuevas apuestas innovadoras o mejoras en los servicios ofrecidos.

Ilustración 4: Personal Ocupado



Fuente: Elaborado por los autores con datos tomados del DANE

El personal ocupado en el sector servicio de entretenimiento aumento en 8,8% y su contribución real fue de 0,1; los subsectores de mayor crecimiento fueron informáticos y postales con cerca de 17%. Durante el 2011 el crecimiento en general de sector servicios fue de 5,2% y los mayores crecimientos pertenecieron a informática y auxilio de transporte, mientras entretenimiento tuvo un crecimiento de -0,9%. Durante el 2010 el mejor desempeño en las contrataciones y estabilidad laboral lo tuvieron restaurantes y servicios de salud humana, seguido del sector entretenimiento con 4,8%, aunque la mayor contribución fue de servicios inmobiliarios y alquiler. El personal permanente en entretenimiento es de 2,4% y temporal directo de 0,8%.

2.1.3 Índices del sector

Tabla 13: índices del sector

	2011	2010	2009	2008	2007
Tamaño					
Ventas	2649563	2224710	1882635	1530248	1372238
Activos	2155034	1802505	1628439	1338701	1134324
Dinamica					
Crecimiento en Ventas	19,10%	18,17%	23,03%	11,51%	14,29%
Crecimiento en Utilidades	16,61%	94,88%	83,24%	8,06%	-11,58%
Crecimiento del Patrimonio	19,04%	6,01%	24,82%	23,27%	10,02%
Rentabilidad					
EBITDA	278562	231015	167808	132587	108520
Rentabilidad sobre Ventas	3,84%	3,92%	2,38%	1,60%	1,65%
Rentabilidad operativa	5,88%	5,98%	4,11%	3,98%	4,02%
Endeudamiento					
Endeudamiento	43,16%	42,91%	40,39%	41,91%	44,38%
Apalancamiento	75,92%	75,17%	67,76%	72,14%	79,80%
Eficiencia					
Rotación de Inventarios	27	26	28	27	27
Ciclo Operativo	50	46	46	42	43
Otros					
Rentabilidad Bruta	51,03%	50,88%	51,66%	52,14%	52,06%
Otros Ingresos/Utilidad Neta	26,06%	25,51%	42,08%	62,67%	60,73%
Import. / Export					
Importaciones - FOB U\$	USD\$13158885	USD\$21639361	USD\$8482707	USD\$9723641	USD\$4967364
Exportaciones - FOB U\$	USD\$511038	USD\$142423	USD\$126539	USD\$150381	USD\$102522
Nomina					
Total de Empleados	1267	0	21494	19448	21695

Fuente: Elaboración Propia datos tomados de BENCHMARK

El sector de entretenimiento ha tenido un incremento en las ventas sostenido y alto superando el 10% desde el 2007 hasta el 2011. El mejor año fue el 2009 con un incremento de 23%; por el lado de las utilidades el año de mejor desempeño fue el 2010 cuando se duplicaron alcanzando el 94,88%. Otro de los indicadores importantes es el EBITDA, su crecimiento entre el 2010 y 2011 fue de 20% y entre el 2010 y 2009 el crecimiento fue de 37,66%, esto indica que la operación como

tal de las empresas antes de impuestos, intereses y otros es superior a la rentabilidad operativa que se sitúa en general en el 10%

Con lo anterior se puede determinar que la industria en la cual se desenvuelve MIKIYO'S, contribuye con el mejoramiento económico del país. Primero la generación de empleo es evidente ya que los resultados muestran un aumento del 8.8%, lo que significa que el personal requerido para realizar las funciones dentro de la industria genera una gran demanda, con respecto al crecimiento nominal a pesar de haber mostrado un descenso en su variación del 9.7% durante el periodo 2011 y para el 2012 con una variación del 7.9%, sigue mostrándose atractivo para la inversión ya que el sector a futuro muestra expectativas de crecimiento que se ven reflejadas año tras año.

El sector en el cual se desarrollará la idea de negocio, en la actualidad se encuentra afectado por la distribución informal de las diferentes categorías contenidas en este, como lo es la música con los CDs, las editoriales con los libros, la cinematográfica las películas las cuales se ven directamente afectadas por la piratería, como también es evidente en la comercialización del juguete, por esta razón MIKIYO'S contribuirá en la disminución de la comercialización informal, puesto que se establecerá el modelo de negocio en un establecimiento debidamente constituido, el cual cumplirá con las exigencias establecidas por la ley.

2.1.4 Barreras de entrada y salida.

Barrera de entrada

Según Michael Porter, existen dos fuerzas de entrada y salida, las barreras Hard y las barreras soft:

Barreras HARD

Son aquellas que implican la inversión necesaria para los bienes de capital, es decir todo lo referente a maquinaria, equipo de cómputo, adecuación del local, etc.

En MIKIYO'S se definieron las siguientes:

- Necesidad de financiación
- Ubicación de un local adecuado de acuerdo al estudio previamente realizado, en el que se determinan los m2 y el área geográfica y/o punto estratégico para colocar el local.
- Sistemas de información
- Poder de negociación con los proveedores
- La inexistencia de máquinas para rellenar peluches, por lo tanto será necesario importarlas y nacionalizarlas

Barreras SOFT

Son aquellas barreras intangibles, como lo relacionado con la marca, patentes, capacitaciones de personal, etc.

En MIKIYO'S se definieron las siguientes:

- Capacitación de personal
- Construcción de gobierno corporativo
- Procedimiento de patentes
- Establecer relaciones con proveedores internacionales.

En el sector de entretenimiento, como barreras de entrada y salida se encontraron:

- Publicidad
- Fidelización de clientes
- Poder de negociación con los clientes y proveedores
- Requerimiento de capital
- Necesidad de financiación
- Requisitos necesarios para el cumplimiento de ley

Barreras de salida

- Inversión en activos
- Buena rentabilidad
- Liquidación de colaboradores

Con respecto a las barreras propuestas anteriormente se puede concluir, que las barreras de entrada son bajas ya que el modelo de negocio como esta presentado es innovador, pues a pesar de contar con elementos existentes la propuesta de personalización y participación del cliente en el proceso de fabricación lo convierte en un elemento diferenciador para el usuario.

Por otra parte se presentan barreras altas las cuales como lo es la financiación del capital, ya que las entidades financieras no muestran un real apoyo al otorgar créditos a los emprendedores, solicitar un crédito de un negocio existente tiene más viabilidad del que es solicitado sobre un plan de negocios.

2.2 ANÁLISIS Y ESTUDIO DE MERCADO

2.2.1 Tendencias del mercado

El sector entretenimiento en Colombia, según los expertos el entretenimiento y los medios de comunicación crecerán un 11.2% para el año 2013, este segmento comprende para el interés de MIKIYO'S cine, internet, televisión, quienes representan un producto sustituto a la hora de generar entretenimiento en los colombianos, lo que significa que este sector está en constante crecimiento y no solo a nivel nacional sino internacional, la tendencia del sector esta inclinada a una constante alza en la demanda de los productos, claro está que todo depende de la innovación que ofrezca el mercado, ya que se ve implícita la tecnología, quien avanza con respecto a las necesidades de los consumidores.

Las cifras incluyen los segmentos de la música grabada, el cine, los videojuegos, la radio, la publicidad online, la publicidad en televisión, los libros, la publicación de periódicos, entre otros. En el grupo de oro las perspectivas para Colombia, según el informe, son tan positivas que

PWC ubica a Colombia en el 'grupo de oro' de los países que más crecerán en este sector en los próximos cinco años. En el grupo de oro están también Indonesia, Paquistán, Sudáfrica, Vietnam y la región de Medio Oriente y Norte de África. Estos crecerían 12,7 por ciento anual.

Cada año los colombianos gastan en medios y entretenimiento, sin contar internet, 3.796 millones de dólares y según este estudio ese gasto aumentará 8,2 % por año, es decir que llegaría a los US\$ 5.621 millones en 2015, último año proyectado. Para el caso de Latinoamérica se prevé que Brasil tenga el crecimiento más rápido y que para el 2015 se instale como el séptimo en el mercado del mundo en el sector por encima de Italia, Canadá y Corea del Sur. (Oquendo, 2012)

Las actividades de MIKIYO'S se desarrollarían dentro del marco de clasificación del código CIIU:

4769 Comercio al por menor de otros artículos culturales y de entretenimiento n.c.p. en establecimientos especializados

Esta clase incluye:

- El comercio al por menor de discos de vinilo, cintas magnetofónicas, discos compactos, casetes de música, cintas de video y DVD, Blu-ray Disc y demás dispositivos de almacenamiento de audio y de video, grabados y sin grabar
- El comercio al por menor de juegos, juguetes y artículos de piñatería elaborados en todos los materiales
- El comercio al por menor de artículos y materiales para manualidades artísticas.

Esta clase excluye:

- La producción de copias de música y otros sonidos en discos gramofónicos, discos compactos y cintas magnetofónicas a partir de grabaciones originales. Se incluye en la clase 1820, «Producción de copias a partir de grabaciones originales».
- La producción de originales para discos o material de audio. Se incluye en la clase 5920, «Actividades de grabación de sonido y edición de música».

- El comercio al por menor de videojuegos y sus consolas. Se incluye en la clase 4741, «Comercio al por menor de computadores, equipos periféricos, programas de informática y equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados».

- El comercio al por menor de artículos deportivos. Se incluye en la clase 4762, «Comercio al por menor de artículos deportivos, en establecimientos especializados».

Los factores socio culturales a los cuales se enfrentaría MIKIYO'S están compuestos por un mercado el cual ha dejado de lado la interacción con objetos reales, para pasar a un entretenimiento digital, como es el caso de internet, quien trae consigo las redes sociales, quienes absorben gran parte del tiempo por parte de los jóvenes colombianos; por otra parte se encuentra el entretenimiento acompañado de adrenalina, la cual es experimentada en los parques de diversiones, u otras experiencias como lo son los video juegos o un entretenimiento más pasivo como el que presenta los cines.

Claro está no se puede dejar de lado el entretenimiento que para esta época desarrollan los niños y jóvenes el cual va ligado con los anteriores descritos, los cuales con el fin de generar creatividad en ellos y a su vez proporcionar conocimiento, los espacios que ofrecen aun una interacción directa entre los elementos de entretenimiento y los niños y jóvenes, espacios mencionados en el análisis de competencia de MIKIYO'S

2.3 ESTUDIO DE MERCADO

2.3.1 Objetivo general:

Determinar el grado de aceptación y las expectativas del consumidor frente a un nuevo concepto de entretenimiento basado en la personalización de peluches.

2.3.2 Objetivos específicos:

- Obtener información concisa que ayuden al buen desarrollo de MIKIYO'S
- Satisfacer las necesidades del mercado objetivo mediante este nuevo concepto de entretenimiento propuesto por MIKIYO'S
- Establecer las características más importantes en los consumidores en el momento de crear su propio peluche para ser comprado.
- Determinar la ocasión y frecuencia de compra de peluches en los consumidores.
- Conocer que diseños de peluches le gusta a los consumidores
- Determinar la ubicación y el sitio preferido por los consumidores para este nuevo concepto de entretenimiento.
- Determinar cuánto están dispuestos a pagar por este servicio y el producto finalmente a comprar.
- Establecer cuál(es) es(son) el medio de comunicación más adecuado para promover a MIKIYO'S

Método a implementar: Cuestionarios

Perfil de encuestados: hombres y mujeres entre los 5 y 18 años de los estratos 4, 5 y 6 ubicados en la ciudad de Bogotá.

Para la aplicación de las encuestas, es importante mencionar que por incluir un público infantil, es decir, para infantes de 5 a 11, la entrevista se les cuestionó más personalizada con el fin de facilitarles el entendimiento del cuestionario y así evitar errores y/o sesgos en el resultado de la investigación.

2.3.3 Tamaño de mercado:

La estimación del tamaño de mercado se hizo en base al número de hombres y mujeres que tienen edades entre 5 y 18 años de la localidad de Usaquén y chapinero, de estratos 4 – 5 y 6, la información fue extraída de las proyecciones de la secretaría distrital de planeación. Se tomó como

primera referencia el total de la población en Bogotá, después se obtuvo información acerca de la participación de los estratos altos respecto al total de las 2 localidades que es aproximadamente del 7%; con base en los datos de la secretaría se calculó la proporción de los hombres entre 5 y 18 años respecto al total de las edades que oscila en el 6,3% del total de la población en Bogotá.

Tabla 14: Tamaño de mercado Niños usuarios

TAMAÑO DEL MERCADO NIÑOS					
TOTAL MUJERES		TOTAL HOMBRES		HOMBRES Y MUJERES	
Total de mujeres a nivel Nacional	24.130.117	Total de hombres a nivel Nacional	23.531.670	Total de hombres y mujeres a nivel Nacional	47.661.787
Total de mujeres en Bogotá	4.018.621	Total de hombres en Bogotá	3.758.224	Total de hombres y mujeres en Bogotá	7.776.845
Total de mujeres en Bogotá de 5 a 18 años	907.424	Total de hombres en Bogotá de 5 a 19 años	945.266	Total de hombres y mujeres en Bogotá de 5 a 18 años	1.852.690
Total de mujeres en Bogotá de 5 a 18 años en las localidades 1 Y 2 de Bogotá	59.637	Total de hombres en Bogotá de 5 a 19 años en las localidades 1 y 2 de Bogotá	58.826	Total de hombres y mujeres en Bogotá de 5 a 18 años en las localidades 1 y 2 de Bogotá	118.463

Fuente: Elaboración Propia con datos de la secretaría distrital de planeación

El anterior era el cuadro del tamaño de mercado de los usuarios y el siguiente es el cuadro de compradores que en este caso serán los padres quienes comprarían los peluches o juguetes a los

niños y niñas de las localidades estudiadas. Las edades de paternidad se estimaron entre los 25 y 49 años que pertenecen a un ciclo de vida donde los padres sostienen a sus hijos y los proveen de las necesidades básicas. En total son 238.293 potenciales padres de las localidades que se encuentran entre las edades estipuladas.

Tabla 15: Tamaño de mercado Padres- compradores

TAMAÑO DEL MERCADO PADRES					
TOTAL MUJERES		TOTAL HOMBRES		TOTAL HOMBRES Y MUJERES	
Total de mujeres a nivel Nacional	24.130.117	Total de hombres a nivel Nacional	23.531.670	Total de hombres y mujeres a nivel Nacional	47.661.787
Total de mujeres en Bogotá	4.018.621	Total de hombres en Bogotá	3.758.224	Total de hombres y mujeres en Bogotá	7.776.845
Total de mujeres en Bogotá de 25 a 49 años	1.519.531	Total de hombres en Bogotá de 25 a 49 años	1.387.933	Total de hombres y mujeres en Bogotá de 25 a 49 años	2.907.464
Total de mujeres en Bogotá de 25 a 49 años en las localidades 1 y 2 de Bogotá	127.740	Total de hombres en Bogotá de 25 a 49 años en las localidades 1 y 2 de Bogotá	110.553	Total de hombres y mujeres en Bogotá de 25 a 49 años en las localidades 1 y 2 de Bogotá	238.293

Fuente: Elaboración Propia con datos de la secretaría distrital de planeación

2.3.4 Muestra de población:

La muestra de la población se usa para determinar características que debe cumplir el proyecto para satisfacer las necesidades o gustos de la población heterogénea encuestada. Con las estadísticas se determinarán criterios para poder encontrar el nicho de mercado adecuado para el producto de MIKIYOS y su perfil de consumidores.

N: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza del 90%

Error permitido: 15%

P=Q nivel de heterogeneidad= 0,5

n=	$\frac{Z^2 * p * q * N}{(e^2) * (N-1) + (Z^2) * P * Q}$
----	---------------------------------------------------------

	2,7225	0,25	118463
0,0225	118462	2,7225	0,25

80628,87938
1814,134472

44,44481962

La fórmula usada fue la de poblaciones finitas es decir superiores a 5000 personas. Para este caso se decidió tomar un nivel de confianza del 90% que equivale a 1,64 y por ende el error permitido es de 15%. Los niveles de heterogeneidad son del 0,5% y para la muestra total se tomó como base el tamaño de mercado es decir los 118463 niños. El resultado final fueron 44 encuestas a aplicar.

2.3.5 Aplicación de la encuesta



1. Elígeme: Elige la piel del peluche entre diversos motivos de animales como gatos, micos, osos, tigres, leones, conejos y otros.



2. Relléname: Luego como nunca antes lo haz hecho, rellena tu peluche con una maquina tan sencilla de usar que los niños la pueden utilizar.



3. Hazme hablar: diviértete grabando diferentes frases que tu peluche dirá y las podrás escuchar siempre que oprimas el corazón de tu peluche.



4. Vísteme: personaliza tu peluche eligiéndole ropa, zapatos y accesorios de acuerdo a tu gusto, dándole el toque de exclusividad que tanto te gusta.



5. Bautiza tu peluche: diligencia el formato de bautizo en el que colocaras el nombre (el que tu escogiste para tu peluche) y tus datos.



PREGUNTAS

1. Le gusto esta nueva idea de entretenimiento?

SI ☐ NO ☐

Si contesto No, porque?

Agradecemos su colaboración, la encuesta ha terminado.

Si contesto Si, por favor continúe con la encuesta

2. Que es lo más importante para usted en el momento de crear su propio peluche?

- ☐ La tela
☐ La diversión
☐ Los accesorios (ropa, zapatos, morrales, joyas.)
☐ Los estilos
☐ El lugar
☐ El personal

3. Marque con una x que motivos le gustaría encontrar para crear su propio peluche?

- ☐ Osos
☐ Conejos
☐ Tigres
☐ Perros
☐ Micos
☐ Leones
☐ Personas (un niño, una niña)
☐ Otro, cual? _____

4. En que lugares le gustaría adquirir este producto?

- ☐ Tiendas de juguetes
☐ Centros comerciales
☐ Sitios especializados (Tienda MIKIYO'S)
☐ Almacenes de cadena
☐ Parques
☐ Otro, cual? _____

5. Cada cuanto compra un peluche?

- ☐ Una vez al mes
☐ Cada tres meses
☐ Cada semestre
☐ Cada año
☐ Otro, cual? _____

6. Marque con una X en que ocasiones compra peluches?

- ☐ En cumpleaños
☐ En el día del niño
☐ En amor y amistad
☐ En navidad
☐ En aniversarios
☐ En los días de los padres
☐ Otro, cual? _____

7. Cuanto estaría dispuesto a pagar por un peluche que pueda crearlo a su propio gusto de una forma fácil y divertida?

- ☐ Menos de 30.000
☐ 31.000 - 40.000
☐ 41.000 - 50.000
☐ 51.000 - 60.000
☐ Más de 60.000

8. Por cual medio de comunicación le gustaría enterarse de este nuevo sitio de entretenimiento?

- ☐ Televisión
☐ Radio
☐ Internet
☐ Ferias
☐ Revistas
☐ Volantes
☐ Otro, cual? _____

De antemano La Universidad Ean agradece por su colaboración y participación en nuestra investigación de mercados.



Para el diligenciamiento y resultado de las encuestas se manejó una metodología de forma personal y directa realizada en centros comerciales y algunos puntos de la zona de chapinero. En primera instancia se mostró el producto y sus beneficios en un folleto a color, y posteriormente se aplicó la encuesta a los padres acompañados de los niños.

Las preguntas para los padres fueron: la número cuatro, porque el lugar de compra es definido por los padres ya que son lugares donde frecuentan sus compras, son cercanos a sus hogares, y otras variables determinadas por estos. La pregunta número 5 sobre la frecuencia de compra es única para los padres porque ellos toman la decisión de acuerdo a su poder adquisitivo, el comportamiento de su hijo, la calidad del producto etc. Por ende la respuesta más común y significativa fue una vez por semestre le regalarían un peluche de Mikiyo's a sus hijos. Esta pregunta está ligada a la siguiente sobre las fechas especiales de compras porque los padres deciden en que momento es apto regalar un peluche a sus hijos, ya sea en un cumpleaños, en navidad y otros. El precio de compra adecuado fue respondido por los padres porque estos productos y todos los de niños son comprados por los mayores y los usuarios son los niños; los padres definieron dos puntos importantes para el proyecto que son el monto promedio de compra y la frecuencia.

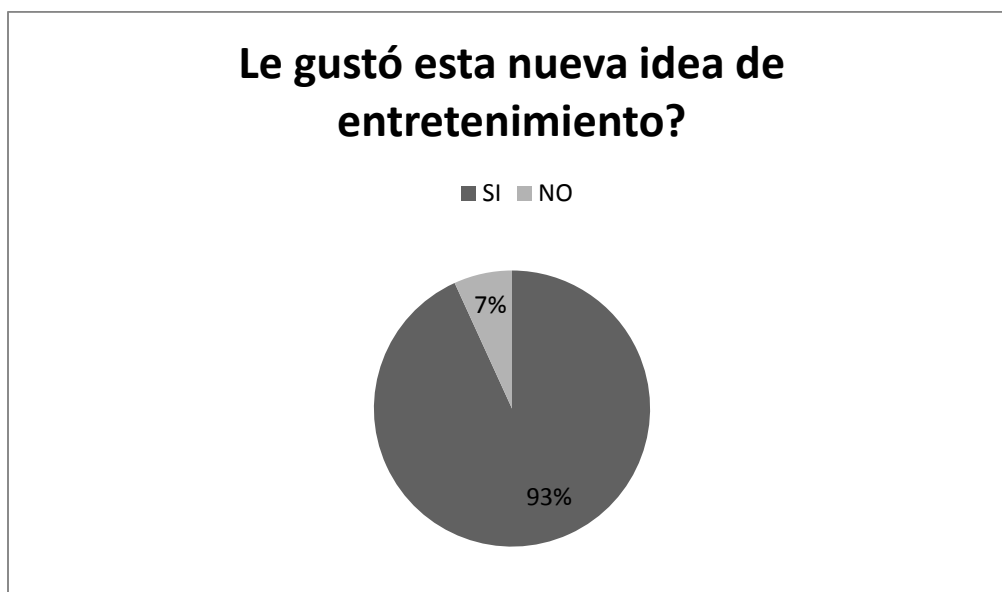
La pregunta número 8 sobre los medios de comunicación también se indago únicamente a los padres por tener acceso a medios de comunicación de manera más seguida y compleja como internet, ferias y revistas.

Las 2 preguntas para los niños fueron las dos primeras sobre lo más importante que debe llevar el peluche y los motivos de peluches que más les gustaría hacer. Estas preguntas determinarán la demanda para tener los elementos adecuados y en las cantidades suficientes para hacer los motivos proyectados y con los materiales de calidad. Estas preguntas fueron leídas y explicadas directamente a los niños en compañía de sus padres.

2.3.6 Resultado del análisis:

Las encuestas se realizaron de forma presencial en las localidades de Chapinero y Usaquén, dentro de los conjuntos residenciales y a las salidas de los colegios a niños en compañía de sus padres. La muestra arrojó un total de 41 encuestas afirmativas y 3 negativas

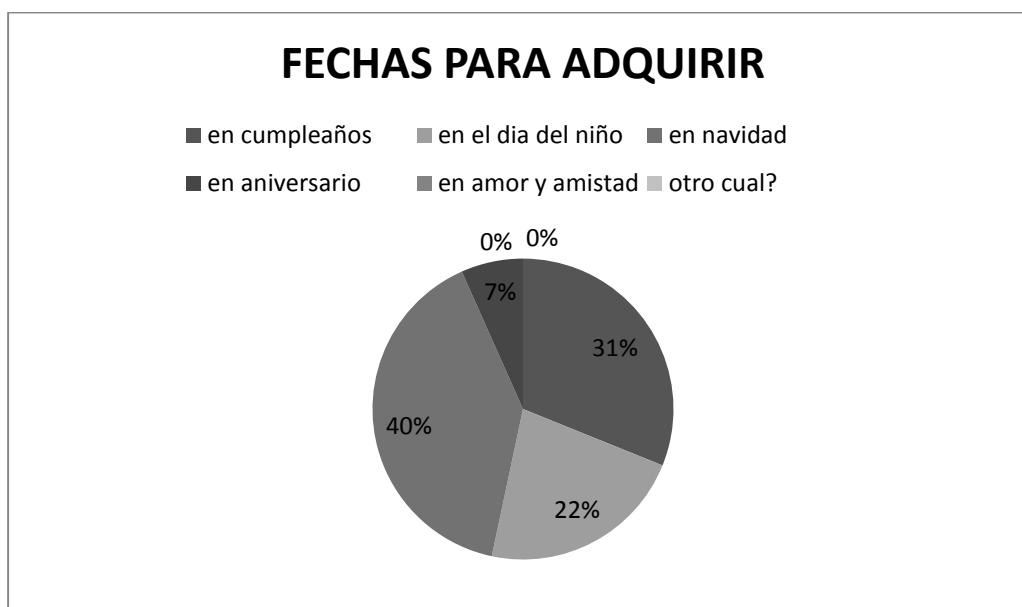
Ilustración 5: Gusto por la nueva idea de entretenimiento



Fuente: Elaboración Propia

La aceptación de la idea de entretenimiento es del 93% puesto que 41 personas están interesadas en adquirir un producto con MIKIYOS.

Ilustración 6: Fechas predilectas para comprar

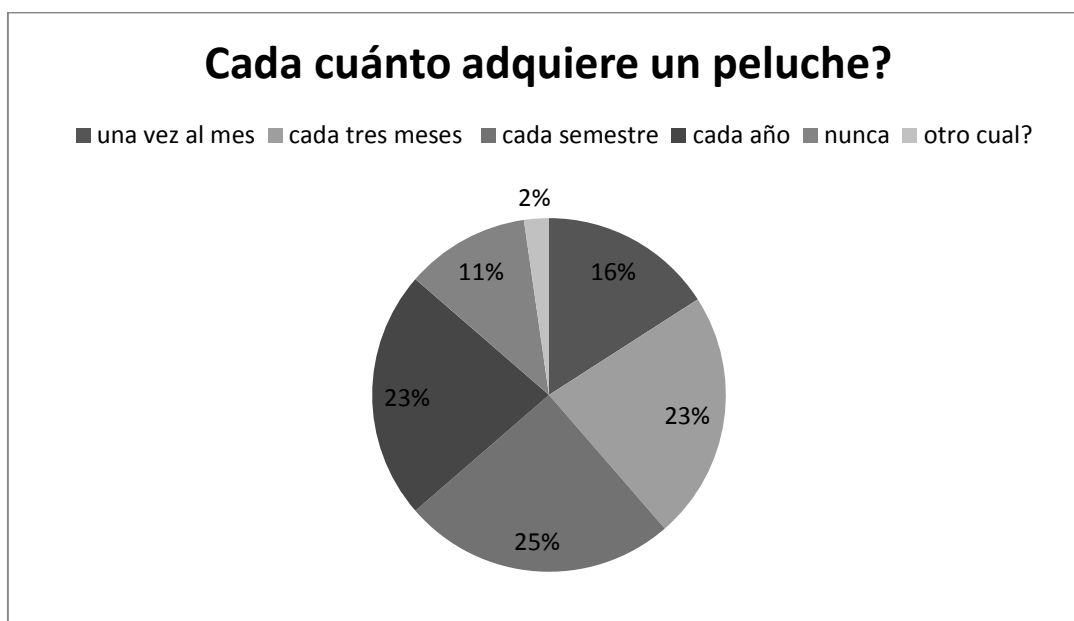


Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a las opiniones de los encuestados se dio a conocer la fecha en la cual para ellos es fundamental adquirir un peluche., se logra evidenciar un resultado distribuido casi uniforme de la opinión de cada uno de ellos.

Después de realizar la ponderación de la fecha preferida se logró establecer que el mayor resultado mostrado en la encuesta hace referencia a que la fecha más representativa es el aniversario, seguido de cumpleaños y Navidad fechas en las cuales se contempla la posibilidad de dar como detalle un peluche.

Ilustración 7: Cada cuanto adquiere un peluche



Fuente: Elaboración Propia

La frecuencia de compra por parte de los encuestados, no es constante ya que el producto no se puede considerar de primera necesidad sino un bien de lujo el cual cumple con el objetivo de satisfacer un deseo.

Para este caso se tendrá en cuenta las fechas en las cuales los encuestados adquieren un peluche en donde la mayor participación corresponde a un 30% que hace referencia a los cumpleaños, y en si presenta una frecuencia de compra de cada semestre, y si bien sabemos todos los días existe una persona de nuestro alrededor que cumple años y en donde para los niños es más factible la posibilidades de que sus padres les compren un juguete para dar regalo al homenajeado. La distribución es homogénea puesto que el 25% afirma adquirir un peluche cada semestre, y el 23% cada 3 meses o 1 año.

Ilustración 8: Disposición de compra



Fuente: Elaboración Propia

Para realizar este análisis se establecieron rangos de acuerdo a un estudio de precios realizado en el mercado de peluches en donde se tuvo en cuenta el tamaño y un elemento adicional que permitiera encontrar un diferenciador, en donde por el tamaño y los diferentes formatos establecidos por MIKIYO'S permitieran que el cliente estuviera en disposición en un gran porcentaje a pagar entre \$51.000 y más de \$60.000.

Para lo cual según el estudio financiero que permitió establecer el costo primario de materia prima, se procedió a determinar un presupuesto promedio mensual de acuerdo con los resultados de la encuesta, en donde el poder adquisitivo de cada uno de ellos está entre \$6.5000 presupuesto compra de un peluche en MIKIYO'S. el 18% de los encuestados afirmaron estar dispuestos a pagar más de \$60.000 pesos por cada peluche, y el 27% entre 41000 y 50000 pesos.

2.3.7 Nicho de mercado

Tabla 16: Nicho de mercado

NICHO DE MERCADO	
Total hombres y mujeres en estratos 4 - 5 - 6 Usaqué, Chapinero edad 5 -18	118.463
Aceptación de la idea (93%)	110.171
Frecuencia compra semestral (24%)	26.441
Padres dispuestos a pagar más de \$60.000 (18%)	4.601

Fuente: Elaborado por los autores

Para obtener el nicho de mercado se tomó como base el tamaño de mercado que se segmentó de acuerdo a la edad, estratos y aceptación de la idea. De los 110997 niños potenciales el 20% o al 20% le compran un peluche cada semestre, siendo un dato real y acorde a las nuevas tendencias de hábitos de los niños puesto que cada vez desean obtener juguetes más sofisticados y tecnológicos; en total son 22199 de este segmento del cual se desprende otra condición de segmentación y es el precio a pagar por un peluche personalizado, el 20,72% de los padres están dispuestos a pagar más de \$60.000 pesos por este tipo de peluches que corresponde a 4600 consumidores al año.

2.3.8 Mercado potencial:

Tabla 17: Mercado Potencial

POTENCIAL DE MERCADO		
CONSUMIDORES	CONSUMO	CONSUMO APARENTE
118463	\$ 61.956	\$ 7.339.493.628

Fuente: Elaboración Propia

<p>Potencial de peluches según tamaño de</p> <p>mercado</p>	<p>236926</p>
---------------------------------------------------------------------------	----------------------

Fuente: Elaborado por los autores

El mercado potencial anualmente es de \$7339 millones de pesos de esta industria, teniendo en cuenta todas las personas de estas localidades, los estratos y condiciones de segmentación antes descritas. También se asume que el gasto por acto de compra es de \$61.956 y el público potencial son 110997 personas.

2.3.9 Segmentación del mercado

Demografía del consumidor:

CICLO DE VIDA:

Está dirigido principalmente a hombres y mujeres que en su ciclo de vida se encuentren entre la etapa de infantes a niños.

INFANTES: es la etapa que le sigue a la de los bebés cuando los niños dejan el tetero, caminan y hablan; y va hasta los siete u ocho años. Esta es una etapa en donde los niños pueden estar todo el tiempo con sus padres o ingresar a un jardín infantil, por lo que son importantes los peluches para ellos porque se encuentran en una etapa de aprendizaje de la socialización, en donde asocian el peluche como una compañía sustituta de sus padres como en el caso del niño que permanece en el jardín.

NIÑOS: A partir de los 7 u 8 años, los niños comienzan a adquirir una mayor independencia emocional y definen sus gustos personales y son ellos quienes le piden a sus padres que les compren x artículo, por lo que es importante dirigir la publicidad hacia este segmento puesto que los niños

tienen una alta influencia en la decisión de la compra. (Arellano, 2009) Esta Etapa va hasta los 18 años.

Tabla 18: Segmentación demográfica

Segmentacion Demografica	Rango	Cantidad
Sexo	Femenino y masculino	110997
Edad	5 a 18	110997
Estrato	4, 5 y 6	110997
Ciclo de vida	Etapas de infantes, niños.	110997
Raza	Todas	110997
Religion	Todas	110997
Nacionalidad	Todas	110997
Idioma	Español	110997
Ciudad	Bogota	110997
Localidad	Chapinero - Usaquen	110997
Segmentacion Psicografica	Estilo de vida	Personalidad
Infantes	Es la etapa que le sigue a la de los bebes cuando los niños dejan el tetero, caminan y hablan; y va hasta los siete u ocho años. Los niños pueden estar todo el tiempo con sus padres o ingresar a	Son importantes los peluches para ellos porque se encuentran en una etapa de aprendizaje de la socialización, son niños que asocian el peluche como una compañía sustituta de sus padres como en el caso del niño que duerme con su
Niños	A partir de los 7 u 8 años, los niños comienzan a adquirir una mayor independencia emocional	definen sus gustos personales y son ellos quienes le piden a sus padres que les compren x artículo, por lo que es importante dirigir la publicidad hacia este segmento puesto que los niños tienen una alta influencia en la decisión de la compra.

Fuente: Elaboración Propia

2.3.10 Descripción de los consumidores

Este producto contempla dos clases de consumidores, el comprador quien será el que tiene la última decisión de compra gracias al poder adquisitivo que maneja. Por otro parte está el usuario quien será el que elige y hace uso del producto, a continuación vamos a describir a profundidad cada clase:

- **Comprador:** hace referencia a los padres quienes tomarán la última decisión de compra puesto que son los que tienen el poder adquisitivo para cancelar el producto que será usado por el usuario, por esta razón para MIKIYO'S es de importancia conocer el grado de aceptación y disponibilidad que se percibe respecto a los padres.

- Usuarios: Serán los adolescentes y niños quienes hacen uso del producto o servicio que los padres adquieren, ya que despiertan la necesidad de compra impulsada por un gusto, una curiosidad o simplemente por lo que compran otros niños. Para los niños, será necesario la compañía de los padres en el momento de compra ya que los niños no saben de precios si no de opciones, es decir ellos no perciben si el precio del producto es elevado o no, ellos presentan a sus padres opciones como pueden comprarse 6 de estos o comprarse tres o comprar 1, esto ayuda a que él pueda determinar si el producto es costoso o no y si sus padres lo pueden comprar, a pesar de que el producto siempre le impacte al niño.

2.4 RIESGOS Y OPORTUNIDADES DE MERCADO

El mercado en el cual se desenvolverá la idea de negocio, permitirá establecer altos grados de diferenciación e innovación de los productos y servicios presentados, ya que por ser un mercado estacional, el desarrollo de reestructuraciones tendrá que ser constante, para lograr una adaptación en cada época del año o fecha especial y poder satisfacer los diferentes gustos del consumidor para mantenerse dentro de la etapa de crecimiento.

MATRIZ MEFE

Este estudio nos permitirá evaluar la información externa que afecta directamente las operaciones de la empresa, para el desarrollo de esta matriz se tuvieron en cuenta los siguientes factores: Tecnológicos, Sociales, Económicos, Políticos y Legales, los cuales están directamente relacionados con la industria del entretenimiento.

Tabla 19: Matriz MEFE

MATRIZ MEFE			
FACTOR EXTERNO	PONDERACION	CALIFICACION	RESULTADO
OPORTUNIDADES			
DIFERENTES AREAS PARA LOCALIZAR NUEVAS TIENDAS	12%	4	0,48
PUEDE LLEGAR A FUTURO A CONVERTIRSE EN UN MODELO DE FRANQUICIA	16%	4	0,64
AMPLIACION DE LA LINEA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	4%	4	0,16
LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO ESTA CRECIENDO EN LOS ULTIMOS TRES AÑOS UN 12%.	12%	4	0,48
POSIBILIDAD DE LLEGAR A LOS CLIENTES CON OTRO CONCEPTO DE NEGOCIO.	10%	3	0,3
AMENAZAS			
CRISIS ECONOMICA	14%	3	0,42
AUMENTO DE LAS TASAS DE INTERES	14%	4	0,64
NUEVAS POLITICAS	6%	4	0,24
CAMBIOS EN LAS TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR	16%	4	0,64
TRATADOS DE LIBRE COMERCIO	2%	3	0,06
	100%		4,06

Fuente: Elaboración Propia

La matriz MEFE, permite evaluar las oportunidades y amenazas de una empresa, para realizar este estudio se debe dar una ponderación a cada factor con el fin de tener un resultado de cada factor.

El realizar este estudio permitirá identificar y evaluar las oportunidades y amenazas que afectan directamente a tanto la industria como el panorama externo de MIKIYO'S, a continuación se describirán cada uno de los factores críticos propuestos para el estudio:

Oportunidades,

- DIFERENTES AREAS PARA LOCALIZAR NUEVAS TIENDAS, MIKIYO'S entraría a desenvolverse dentro del mercado nacional, posicionándose actualmente como un nuevo modelo que ofrece entretenimiento y como resultado final el cliente obtiene un peluche personalizado de acuerdo al gusto de cada uno de ellos.

Bogotá cuenta con 20 localidades de las cuales 3 pueden considerarse puntos estratégicos para posicionar nuevas tiendas, para lograr un mayor acercamiento al cliente de sur a norte y de oriente a occidente, las localidades están distribuidas de acuerdo a su nivel poblacional, poder adquisitivo y localización.

- PUEDE LLEGAR A FUTURO A CONVERTIRSE EN UN MODELO DE FRANQUICIA, MIKIYO'S, pretende a futuro realizar contratos con personas naturales, para que realicen el mercadeo bajo los mismos estándares propuestos por MIKIYO'S.

Las ventajas que proporcionaría el implementar el modelo de franquicias, son:

1. Delegación de las funciones del personal a un tercero.
2. Rapidez y eficacia como plan de expansión
3. Reducción de los riesgos financieros
4. Mayores controles de la producción y el suministro de materia prima.
5. Reducción en el precio de los peluches

Las desventajas que proporcionan el implementar el modelo de franquicias son:

1. Sesión del knowhow, a los franquiciadores, con el fin de contrarrestar esta barrera de entrada, se firman y se pactan acuerdos de confidencialidad con la marca y los productos dados por MIKIYO'S
 2. Alto de riesgo de la competencia desleal
 3. Posible pérdida del mercado por la inexistencia de un contacto directo con el cliente que permita identificar las falencias a la hora de prestar el servicio u entregar el producto.
- AMPLIACION DE LA LINEA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, los accesorios que se ofrecerán en MIKIYO'S van a permitir que el cliente encuentre una amplia gama de acuerdo a sus deseos momentáneos, ejemplo los accesorios propuestos para cada época del año.

- LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO ESTA CRECIENDO EN LOS ULTIMOS TRES AÑOS UN 12%, hoy en día los colombianos prefieren gastar su dinero en actividades que le permitan ocupar su tiempo libre, por tal razón presentar ante nuestro segmento establecido, hará que el cliente no se limite a las actividades ofrecidas por el mercado, sino que también contemple la posibilidad de visitar las tiendas MIKIYO'S.
- POSIBILIDAD DE LLEGAR A LOS CLIENTES CON OTRO CONCEPTO DE NEGOCIO, como objetivos de mediano plazo, para generar una mayor rentabilidad se propone como estrategia la opción de diversificación, en donde MIKIYO'S pretenderá llegar a un consumidor con un modelo innovador de fiestas que le permita tener mayor participación y acogida del mercado, como también la fidelización y confianza del cliente hacia la marca.

La idea de esta estrategia consiste principalmente en llegar a otros mercados con un producto diferente como lo son las fiestas.

Tabla 20: Opciones de planes

1 OPCION PLAN BASICO MIKIYOS	Incluye Peluche a escoger entre 5 motivos diferentes para cada niño.	Proceso de creación peluche + actividades
2 OPCION PLAN SUPER MIKIYOS 1	Cada niño elige a su mascota entre 5 motivos diferentes + 1 muda a elegir de una selección que se indicará en el cumple.	Proceso de creación peluche+ traje seleccionado + actividades + bolsa sorpresa
3 OPCION PLAN SUPER MIKIYOS 2	Cada niño elige a su mascota entre 5 motivos diferentes + 1 tuotu con sonido regrabable de cada invitado.	Proceso de creación peluche+ tuotu regrabable + actividades + bolsa sorpresa
4 OPCION PREMIUM MIKIYOS	Cada niño elige a su mascota entre 5 motivos diferentes + 1 muda a elegir de una selección que se indicará en el cumple + 1 tuotu con sonido regrabable de cada invitado.	Proceso de creación peluche+ traje seleccionado + tuotu regrabable + actividades + bolsa sorpresa

LAS 4 OPCIONES INCLUYEN

Fiesta personalizada para el homenajeado (salon individual)
 Recreacionistas especializados
 Decoracion basica (Gorros, manteles, platos, cubiertos, personajes animados...)
 Tarjetas de invitacion
 Regalo para el homenajeado (1 accesorio para el peluche)
 Merienda (Eleccion entre dos menus)

Fuente: Elaboración Propia

Amenazas,

- La crisis económica, es dada a una elevada inflación lo que como resultado hace que los precios en las materias primas suban, es un factor que afecta tanto a las industrias como a las empresas, para contrarrestar las crisis, MIKIYO'S genera constantemente estrategias que le permitan resistir ante las amenazas presentados por el entorno.

Para ello mediante la estrategia de nuevos productos, los cuales serán muy diferentes a los de las fiestas ya que se desarrollan únicamente dentro de las instalaciones, como talleres para los niños en donde se generarán actividades llenas de entretenimiento infantil.

Tabla 21: Talleres

TALLER	OFERTA	HORARIO
Taller de manualidades	Todos los sabados talleres para niños de 7 a 13 años en donde aprenderan a crear distintas manualidades con materiales de la casa.	10 - 12 pm
Martes didacticos	Todos los martes talleres didacticos para niños de 7 a 13 años para desarrollar la capacidad creativa de los niños en el que haran inventos tematicos con materiales de la casa.	1 - 3 pm y 4 - 6 pm
Talleres de verano	todos los lunes y jueves de un verano (vacaciones de mitad de año junio y vacaciones de fin de año diciembre y enero) se realizaran diversas actividades para niños de 5 a 14 años en el que mantendran su mente activa y desempeño didactico.	10 - 12 pm, 1 - 3 pm, 4 - 6 pm y de 6 - 8 pm
Taller de Dibujo	cartillas de colorear, cuadros y lienzos.	1 - 3 pm y 4 - 6 pm

Fuente: Elaboración Propia

Con el desarrollo de nuevas ideas de productos, MIKIYO'S estará en la capacidad de responder ante el cliente con un amplio portafolio de productos y servicios de entretenimiento, que supla la necesidad de deseo, de nuestro target de Niños entre los 5 y 14 años, claro está sin excluir el resto de las edades que quieran conocer el modelo y adquirir un peluche personalizado.

- AUMENTO DE LAS TASAS DE INTERES, es una amenaza que afecta principal mente a las entidades financieras y estas afectan la capacidad de endeudamiento del los consumidores,

quienes optan por utilizar el efectivo en bienes de primera necesidad y bienes normales, dejando de lado los bienes de lujo es decir MIKIYO´S, para ello se contemplara la opción de:

1. Adquirir solo el peluche sin rellenar
2. Adquirir solamente accesorios
3. Pasar por 1, 2, 0 3 estaciones

Esto permitirá que el cliente conozca los servicios y los productos presentados en la tienda especializada MIKIYO´S, sin la necesidad de participar por obligación en los 5 pasos proporcionados para la creación total del peluche.

- CAMBIOS EN LAS TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR, es la amenaza más alta para el modelo de negocio que se propone, puesto que el consumidor actual, vive en constante contacto con la tecnología y poco a poco está dejando de lado el afecto, los sentimientos y la expresión, elementos que en la actualidad son dados a conocer por medios tecnológicos, como lo son las redes sociales, correos, entre otros canales virtuales.

Con el fin de extraer al consumidor de la realidad tecnológica en la cual vive en donde desde temprana edad el uso de aparatos tecnológicos es evidente, para ello nace MIKIYO´S quien bajo un concepto de involucramiento del cliente con el producto (peluche), hace que renazca el sentimiento de expresión por medio de un objeto que durante décadas ha llegado a ser representativo para la compañía del ser humano.

- TRATADOS DE LIBRE COMERCIO, abre la brecha entre el país y la inversión extranjera, en donde se llagarían a presentar fuertes competidores con alta experiencia ya sea en la industria del entretenimiento como en la del juguete.

A su vez MIKIYO´S con el fin de contrarrestar esta amenaza, hace uso para generar solidas barreras de entradas, las cuales están direccionadas hacia la obtención de materia prima diseñada por proveedores Chinos y quienes darán un mejor precio para ofrecer en el mercado.

2.4.1 Fortalezas Y debilidades de la empresa

MATRIZ MEFI

Tabla 22: Matriz MEFI

FACTOR INTERNO	PONDERACION	CALIFICACION	RESULTADO
fortalezas			
MODELO DE NEGOCIO INNOVADOR	13%	4	0,52
PARTICIPACION DEL CLIENTE EN EL PROCESO DE FABRICACION	20%	4	0,8
DISEÑOS EXCLUSIVOS	10%	2	0,2
diferenciacion frente a los competidores (posibilidad para personalizar el producto)	19%	3	0,57
DEBILIDADES			
FALTA DE EXPERIENCIA	10%	4	0,4
CERO CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO POR PARTE DEL CONSUMIDOR	10%	4	0,4
NUEVOS EN EL MERCADO COLOMBIANO	8%	4	0,32
POCOS PUNTOS DE VENTA	10%	3	0,3
TOTAL	100%		3,51

Fuente: Elaboración Propia

Esta matriz permite la identificación y evaluación de los factores internos de una empresa, las cuales se miden en fortalezas y debilidades.

De acuerdo a un estudio realizado se lograron identificar de manera subjetiva las posibles fortalezas y debilidad que llegaran afectar directamente a MIKIYO'S.

Fortalezas,

- **MODELO DE NEGOCIO INNOVADOR**, el concepto por el cual se rige la idea de negocios esta principalmente ligado a la personalización de los productos que actualmente acompañan al consumidor, tendencia en donde cada uno de ellos quieren plasmar su identidad en cada producto que adquieren.

Por tal razón el modelo se basó para involucrar al cliente mediante las cinco estaciones que cada cliente experimentara y en cada una de ellas podrá dar reflejo de su personalidad y como resultado final obtendrá un peluche único y exclusivo.

- **PARTICIPACION DEL CLIENTE EN EL PROCESO DE FABRICACION**, la industria del entretenimiento actual, no maneja formas proactivas que le permitan al cliente de forma divertida crear un producto y las tiendas actuales dedicadas a la venta de peluches como lo son PELANAS, TIMOTEO, ANGEL TOYS, dan a conocer sus diseños sin la posibilidad de ser modificados.

El principal objeto de MIKIYO'S estará centralizado a ofrecer al cliente un espacio en donde él pueda desarrollar la creatividad, mediante una participación dinámica y divertida.

- **DISEÑOS EXCLUSIVOS**, el proceso de fabricación no contempla la posibilidad de establecer un mismo parámetro para el diseño del peluche de cada cliente y como todos los seres humanos somos diferentes, cada peluche que salga de la tienda MIKIYO'S será único. Puesto que el principal objetivo es hacer que el cliente experimente la sensación de crear nuevo amigo, que siendo el caso de los niños estará representará una constante compañía ya sea de juego o para ir a dormir.

Debilidades,

- **FALTA DE EXPERIENCIA**, la experiencia con la que entrará MIKIYO'S a las dos industrias en las que se desenvuelve solo está basada en supuestos escenarios planteados para el desarrollo total de modelo, claro está que para lograr proponerlo se tuvo el consentimiento de la población encuestada.

Mientras que los competidores directos si presentan una gran experiencia en el mercado, por parte de la industria del juguete TIMOTEO, quien se consolido en 1984, y ha logrado generar un conocimiento del mercado, expectativas del cliente y sostenibilidad que ha perdurado durante 29 años que tiene de operación.

- **CERO CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO POR PARTE DEL CONSUMIDOR**, por ser un modelo de negocio innovador la percepción del cliente hacia el producto es la de un peluche más, para contrarrestar esta debilidad MIKIYO´S generará recursos que le permitan marcar la diferencia entre las empresas que se dedican a la venta de peluches y detalles.

Para ellos la decoración y la visibilidad de las 5 estaciones representan el principal elemento de diferenciación en MIKIYO´S, ya que no es frecuente encontrar dentro de una tienda estaciones y peluches a medio procesar, acompañados de máquinas. La principal muestra de lo que es realmente MIKIYO´S estará centrada en la tienda.

- **POCOS PUNTOS DE VENTA**, uno de los principales objetivos a mediano plazo con el fin de lograr una expansión más rápida, se basa en el modelo de franquicia, el cual manejará el mismo concepto, con la única diferencia que esta evidenciada en la localización de los puntos de cada tienda.

2.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

MIKIYO`S posee dos clases de competencia en directa, en la cual se contemplarán las tiendas especializadas en la distribución de peluches, de las cuales sobresalen Pelanas por el manejo de un amplio portafolio de productos, encargados de expresar sentimientos, además cuenta con un alto grado de reconocimiento, gracias a la trayectoria que tiene operando en el mercado nacional, por otra parte se encuentra Timoteo una marca que cuenta con un gran posicionamiento en la mente del consumidor empresa encargada de ofrecer expresión y la posibilidad de personalizar productos de escritura, como esquelos, tarjetas y posters.

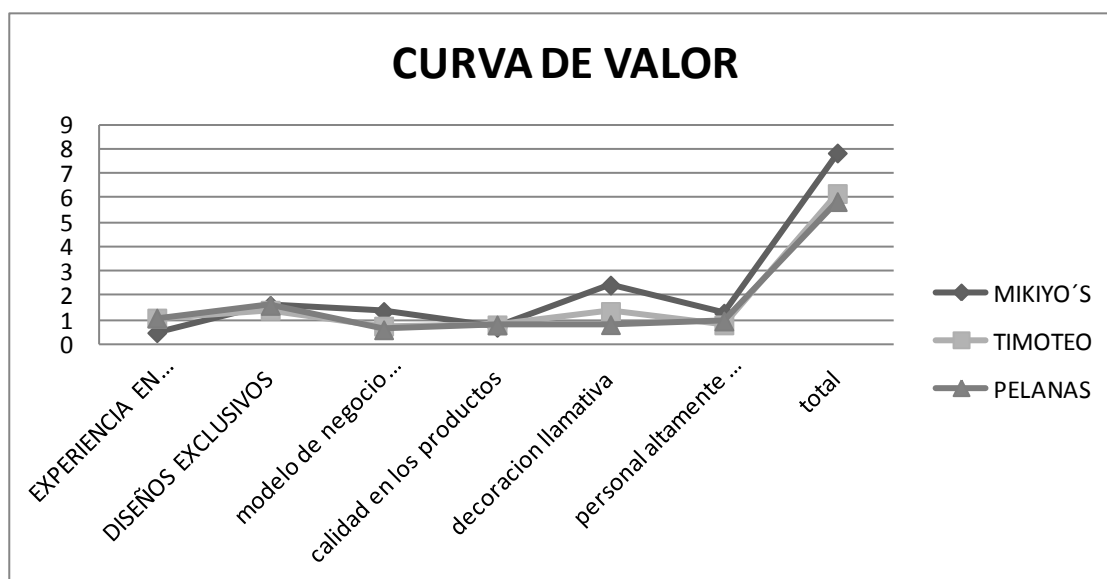
Y la competencia indirecta que hace referencia a los centros de entretenimiento como lo son los parques de diversiones, cinemas entre otros.

2.5.1 MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (Competidores con mayor relación a MIKIYO'S)

Tabla 23: Matriz de perfil Competitivo

matriz del perfil competitivo							
		MIKIYO'S		TIMOTEO		PELANAS	
factor critico de éxito	ponderacion	calificacion	promedioponderado	calificacion	promedioponderado	calificacion	promedioponderado
EXPERIENCIA EN ELMERCADO	12%	4	0,48	9	1,08	9	1,08
DISEÑOS EXCLUSIVOS	20%	8	1,6	7	1,4	8	1,6
modelo de negocio innovador	15%	9	1,35	5	0,75	4	0,6
calidad en los productos	10%	7	0,7	8	0,8	8	0,8
decoracion llamativa	27%	9	2,43	5	1,35	3	0,81
personal altamente capacitado	16%	8	1,28	5	0,8	6	0,96
	100%		7,84		6,18		5,85

Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

El perfil competitivo de MIKIYO'S frente a sus competidores directos es fuerte, mediante los factores propuestos por el modelo de negocio, que marcan una diferencia frente a los que actualmente presenta la competencia, pero en donde ellos también se muestran fuertes gracias a la experiencia, ejemplo: TIMOTEO, quien lleva 29 años en el mercado y el reconocimiento obtenido

le ha permitido su expansión y su fortalecimiento de los productos ofrecidos para el cliente, por otra parte esta pelanas que dentro de su capital maneja un gran número de unidades de negocio.

2.5.2 Competidores en el sector de manufactura

Con relación a la idea de negocio presentada, la existencia de un competidor directo que afecte la esencia del modelo de negocio no logra ser evidenciada directamente, por lo cual se establece un comparativo respecto al proceso que involucra el desarrollo de la idea como lo es la fabricación de un producto elaborado. Por tal razón se establece una competencia directa con los distribuidores de peluches, legal mente constituida y los comercializadores clandestinos entre estos están:

- Pelanas
- Peluchito
- Almacenes de Cadena
- Pepe Ganga
- Imaginarium

Quienes están directamente relacionados con el producto final ofrecido, mas no con el potencial atractivo de la idea de negocio, basada en el involucramiento del cliente durante el desarrollo de la personalización.

Pelanas, es una empresa colombiana dedicada a la fabricación y comercialización de peluches y tarjetería con expresión, en la actualidad la empresa comercializa sus productos al exterior gracias a la expresión dada en cada uno de sus productos, ha logrado ser una empresa sólida.

Peluchito, es una empresa colombiana dedicada a la fabricación de peluches, el canal de distribución de sus productos corresponde al mayorista tanto para la circulación dentro y fuera del país.

Los almacenes de cadena, han optado por mantener cierto inventario que les permita ofrecer gran variedad de productos, entre los culés están los peluches, quienes se manejan bajo un esquema de marca blanca o propia.

Imaginarium, es una tienda especializada en la venta de juguetes, en donde la participación del cliente con el producto es directa, claro está producto terminado.

Pepe ganga, es una tienda especializada en la venta de juguetes en donde el cliente se involucra directamente con el producto final

2.5.3 Competidores en el sector de entretenimiento

El mundo del entretenimiento cuenta con un gran número de centros que permiten realizar diferentes prácticas como:

- Cinemas
- Parque de diversiones
- Discotecas
- Centros comerciales
- Centros de bolos
- Deportes
- Actividades extremas
- Viajes
- Conciertos
- Televisión
- Radio
- Revistas
- Eventos de pasarela
- Entre otros métodos de entretenimientos.

Por lo cual se estableció que por ser MIKIYO´S un producto donde su principal enfoque son los peluches, producto dirigido que está dirigido hacia un mercado infantil, se logró

determinar cómo competidores directos a los sitios frecuente mente visitados por los niños, para realizar este estudio se hizo mediante un trabajo de campo el cual consistía principalmente en observar el comportamiento de los niños al pasar por un determinado lugar.

Diversity, el parque temático más conocido como "La ciudad divertida" es un espacio de 5.200 m² dotado de 46 atracciones diferentes. Allí, todo está hecho a la medida de los niños para que jueguen a ser grandes mientras conocen muchos aspectos de la vida real de la ciudad. Así, los 'diverciudadanos' podrán decidir en qué quieren trabajar, cómo quieren manejar el dinero que tienen (son unas monedas llamadas Divi) y sobretodo, divertirse mucho. Es un sitio al que pueden acceder menores desde los 3 hasta los 13 años de edad.³

Camila la muñeca gigante, Se trata de un recorrido que se hace a través del cuerpo de una muñeca en la que por medio de gigantismos, luces, sonidos, sensaciones táctiles y motrices, se refuerzan los conocimientos sobre los principales sistemas del cuerpo, así como los cuidados que se deben tener con él.

Es una actividad pedagógica que consta de dos fases. La primera, es una visita al proyecto llena de sensaciones; y la segunda, es después de la visita, donde el grupo que ingresó estará en capacidad de desarrollar la guía de apoyo con un alto grado de recordación.

Los temas que se tratan al interior de la muñeca gigante son: los sentidos y sus cuidados, los sistemas respiratorios, circulatorios, urinarios y reproductores femeninos con su anatomía, fisiología, nacimiento de un bebé, enfermedades, cuidados, y adicciones a sustancias nocivas.⁴

El sueño de Timoteo es afectar positivamente la vida de quienes toca. Lo que empezó en 1984 como un taller de tarjetas hechas a mano en la zona rosa de Bogotá, se transformó en historieta, publicada en periódicos como El Tiempo.

³<http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/portal/bogotanitos/divercity>

⁴ http://bogota.vive.in/porlaciudad/bogota/eventos_por_la_ciudad/diciembre2011/EVENTO-WEB-FICHA_EVENTO_VIVEIN-10912378.html

Los personajes y mensajes de Timoteo, historia de un vagabundo que busca hacer feliz a alguien, han dado la vuelta al mundo a través de tarjetas y objetos de diseño elaborados por artesanos, diseñadores y talleres colombianos; esa cálida relación entre quien busca expresar sentimientos amables y el equipo de trabajo de Timoteo nos ha permitido desarrollar productos únicos, inolvidables para quien los recibe; desde una tarjeta personal hasta proyectos promocionales para grandes marcas.⁵

Mundo Aventura ofrece a sus clientes atracciones mecánicas dirigidas para todas las familias en diferentes espacios y atracciones distribuidos de acuerdo a las edades de cada uno de los visitantes, como también cuenta con un mundo natural en donde presenta animales trayendo una granja a la ciudad.

Salitre Mágico, es el parque emblemático de la ciudad de Bogotá, cuenta con un total de 30 atracciones distribuidas de acuerdo al nivel de impacto que van desde extremas, infantiles y familiares, tiene un área total de cobertura de 500 mts de recorrido y tiene una capacidad para recibir a 15000 visitantes al año, su espacio es al aire libre y no cerrado.⁶

2.6 ESTUDIO DE PRECIOS

Tabla 24: Precios

Competidor	Mikiyo's	Diversity	Camila la muñeca gigante	Timoteo	Pelanas	Mundo aventura	cinopolis
descripcion del servicio	proceso de fabricacion	juego de roles	conocimiento interactivo	sentimiento y expresion	venta de peluches	atracciones mecanicas	peliculas en pantalla grande
precios niños	\$ 62.000	\$ 27.000	\$ 7.000	\$ 42.000	\$ 75.000	\$ 43.000	\$ 16.000
precios adultos	\$ 62.000	\$ 9.000	\$ 8.000	\$ 42.000	\$ 75.000	\$ 43.000	\$ 16.000
clasificacion por edades	6 a 35 años	3 a 13 años	6 a mas años	13 a 35 años	3 a 40 años	5 a 50 años	depende de la clasificacion de
tiempo de duracion		3 horas	media hora	depende del consumidor	depende del consumidor	12 horas	3 horas

Fuente: Elaboración Propia

⁵<http://www.timoteo.com/explorador/acercatimoteo.asp>

⁶<http://www.bogotaturismo.gov.co/parque-salitre-magico>

2.7 PLAN DE MERCADEO

2.7.1 Concepto del producto o servicio

MIKIYO'S será un sitio de entretenimiento para niños y jóvenes, quienes bajo un concepto innovador como lo es la personalización, modificarán sus propios peluches, adaptándolos a sus gustos y deseos. Se permite la interacción directa del cliente con el proceso de creación del producto final que se convierte en un detalle y para algunos en un nuevo amigo.

Por medio de 7 pasos el cliente, tiene la posibilidad de plasmar su creatividad.

1. **Elígeme:** consiste en elegir la piel del peluche, cuyos motivos son personajes zoológicos, lo que comprende, gatos, micos, osos, tigres, leones, conejos y otros.
2. **Relléname:** consiste en rellenar el peluche, después de haber elegido la piel, por medio de una maquina encargada de expulsar algodón siliconado, que gracias a la presión de aire con la que trabaja y con la ayuda del personal se logra darle forma al peluche, dependiendo ya del gusto si prefieren gordito o flaquito.
3. **Hazme hablar:** consiste en hacer que el peluche hable, por medio de una grabadora de voz para el peluche que al presionar deja el mensaje el cual puede tener una duración de 20 máximo y al volver a presionar el mensaje queda guardado, cada vez que el peluche se oprima el pecho del peluche hablara.
4. **Vísteme:** vestir el peluche consiste en elegir ropa, zapatos y accesorios, de acuerdo a gustos o preferencias, temporadas o fechas especiales que en MIKIYO'S se encontraran.
5. **Como me llamo:** consiste en darle nombre al peluche ya después de seis pasos se puede definir si es un pelucho o una pelucha, que profesión ejercerá, el nombre de dueño, fecha y lugar de nacimiento; todo lo anterior se logra definir por medio de un certificado, el cual será editado con la ayuda de un computador.
6. **Vámonos:** para llevar el peluche a casa se hará la entrega en la cajaregistradora, esto quiere decir el nuevo amigo está listo para tener muchas aventuras.

2.7.2 Estrategias de MIKIYO'S

La definición de estrategias de mercadeo o de mercadotecnia de acuerdo a varios autores como Stanton Kotler es que son acciones entrelazadas y complementarias que se realizan para lograr objetivos determinados en la parte de marketing. Estas estrategias tienen como fin posicionamiento de la marca o del producto y aumento de las ventas, mejorar la participación del mercado o capturar nichos no explotados.

Según Kotler las mejores estrategias de mercadeo son 7 y de ellas Mikiyo's adopta:

Estrategia de bajos costos: se debe a la integración de la cadena de aprovisionamiento y distribución. El modelo de negocio de Mikiyo's permitirá integrar la cadena de aprovisionamiento y distribución en un solo lugar: "el punto de venta"; puesto que los proveedores de las telas y todos los materiales necesarios proveerán cada 90 días el negocio con inventario para los 3 meses y la estrategia es que los niños creen su propio peluche con asesoría de un colaborador de Mikiyo's lo que evitará sobre costos y se venderá en el mismo lugar.

Crear una experiencia única para el consumidor: En Colombia no existe un modelo como este, lo que hace que los niños tendrán una experiencia única, creativa, agradable y de autonomía para poder obtener algo que desean.

Centrarse en nichos de mercado: El nicho de mercado se estimó en determinado número de niños en edades entre los 5 y 14 años, de estratos 4, 5 y 6 de la localidad de Chapinero.

Ser el mejor en el diseño: El diseño depende de la calidad de las máquinas para fabricar y rellenar, los materiales y la guía del colaborador de Mikiyo's a la hora de acompañar a los niños, todos estos elementos de servicio hacen que el diseño tanto del negocio como del producto sean únicos.

Otras estrategias por implementar son:

1. Estrategia especializada en la diferenciación del producto para el segmento de los niños, se permitirá la participación del cliente en el proceso de personalización de cada peluche.

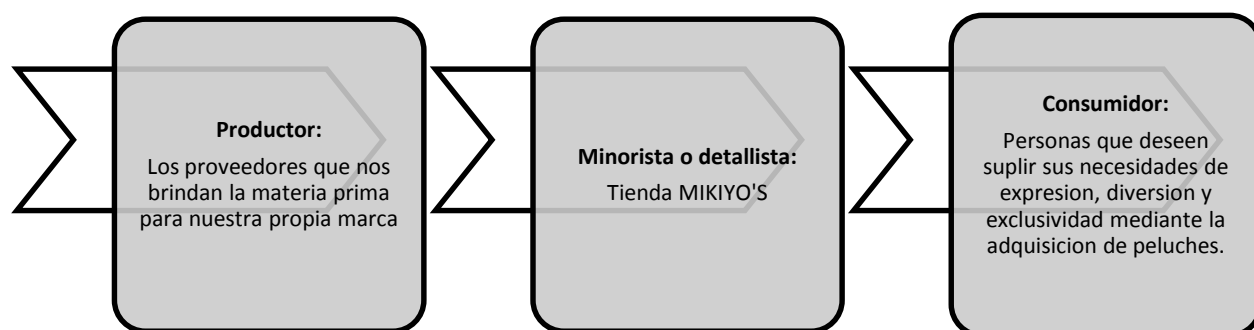
2. Dentro de los objetivos a largo plazo contemplar una ampliación de las tiendas MIKIYOS en puntos estratégicos de la ciudad para generar un reconocimiento de marca.
3. Decoración llamativa e impactante, dentro de las instalaciones de MIKIYO'S, esto permitirá atraer la atención del cliente.
4. Estrategia de descuento por volumen en la compra, MIKIYO'S premiará la fidelización y el pronto pago de los clientes, otorgando descuentos en los accesorios adicionales, después de la elaboración del peluche.
5. El desarrollo de nuevas tecnologías, permitirá que MIKIYO'S esté siempre a la vanguardia de la industria del entretenimiento y del juguete.
6. Lanzamiento de nuevos productos de acuerdo a la época, MIKIYO'S será pionero en desarrollo de estilos que permitirán a los clientes adaptar el producto de acuerdo a la celebración presentado en la fecha, ejemplo:
 - Halloween, los accesorios adicionales estarán alusivos a disfraces
 - Navidad, los accesorios presentaran elementos alusivos a papa Noel, entre otras épocas.

2.7.2.1 Estrategia de Distribución

En MIKIYO'S el proceso de fabricación se verá afectado por una interacción directa por parte del cliente y el producto, para permitir que el cliente logre experimentar el entretenimiento, la distribución del producto debe concentrarse en un local el cual este adecuado de acuerdo a las especificaciones técnicas requeridas para la prestación del servicio y el ofrecimiento del producto, ya que para generar una satisfacción al cliente se deberá contar con la ayuda del personal, quien será el encargado de llevar a cada cliente por cada estación, por lo que se deberá considerar, las limitaciones de edad para la operación de las máquinas y los las especificaciones antialérgicas que puedan causar las telas de los peluches, aspectos que con el fin de prestar un buen servicio se han estudiado y se han acogido y se han adaptado al modelo de negocio.

Canal de distribución Business ToConsumer “B2C”

Ilustración 10: Estrategia de distribución



Fuente: Elaborado por los autores

2.7.2.2 Estrategia de precio

La determinación del precio de venta surge de agregarle un valor agregado y una utilidad por peluche a los costos variables de fabricación, en este caso a la materia prima directa con los gastos correspondientes a la distribución y nacionalización. Los criterios de selección del porcentaje equivalente al valor agregado y la utilidad del peluche son meras estimaciones del equipo emprendedor al momento de valorar la idea del negocio desde un punto de vista técnico y operacional. Sin embargo se tuvo en cuenta que la determinación de estos porcentajes debían mantener al producto en un rango de precio competitivo frente al mercado, y asequible al mercado potencial.

Tabla 25: Estrategia de precio

Precio de Venta	
Costo del peluche	\$ 24.707,00
Fletes e impuestos * Producto en promedio	\$ 2.615
Costo total del peluche	\$ 27.322,00
Valor agregado	60%
Valor bruto peluche	\$ 43.715,20
Utilidad por peluche	40%
Precio de venta unitario (Peluche)	\$ 62.000

Fuente: Elaborado por los autores

Siendo así, se determinó que la estrategia para MIKIYO'S será una estrategia de precios orientada a la competencia, la cual implica entrar al mercado manteniendo los precios que actualmente los competidores indirectos y/o sustitutos (Vendedores de peluches) tienen en el mercado.

La estrategia de precios competitivos se usa para poder hacer frente a la competencia que tiene mayor recordación de marca y está posicionada desde hace algún tiempo como Pelanas. No se puede usar una estrategia de descreme porque un precio alto y luego reducirlo paulatinamente causaría que la demanda proyectada no fuera real y el público objetivo percibiera el producto como caro comparado con peluches del mismo tamaño de otros productores y comercializadores.

La idea es que mediante las estrategias del marketing mix, el consumidor perciba a MIKIYO'S con peluches exclusivos y que son relativamente bajos ya que se mantendrían con el precio de los vendedores de peluches actuales pero que tendrán un valor agregado que los demás

competidores no tengan y es el de personalizar los peluches haciendo que estos sean únicos en cada consumidor.

Tabla 26: Precios de Competidores

COMPETIDOR	MIKIYO'S	PELANAS	TIMOTEO
SERVICIO	Personalización de peluches	Venta de peluches	Sentimiento y expresión
PRECIO	\$ 62.000	\$ 75.000	\$ 45.000

Fuente: Elaborado por los autores

2.7.2.3 Estrategia de ventas:

Las ventas dependen del reconocimiento de la marca y de la proliferación de la marca como tal, la mejor publicidad siempre se hace por medio de la recomendación del producto entre padres de familia y sobre todo de los niños. Sobre esta premisa se buscará la fidelización de los clientes y de los compradores para que los referidos aumenten con el pasar de los meses; para las ventas también se aumentará el posicionamiento en medios visuales masivos. A partir del 2016 se empezarán a dar obsequios a los padres.

La empatía y la atención del servicio para la creación del peluche personalizado es el pilar de la relación empresa – cliente, porque el trato debe ser delicado y comprensivo para los niños.

Para aumentar las ventas se deben hacer alianzas con los jardines y colegios de primaria para que se pueda dar a conocer la empresa como una opción de entretenimiento.

La forma de comercializar el peluche permitirá generar curiosidad en el cliente, puesto que en la actualidad la comercialización de este producto solo involucra al cliente en el proceso de compra, al pretender llegar con otro modelo se esperará que la participación de los consumidores sea masiva.

2.7.2.4 Estrategia de comunicación:

La primera opción de comunicación deberá ser con el cliente donde al finalizar el proceso de personalización y de compra se le preguntará las fortalezas y las debilidades del modelo de negocio para hacer una retroalimentación activa y acorde al momento.

En MIKIYO'S nuestro principal medio de comunicación será la voz a voz que va involucrado con la ubicación que permitirá llamar la atención en nuestros clientes, gracias a la decoración del local, se pretenderá impactar y de una forma indirecta transmitir el mensaje a nuestro cliente que por curiosidad entrarán en el establecimiento.

Claro está no se pueden dejar de lado los recursos tecnológicos de los cuales MIKIYO'S hará participación, como lo son:

- Las redes sociales. La presencia en las redes es gratuita, por lo cual no se he realizado una investigación con respecto a los precios en el mercado.
- presencia en vallas publicitarias, las cuales cuentan con una tarifa de 18.000 metro cuadrado. Dentro de la zona norte que comprende direcciones entre la calle 72 y calle 127 sobre la carrera 7 hasta la carrera 15.
- Página web

La estrategia de comunicación tendrá que ser a nivel interno y externo, deberá ser coherente tanto con los inversionistas como con los clientes, es decir que exprese una sola misión y un objetivo definido.

Como acciones complementarias la parte social online deberá ser revisada constantemente y estar integrada por redes sociales y blogs, además de información clara, precisa y completa en la página web para evitar ambigüedades.

Se puede acompañar de mailing a padres de la zona y con determinados valores y gustos. La pauta y todo ello se deben hacer a través de canales para aptos como revistas para niños, ferias, concursos que vinculen a los pequeños entre otras actividades.

El mejor canal de comunicación es la venta directa y tiene ventajas como:

- Ofrecer respuestas directas y rápidas sobre el procedimiento de los peluches
- Crean relaciones de mediano – largo plazo
- Ofrecen retroalimentación medible

La mejor estrategia según Stanton es la comunicación integrada en el Marketing que deriva de combinar la publicidad P.O.P y otros, con la venta personal, la promoción de ventas es decir descuentos en temporadas especiales, las relaciones públicas, el patrocinio, y el marketing directo.

Se debe adoptar el modelo AIDA (Atención, interés, deseo y acción): Es necesario captar la atención del público, fomentar su interés, crear y explotar su deseo por el peluche mediante la experiencia y la publicidad en el local, y por último que se decidan por la compra del producto.

Los canales de comunicación deben contar con su revisión pertinente para determinar el formato del mensaje, el público objetivo, el tipo de interacción.

2.7.2.5 Estrategia de promoción:

Para la promoción de la marca y de la empresa se deberá crear estrategias de atracción adecuadas tanto para los niños como para los adultos; por ello se deberá publicar en revistas especializadas del hogar, y que frecuenten los adultos. Además para las fechas especiales se deberán crear videos o imágenes publicitarias que sean atractivas y exhibiciones en colegios, lugares públicos.

2.7.2.6 Estrategias de producto

El producto de MIKIYO'S estará basado en mejorar la experiencia y despertar la expresión del cliente ya sea para un detalle o una compañía del peluche.

Además de solo Crear productos y prestar servicios, en MIKIYO'S se deseará generar una experiencia con valores únicos en los clientes. Así los clientes pagarán por algo más que solo un

peluche, la experiencia de personalizarlo convirtiéndolo en un peluche exclusivo y generar valores de recuerdos, ternura..., así los clientes no comprarán un producto ni un servicio, sino un detalle acompañado de sentimientos y expresiones reflejadas.

El producto se dividirá en una línea de productos, que unidos todos permitirán obtener una mezcla de productos.

Ilustración 11: Estrategia de Producto



Fuente: Elaboración Propia

Características del producto

MIKIYOS será un producto diferenciador al de la competencia, debido a que los clientes personalizarán su peluche, finalmente, cada cliente se llevará un peluche único que nadie tendrá y la experiencia de hacer partícipe al cliente el proceso de personalización y adaptación del peluche, no la tiene ninguna otra compañía en Colombia.

Por medio de la investigación de mercado, los resultados de las encuesta, permitieron destacar gustos y preferencias para el diseño de los peluches.

Servicio de apoyo al producto: Para ello se contará con herramientas tecnológicas como la base CITYPOINTS para dar apoyo y hacer seguimiento a nuestros clientes.

El personal, estará capacitado para dar apoyo principalmente a los niños de 5, 6, 7 y 8 años con el manejo de la máquina.

Se hará una capacitación a los colaboradores en temas de servicio al cliente.

La marca

Para otorgar protección legal a la compañía y principalmente para destacar las características únicas del producto, MIKIYO'S contará con una marca registrada.

Para el desarrollo de la marca la estrategia ira en base al posicionamiento, selección de patrocinio y desarrollo de marca

Posicionamiento

Se posicionará el producto asociando el nombre con un beneficio deseable como lo es el afecto que le generará a las personas y a su vez mostrando su principal atributo que es el de llevarse un peluche único por ser personalizado.

Nombre y Eslogan

MIKIYO'S Tu mejor amigo

Con el eslogan se sugiere el beneficio del afecto al que MIKIYO'S desea generar en la mente del consumidor

El significado del nombre MIKIYO'S, tiene como referencia dos parámetros el primero es la adecuación del lugar en la cual se encontrarán además del personal que allí laborará, micos de peluche y/o pintorescos personajes zoológicos que darán la bienvenida al cliente y estarán acompañando al cliente en cada estación, el segundo parámetro que se tomó en cuenta fue el primer apellido de la gestora inicial del proyecto (Chiquillo), de acuerdo a esta unión se establecieron diferentes combinaciones con el fin de encontrar la más adecuada, para que fuera llamativa, fácil de pronunciar y de recordar para el cliente, teniendo en cuenta que son los niños el mercado al cual esta direccionada la idea.

Es un nombre fácil de pronunciar y recordar y además se puede registrar para protegerlo legalmente puesto que no existe en el mercado

La idea es que además de invertir en publicidad para crear conciencia de marca, también enfocarse en la experiencia personal con la marca, por ello la capacitación con el servicio, los colores y calidez del almacén así como la calidad del producto.

Las compañías deben administrar cuidadosamente las marcas y deben posicionar la marca comunicándola a los consumidores. Muchas compañías gastan grandes cantidades de dinero en publicidad para crear conciencia de marca y obtener la preferencia y lealtad de los consumidores. Para que de este modo haya una buena recomendación verbal, la participación en redes sociales y pagina web.

Para poder desarrollar el nuevo producto será necesario el uso de estrategias de expansión del mercado porque el modelo de negocio apunta a niños con gusto por lo innovador y que tiene mayor interacción con la persona al diseñar y crear su propio peluche. Mikiyo's expandirá el mercado de peluches con nueva tecnología y procesos que se conoce como estrategias de diversificación concéntrica al introducir un nuevo producto que tiene similitudes de forma, y materiales con los productos de la competencia pero cuenta con un valor agregado por la tecnología usada.

2.7.3 Presupuesto mezcla de mercadeo:

Tabla 27: Presupuesto mezcla de mercadeo

PRESUPUESTO MEZCLA DE MERCADEO					
	2014	2015	2106	2017	2018
Producto	\$	\$ 2.000.000	\$ 2.500.000	\$ 3.000.000	\$ 3.500.000
Servicio	\$ 2.000.000	\$ 2.100.000	\$ 2.205.000	\$ 2.315.250	\$ 2.431.013
Promoción	\$ 34.000.000	\$ 35.700.000	\$ 37.485.000	\$ 39.359.250	\$ 41.327.213
Distribución	\$	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Fuente: Elaboración Propia

Promoción	Anual	Mensual
Vallas	\$ 3.240.000	\$ 270.000
Redes Sociales	\$ 800.000	\$ 66.667
Revistas	\$ 4.200.000	\$ 350.000
Citypoints	\$ 3.600.000	\$ 300.000
Mercadeo	\$ 12.000.000	\$ 1.000.000
Otros	\$ 6.160.000	\$ 513.333

2.8 PROYECCIÓN DE VENTAS

Las ventas proyectadas del primer año ascienden a \$285.212.000 millones de pesos, con una participación cercana al 4% del total del mercado de peluches de la zona; esto representa un total de 4600 unidades durante el año.

Tabla 28: Proyección de ventas

Proyección de ventas				
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
UNIDADES	210	270	300	460,2
PRECIO	\$ 62.000	\$ 62.000	\$ 62.000	\$ 62.000
TOTAL	\$ 13.020.000	\$ 16.740.000	\$ 18.600.000	\$ 28.532.400

MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
330	330	330	360
\$ 62.000	\$ 62.000	\$ 62.000	\$ 62.000
\$ 20.460.000	\$ 20.460.000	\$ 20.460.000	\$ 22.320.000

SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
600	360	300	750	4600
\$ 62.000	\$ 62.000	\$ 62.000	\$ 62.000	
\$ 37.200.000	\$ 22.320.000	\$ 18.600.000	\$ 46.500.000	\$ 285.212.400

	2015	2016	2017	2018
UNIDADES	4.830	5.072	5.326	5.593
PRECIO	64.000	67.000	70.000	73.000
TOTAL	\$ 309.120.000	\$ 339.824.000	\$ 372.820.000	\$ 408.289.000

Fuente: Elaboración Propia

El número de unidades mensuales depende y variará por la época, así en abril que es el mes de los niños se estimó un 33% más de unidades que en marzo, así mismo en septiembre y en diciembre las cantidades tienen crecimientos superiores al 80% porque la demanda y las encuestas demostraron una fuerte tendencia de compra por estas épocas. El precio es competitivo frente a los demás comerciantes de peluches, y se estimó en \$62000 pesos para el primero año. El aumento de las cantidades para los años posteriores se basa en el crecimiento de la industria que se encuentra entre el 7,9% y 11%.

CAPITULO III ESTUDIO TÉCNICO

3.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

La ficha técnica del producto contiene las especificaciones y características de los peluches que se venderán en MIKIYO'S; esta ficha es importante para asesorar y garantizar la satisfacción de los clientes con el producto terminado.

Tabla 29: Ficha técnica

Nombre del producto	peluche personalizado						
Marca	MIKIYO'S						
Diseños	Personajes zoológicos						
Tamaño	Alto			Ancho	Grueso		
	56 cm			32 cm	18cm		
Apto para	Niños mayores de 5 años						
materiales	Piel del peluche	tuotu	Calzado	Relleno del peluche	Ropa del peluche	Accesorios del peluche	certificados
	Peluche	plástico	Lona	Fibra siliconada	Cretona,	Propinelo	Papel bond 75
Unidad de empaque	Bolsa						
Código	Piel del peluche	tuotu	Calzado	Relleno del peluche	Ropa del peluche	Accesorios del peluche	certificados
	10	20	30	40	50	60	70
Tipo	Didáctico						
Revisión	Trimestral						

Fuente: Elaborado por los autores

En conclusión, el motivo de los peluches serán animales, con un tamaño estándar de 56 cm de alto x 32 cm de ancho; contendrá materiales óptimos de calidad puesto que son telas antialérgicas y con contextura suave.

3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto permite determinar las inversiones, los costos, el dinamismo y la rentabilidad que se espera tener de este, por esta razón cada uno de los causales debe ser clara y específica para tener un buen alcance a la hora de desarrollar el proyecto.

3.2.1. Factores determinantes del tamaño

Disponibilidad de los recursos financieros

Uno de los principales componentes que permitirá el desarrollo de este proyecto estará enfatizado en lo financiero ya que de este se logrará determinar el nivel de la inversión; el cual está distribuido de la siguiente forma, 30% corresponde a capital propio y 70% porcentaje correspondiente a la solicitud de crédito de libre inversión, otorgado en el banco Colpatria.

Disponibilidad de la mano de obra

El éxito de los negocios radica en la prestación de un buen servicio el cual es dado por el personal, este tiene que cumplir con los requisitos establecidos para el desarrollo de las funciones y la buena atención de los futuros clientes.

En el anexo 1 se describirán los perfiles y las funciones requeridas para el desarrollo laboral en MIKIYO´S. (legal)

Disponibilidad de la tecnología



La tecnología que se utilizará en MIKIYO´S estará evidenciada en las máquinas para rellenar peluches uno de los elementos esenciales para poder desarrollar el modelo el negocio.

Ficha técnica de las maquinas

El modelo de negocio por el cual se desenvuelve MIKIYO´S, requerirá de maquinaria para poder rellenar los peluches, con el fin de no generar cuellos de botellas en la producción

A continuación observaremos una descripción de las maquinas a utilizar en MIKIYO'S.

Ilustración 12: Maquinaria requerida

HAND CRANK STUFFER, ELECTRIC					MECHANICAL HAND CRANK STUFFER Red				
									
Funcionalidad	Eléctrica				funcionalidad	Manual			
Modo de empleo	Manual				Modo de empleo	Manual			
Tamaño y peso	peso	ancho	Largo	Altura	Tamaño y peso	peso	ancho	largo	Altura
	227lb	22	35	50		99Lb	17	32	24
cantidad de piezas de relleno	15 piezas x cantidad de fibra, 1 pieza de 25cm x 19cm por minuto				cantidad de piezas de relleno	5 piezas por cantidad de fibra, 1 pieza de 25cm x 19cm por minuto			

Fuente: Elaboración Propia

Para lograr atender una demanda creciente se contempló dentro del presupuesto de inversión la compra de dos máquinas que permitieran atender más del número de visitantes establecidos por el estudio de mercado, en donde a cada máquina se le estableció un tiempo de duración en su proceso de 2 minutos, es decir que anualmente cada máquina estaría en la capacidad de rellenar 86.400 peluches. Es decir que con estas dos máquinas MIKIYO'S podría atender 8640 personas al año para que así pueda cumplir con sus obligaciones.

3.2.2 Infraestructura

Para la ejecución de MIKIYO'S como punto estratégico, se iniciará con un local ubicado en una zona de área residencial, cerca de centros comerciales y colegios y con el fin de ofrecer un servicio

cómodo y atractivo, dicho establecimiento tendrá un tamaño de 125m cuadrados en el que su espacio estará distribuido para la ubicación de:

1. Un stand para la piel de los peluches
2. Un stand para la ropa de los peluches
3. Un stand para los accesorios de los peluches
4. Dos máquinas para rellenar los peluches
5. Un stand para los tuotus grabables de voz
6. 2 mesas de 8 puestos con sus respectivas sillas
7. un espacio para la caja registradora

Además de los espacios anteriormente mencionados, se contará con unos equipos de oficina y servicios públicos para complementar el correcto funcionamiento del negocio de MIKIYO'S, los cuales son:

Tabla 30: Equipo y computo

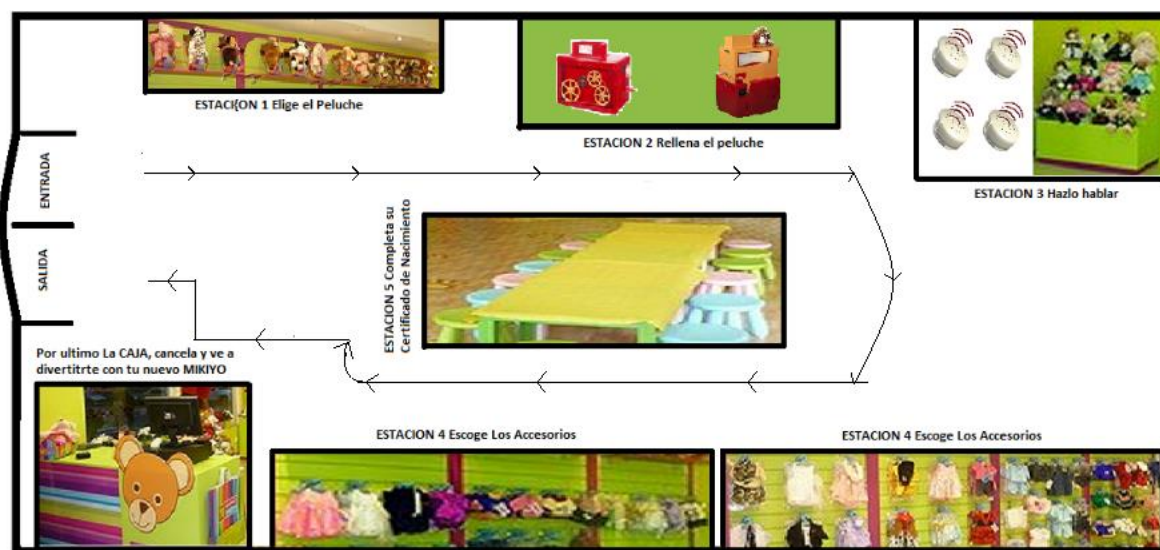
EQUIPO	REFERENCIA	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
televisor	TV 39" LED SAMSUNG 39EH5003 FHD	\$ 1.049.000	1	\$ 1.049.000
computador	Computador de Escritorio PCsmart Celeron Windows 8 PDK-CS1901W	\$ 999.000	1	\$ 999.000
caja registradora		\$ 800.000	1	\$ 800.000
Parlantes	Parlantes BOSE Acoustimass 5 Series III Black	\$ 849.000	1	\$ 849.000
microcomponente	Microcomponente LG CM2520	\$ 349.000	1	\$ 349.000
TOTAL				\$ 4.046.000

Fuente: Elaborado por los autores

Los servicios necesarios para el funcionamiento de la empresa son:

1. Electricidad
2. Agua potable
3. Teléfono

Ilustración 13: Plano de MIKIYO'S



Fuente: Elaboración Propia

3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.3.1 Macro Localización

Para el plan de negocios MIKIYO'S, se escogió a Bogotá como la ciudad más atractiva para estar ubicado, pues Bogotá posee una población activa de casi 4 millones de habitantes⁷ además, de acuerdo a al Ranking de ciudades más atractivas de América Latina INAI 2013 Bogotá se mantiene en el puesto número 5 superando a ciudades como Rio de Janeiro y ciudad de panamá.⁸

La ubicación de MIKIYO'S en Bogotá representará un nuevo concepto de entretenimiento, que involucrará al cliente en el proceso de fabricación, contemplará un espacio lleno de creatividad y diversión para los capitalinos y visitantes.

⁷DANE

⁸<http://www.bogota.gov.co/article/oportunidades/hacernegocios/Bogota%2C%20la%20quinta%20ciudad%20m%C3%A1s%20atractiva%20para%20invertir%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina>

Así mismo, es la casa matriz de grandes empresas del país (cerca de 300 mil empresas) concentrando el 50% de todas las transacciones financieras del país.

Tabla 31: Ciudades Colombianas para mayor atracción

**Top 5 Ciudades colombianas 2013
para atracción de inversión**

Ranking 2013	Ciudad latinoamericana	Puntaje
1	Bogotá	79,15
2	Medellín	64,36
3	Cali	60,07
4	Barranquilla	54,1
5	Bucaramanga	54,03

Fuente: Fortalezas de Bogotá según Ranking de Ciudades más atractivas en América Latina
(INAI 2013)

Tabla 32: Mapa de Bogotá

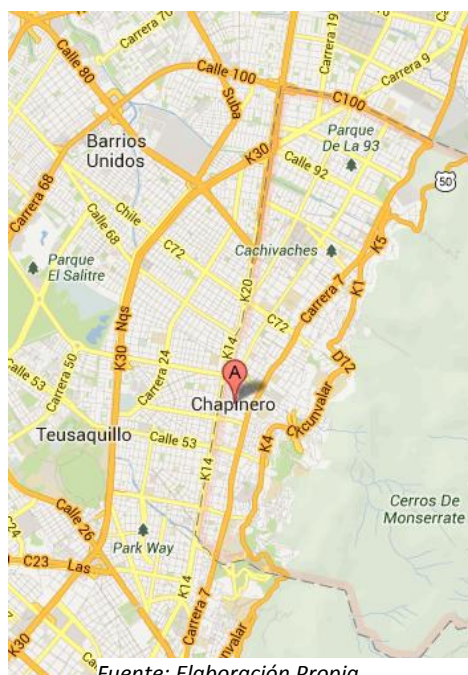


Fuente: <http://actualidad.vivareal.com.co/tag/localidades-bogota>

3.3.2 Micro localización

MIKIYO´S estará ubicado en Bogotá en la localidad de Chapinero, la cual contiene 5 unidades de planeamiento zonal. Por lo que se estableció como punto de micro localización Chico Lago.

Ilustración 14: Mapa Chapinero



Fuente: Elaboración Propia

Se determinó esta localización bajo los siguientes atractivos que se muestran según los estudios realizados para la localidad.

Localidad de Chapinero

La localidad de chapinero se ubica en el centro oriente de Bogotá, con un área del 5% sobre el total de la ciudad. Cuenta con una extensión de 3899 del área urbana y 2595 hectáreas del área rural. Limita con la localidad de Usaquén hacia el norte y hacia el sur limita con la localidad de Santafé, al oriente con la calera y al occidente con Teusaquillo.

Por su ubicación es considerada como una localidad de conexión, la clase social que predomina en chapinero, es la clase social alta con un 35% de la población que la habita, el 31,7% corresponden a la clase media y solo un 3% corresponde a estrato bajo.

De los habitantes que corresponde a la clase alta (46760 personas) casi el 70% está ubicado en la zona de El Refugio, el 31% en Chico Lago.

La localidad de Chapinero representa un gran potencial para el mercado de MIKIYO'S en donde se evidencia un gran número de personas pertenecientes a la clase media alta, por otra parte está la concentración que tiene esta localidad en cuanto a centros comerciales, zonas de dispersión, colegios, oficinas, zonas residenciales y universidades, convierten a esta localidad en un punto estratégico en donde no solo las personas que allí viven se convierten en consumidores potenciales sino que los visitantes también generarían expectativa de compra.

Localidad de Usaquén

Esta localidad ocupa el 8% del territorio total

El sector de Usaquén tiene el 32,3% de los predios en estrato 4, el 24,8% al estrato 6. Las condiciones de vida están dentro de las 3 más altas de la ciudad con 94,7% por encima de la media bogotana que son 90,3%.

En Usaquén la población joven suma 169.692 personas que tienen menos de 25 años.

La tasa de ocupación de la localidad es de 6,3% y se encuentra dentro de las 8 localidades con mejora tasa de empleo. El 53% de las empresas se centran en las UPZ Santa bárbara y Cedros.

A nivel económico la localidad Usaquén tiene como principal fin la integración de servicios tanto nacionales como extranjeros. Esta localidad destina gran parte de su suelo para los servicios productivos y públicos.

Cuenta con el tercer mayor número de empresas de la ciudad con 25046 es decir el 9,8% del total de Bogotá.

3.4 CADENA DE VALOR

La cadena de valor es una descomposición de la organización en cuanto a sus actividades estratégicas en pro de un comportamiento de costos, con un enfoque dirigido a generar una ventaja competitiva para la empresa.

Hasta el momento, Porter ha identificado nueve actividades (primarias y de apoyo) que generan costo en la organización. Las actividades primarias tienen que ver directamente con la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador, así como la asistencia posterior al servicio. A continuación presentaremos la cadena de valor para MIKIYO'S

Ilustración 15: Cadena de valor

Actividades dependientes			
Operaciones	Logística externa	Marketing y ventas	Servicio
Procesos de apoyo			
Abastecimiento	Desarrollo de la tecnología	Administración del personal	Infraestructura de la MIKIYO'S

Fuente: Elaboración Propia

3.4.1 Actividades dependientes

Operaciones: Procesos de elaboración de los peluches, mediante 5 estaciones el consumidor será participe en el proceso de fabricación y/o diseño de su propio peluche.

Logística externa: Son los contactos que determinan el alcance de la materia prima es decir el contacto que se realice con los proveedores, para este caso el mayor proveedor de los insumos está ubicado en China.

Marketing y ventas: Determina la fuerza de ventas y el canal por el cual tiene que ser comercializado el producto, al igual la concentración de estrategias de comunicación que permitan captar la atención del público.

Servicio: Enfatiza en la calidad del personal y la capacitación adecuada que permita generar estrategias de diferenciación, mediante el personal especializado para el manejo de los niños.

3.4.2 procesos de apoyo

Abastecimiento: esta direccionado hacia tener el inventario suficiente, el cual será revisado periódicamente para que permita ofrecer un servicio adecuado a los clientes.

Desarrollo de la tecnología: Se desarrollará una constante investigación en el desarrollo de nuevas tecnologías que permitan cambiar el concepto de negocio, haciendo de este modelo un producto innovador constante.

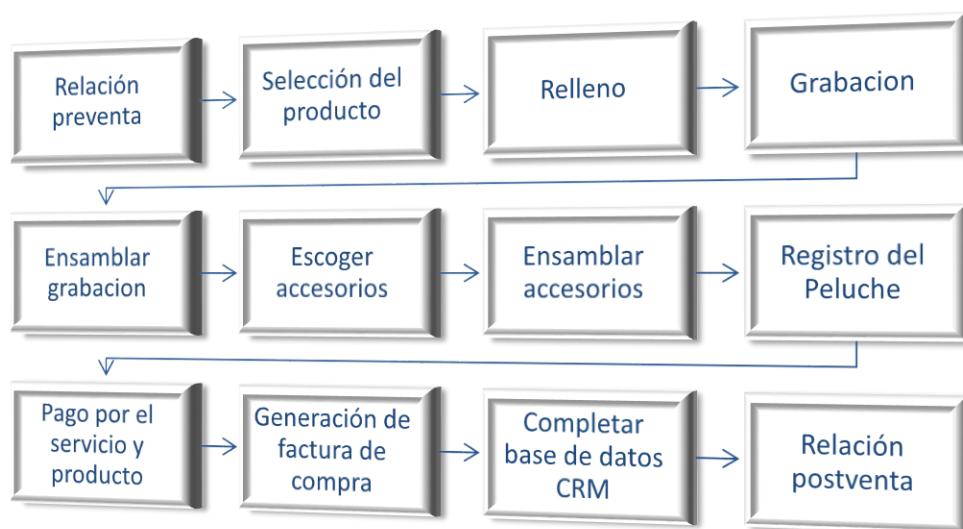
Administración del personal: Por medio de un control riguroso se establecerán los lineamientos que permitan el desarrollo de las políticas organizacionales y las estrategias que permitan el crecimiento dentro de la industria.

Infraestructura de MIKIYO'S: Es el principal canal de comunicación que permite captar la atención del público, además de la adecuación esta tendrá que poseer la capacidad de albergar para el desarrollo dado en cada una de las estaciones para el proceso de fabricación del peluche.

De acuerdo a cada uno de los procesos tanto primarios como secundarios que tiene la cadena de valor de MIKIYO'S ilustrados se puede determinar que las mayores fuentes para generar estrategias están dadas por el buen servicio, la constante innovación de los procesos y la captación del cliente mediante un diseño impactante de la decoración dentro y fuera del establecimiento.

3.5 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Ilustración 16: Proceso de fabricación



Fuente: Elaboración Propia

El proceso inicia en el momento en que el cliente establece un contacto con la empresa y termina con la prestación del servicio. Es muy importante lograr la prestación de un servicio eficaz con el fin de fidelizar al cliente.

Tabla 33: Descripción proceso

PROCESO	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLES
Relación preventa	El vendedor brinda información al cliente sobre el servicio a prestar junto con su precio	Vendedor
Selección del producto	El cliente escoge la piel del peluche entre 5 motivos diferentes que el almacén ofrece	Cliente
Relleno	Una vez escogida la piel del peluche, mediante una máquina que expulsa algodón siliconado y con la asesoría de un vendedor, el cliente rellena su peluche.	Cliente - Vendedor
Grabación	Por medio de una grabadora de voz, el cliente graba el sonido de su peluche a su gusto con una duración máxima de 20 segundos	Cliente
Ensamblar grabación	El cliente le coloca la grabación a su peluche	Cliente
Escoger accesorios	El cliente elige los accesorios (vestidos, zapatos, gafas, maletas) de acuerdo a gustos o preferencias, temporadas o fechas especiales dentro de una gama diversa de accesorios que ofrece el almacén.	Cliente
Ensamblar accesorios	El cliente ensambla el peluche con los accesorios que escogió	Cliente
Registro del Peluche	El cliente le da un nombre al peluche. Luego de los pasos anteriores, se puede definir si es un MIKIYO o una MIKIYA, que profesión ejercerá, el nombre de dueño, fecha y lugar de nacimiento; todo lo anterior se diligencia en un certificado que se lleva el cliente.	Cliente
Pago por el servicio y producto	Se recibe el dinero en caja por el producto final y servicio que se ha prestado	Administrador
Generación de factura de compra	Se entrega la factura de pago al cliente	Administrador
Completar base de datos (CITYPOINTS)	Cada cliente recibe una tarjeta de puntos y con esta tarjeta mediante una Tablet completa sus datos los cuales quedan guardados en una base estilo CRM	Cliente
Relación postventa	Se hace seguimiento al cliente realizando una llamada un mes después de su compra para verificar la satisfacción con el producto comprado e informar sobre nuevos peluches y ofertas en el almacén	Vendedor

Fuente: Elaborado por los autores

3.6 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

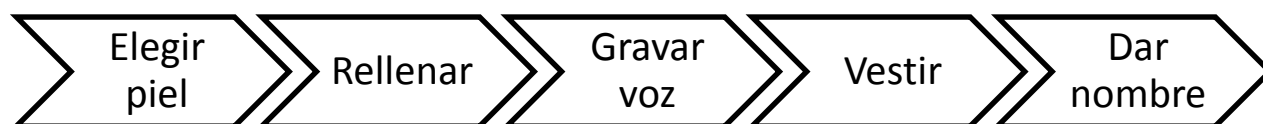
Los suministros para la operación diaria de MIKIYO'S se sustentan en la cantidad diaria de peluches que tiene que vender para poder cubrir el costo de sus operaciones, en donde 14 peluches representan el cubrimiento de los gastos administrativos de MIKIYO'S.

3.6.1 Características de la tecnología

3.6.1.1 Materia Prima

Para la prestación el servicio de entretenimiento en MIKIYO'S se utilizará una serie de suministros de productos terminados. Los siguientes datos de la tabla # 34 se hacen bajo unos supuestos en donde 14 niños que entren al establecimiento, pasan por todo el proceso de diseño, es decir cumplen a cabalidad el paso por las cinco estaciones dispuestas para el proceso de elaboración de sus peluches, el cual inicia en:

Ilustración 17: Pasos de creación del peluche



Fuente: Elaborado por los autores

Tabla 34: Materia PRIMA

Costo de M.P. Peluches				
INSUMO	Costo Unitario	Cantidad	Unidad	Costo Total
Piel de peluche	\$ 4.400,00	14	Unidades	\$ 61.600,00
Ropa para el peluche	\$ 4.367,00	14	Unidades	\$ 61.138,00
Fibra siliconada	\$ 3.800,00	120	Kg	\$ 456.000,00
Calzado para el peluche	\$ 2.830,00	14	Unidades	\$ 39.620,00
Ropa interior	\$ 370,00	14	Unidades	\$ 5.180,00
Medias	\$ 370,00	14	Unidades	\$ 5.180,00
Gafas	\$ 780,00	14	Unidades	\$ 10.920,00
Maletas	\$ 1.840,00	14	Unidades	\$ 25.760,00
Gorras	\$ 1.840,00	14	Unidades	\$ 25.760,00
Certificados	\$ 100,00	14	Unidades	\$ 1.400,00
Empaque	\$ 420,00	14	Unidades	\$ 5.880,00
Tuotu (grabadora de voz para el peluche)	\$ 3.590,00	14	Unidades	\$ 50.260,00
Costo Unitario:	\$ 24.707,00		Costo Total	\$ 748.698,00

Fuente: Elaborado por los autores

En este punto, es importante mencionar, que MIKIYO'S no es la fabricante directa de las materias primas, sino que contará con segundos agentes los cuales proveerán las materias primas de los productos terminados como lo son la ropa, las pieles de los peluches, la fibra siliconada, los accesorios y las grabadoras de voz.

3.6.1.2 Maquinaria

Cualidades de la neumática⁹

El aire es abundante y barato

Se transforma y almacena fácilmente

⁹ Guillen, S. A. (1993). *Introducción a la neumática*, [en línea]. Barcelona: Productiva. Disponible en: http://books.google.com.co/books?id=x_ANfBeC6z8C&pg=PA8&lpg=PA8&dq=definicion++neumatica&source=bl&ots=9N_O1KWKcd&sig=v6E73o13WqkupyTEhh548MB4hsM&hl=es&sa=X&ei=uD4sUaGZMJH9QTy94Bg&ved=0CHUQ6AEwCQ#v=onepage&q=definicion%20%20neumatica&f=false [2013, 26 de febrero].

Es limpio, no contamina y carece de problemas de combustión con temperatura

Rellenar peluches es una tarea que usualmente se realiza a mano, sin embargo gracias a la tecnología y los avances de la ciencia, hoy en día existen máquinas de relleno de fibras que permitirán reducir tiempos y una mejora en el producto final.

Para la operación de la empresa, se utilizarán dos máquinas rellenas de peluches con fibra siliconada que funcionan con tecnología Neumática¹⁰, fabricadas por la empresa ANIMALAND ubicada en las Vegas ESTADOS UNIDOS.

A continuación las especificaciones de cada máquina:

Las maquinas funcionan con tecnología electro neumática y han sido probadas por el reglamento OSHA 1910 el cual asegura que el nivel de ruido de las maquinas es seguro tanto para el cliente como para el dueño, administrador y empleado quienes pueden estar en contacto con las maquinas durante 8 o más horas al día en constante funcionamiento.

Constan de un motor que permite el desplazamiento de x cantidad de fibra por hora de trabajo. En la parte de arriba contienen un sistema de alimentación mediante el cual se introduce la fibra siliconada y a un lado tiene un turbo ventilador el cual se encarga de expulsar el material. Mediante un pedal se regula la cantidad de la fibra que se expulsa mediante el turbo ventilador para rellenar el peluche. El cliente puede girar, manejar y sostener la piel del animal.

Son máquinas pequeñas por su tamaño y peso, lo cual facilitan el traslado de un lugar a otro y debido a su diseño desprendible en 2 partes, permiten adaptarse a espacios reducidos lo que las hace exclusivas para operarse en tiendas, centros comerciales, ferias y eventos. No se recomiendan para el uso industrial.

Ambas tienen una garantía de 6 meses.

¹⁰ Neumática: Energía neumática que emplea el aire comprimido como fuente de potencia (http://books.google.com.co/books?id=x_ANfBeC6z8C&pg=PA8&lpg=PA8&dq=definicion++neumatica&source=bl&ots=9N_Q1KWKcd&sig=v6E73o13WqkupyTEhh548MB4hsM&hl=es&sa=X&ei=uD4sUaGZMJHI9QTy94Bg&ved=0CHUQ6AEwCQ#v=onepage&q=definicion%20%20neumatica&f=false) PAGINA 8

3.6.1.2.1 MAQUINA (MECHANICAL HAND CRANK STUFFER Red)

Ilustración 18: Maquina rellenadora



Fuente: Tomado de <http://www.teddybearstuffers.com/stuffers-non-electric-self-serve.shtml>

Maquina re llenadora: La máquina sostiene pelusa durante unos 5 animales, es decir se realiza una recarga constante y así nunca se queda sin relleno.

Sus medidas son 17 "de ancho x 32" de largo y 24 de alto " con un peso de 99lb

Requiere de personas de 5 años de edad y mayores para operarla, los niños de 10 años y mayores no necesitan acompañamiento del personal.

El cliente puede girar, manejar y sostener la piel del animal. La máquina sostiene pelusa durante unos 5 animales, es decir se realiza una recarga constante y así nunca se queda sin relleno

El precio de la máquina de segunda es US\$1,295 y Nueva US \$1,995

3.6.2.1.2 ELECTRICAL HAND CRANK STUFFER Red & Yellow

Ilustración 19: Maquina rellenadora 2



Fuente: <http://www.teddybearstuffers.com/stuffers-non-electric-self-serve.shtml>

Maquina re llenadora: capacidad de carga de almacenamiento 3kg, Sostiene pelusa durante aproximadamente 15 animales, es decir se realiza una recarga constante y así nunca se queda sin relleno.

Sus medidas son 22" de ancho x 35" de largo y 50" de alto en la base con un peso de 227lb. Se desprende en 3 piezas.

Requiere de electricidad- 110/120 20 Ampos e incluye un compresor de aire adecuado para su funcionamiento normal.

Su precio de segunda es de US\$2,495

3.6.2.1.3 EMPAQUE

El empaque para los peluches serán bolsas Plásticas en polietileno ya que es un material resistente para imprimir y tiene una excelente resistencia al rasgado, con un tamaño de 30 cm x 25 cm y con tres tintas en su diseño de imagen. Su fabricación es a través del troquelado.

INSUMO	Costo Unitario	Cantidad	Unidad	Costo Total
Empaque	\$ 420,00	14	Unidades	\$ 5.880,00

3.6.1.3 Mano de Obra Requerida

Para la correcta prestación del servicio de entretenimiento que MIKIYO'S ofrece, en un corto y mediano plazo, la empresa en un comienzo iniciara con:

1. Un administrador - cajero
2. Dos vendedores
3. Un auxiliar contable

Sin embargo es importante aclarar, que la propuesta de valor del negocio es que el cliente directamente cree su peluche, por esto no habrá mano de obra en el modelo planteado. Según las políticas de inventarios habrá peluches ya armados que estarán a la venta y servirán como muestra para los clientes, pero estos peluches representan una proporción mínima del negocio, por lo tanto la “fabricación” de estos no ocupara tiempo significativo para los vendedores o el administrador del local, simplemente será una obligación más.

3.6.1.4 Requerimientos de insumos y servicios

Para el requerimiento de insumos, se tuvo en cuenta el gasto en papelería y los servicios públicos para un mes de funcionamiento.

Los gastos de papelería comprenden las facturas de venta, papel para los certificados de registro para cada peluche, rollos para la máquina registradora y bolígrafos para el funcionamiento del local.

Tabla 35: Gastos papelería

PAPELERIA			
Producto	Cantidad	Total	
Facturas	1000	\$ 180.000	
	5000	\$ 900.000	año
		\$ 75.000	mes
Caja con resmas de papel	1	\$ 65.000	año
		\$ 5.417	mes
Paquete de 10 rollos	1	\$ 7.400	
	4	\$ 29.600	año
		\$ 2.467	mes
Caja de 36 esferos	1	\$ 15.000	año
		\$ 1.250	mes
		MES	AÑO
TOTAL		\$ 84.133	\$ 1.009.600

Fuente: Elaboración Propia

Es importante aclarar, que como en la empresa se utilizará una maquina rellenadora de peluches la cual funciona con electricidad, se le determinó el gasto a la máquina.

Tabla 36: consumo Maquinaria

ENERGIA MAQUINAS	
VOLTIO	108,8
CONSUMO MAQUINA	110
MES	30
AÑO	12
HORAS	8
VALOR VOLTIOS MAQUINA	\$ 870,40
VALOR TOTAL DEL CONSUMO DE LA MAQUINA	\$ 6.963,20
CONSUMO MENSUAL	\$ 208.896,00
CONSUMO ANUAL	\$ 2.506.752,00

Fuente: Elaborado por los autores

SERVICIOS PUBLICOS	Mes
Agua	\$ 70.000
Combo internet, teléfono y Tv	\$ 80.000
Luz	\$ 348.000
Total	\$ 498.000

En conclusión se puede observar que a pesar de que el servicio que más consumo gastará la empresa, será el de la luz, el consumo de la maquinaria que requiere la empresa es moderado.

3.7. PLAN DE PRODUCCION

3.7.1. Procesamiento de órdenes y control de inventarios

Los precios que a continuación se muestran en la tabla # fueron obtenidos mediante una cotización formal a proveedores chinos solicitando las cantidades que se muestran en el cuadro. Los precios obtenidos fueron la base para determinar el costo en insumos y materia prima por peluche. Aproximadamente el costo impositivo para importar los insumos es de 2.615 pesos por producto.

Tabla 37: Procesamiento de órdenes

Costo de M.P. Peluches				
INSUMO	Costo Unitario	Cantidad	Unidad	Costo Total
Piel de peluche	\$ 4.400,00	14	Unidades	\$ 61.600,00
Ropa para el peluche	\$ 4.367,00	14	Unidades	\$ 61.138,00
Fibra siliconada	\$ 3.800,00	120	Kg	\$ 456.000,00
Calzado para el peluche	\$ 2.830,00	14	Unidades	\$ 39.620,00
Ropa interior	\$ 370,00	14	Unidades	\$ 5.180,00
Medias	\$ 370,00	14	Unidades	\$ 5.180,00
Gafas	\$ 780,00	14	Unidades	\$ 10.920,00
Maletas	\$ 1.840,00	14	Unidades	\$ 25.760,00
Gorras	\$ 1.840,00	14	Unidades	\$ 25.760,00
Certificados	\$ 100,00	14	Unidades	\$ 1.400,00
Empaque	\$ 420,00	14	Unidades	\$ 5.880,00
Tuotu (grabadora de voz para el peluche)	\$ 3.590,00	14	Unidades	\$ 50.260,00
Costo Unitario:	\$ 24.707,00		Costo Total	\$ 748.698,00

Fuente: Elaborado por los autores

El costo unitario posiblemente se reduzca dependiendo de la magnitud de los pedidos, entre mayor sea la cantidad importada posiblemente el rubro en el costo se reduzca. Para el motivo académico de esta tesis no es posible determinar con exactitud el monto de las unidades a importar en cada proceso de compra de materia prima. Sin embargo, las cantidades solicitadas en el cuadro anterior son un acercamiento a la realidad de lo que se podría solicitar por pedido.

Costo de Materia Prima	24.707
Fletes	2.615
Costo Unitario por Peluche	27.322

3.7.2 Control de inventarios:

Hay 4.600 unidades que se venderán a lo largo del primer año, estas unidades estarán representadas directamente en materia prima por el modelo del negocio propuesto por MIKIYO'S. Se deberá contar con inventario ya terminado, es decir pieles de peluches ya armados listos para la venta que además harán parte de la vitrina y serán muestras para los clientes que deseen fabricarlos, este inventario de producto terminado al final de año deberá mantenerse en 128 unidades, correspondientes a las ventas aproximadas de 10 días si el negocio vendiera simples peluches ya armados.

Para que el modelo empresarial sea rentable para el inversionista se tendrán que vender anualmente 4.600 unidades, pero por políticas de control de inventarios se fabricarán 128 peluches que estarán disponibles para la venta inmediata al finalizar el año. Así que se deberá tener materia prima suficiente para producir 4.728 peluches.

Tabla 38: Control de inventarios

Unidades a Vender	4600
Inventario Final Producto Terminado (10 días)	128
Unidades a producir	4728

Fuente: Elaborado por los autores

Pese a que todas las unidades a vender están representadas en materia prima directa, no se contempla un inventario de materia prima de reserva en caso de un retraso en la orden de compra de los insumos. Por esto, para darle una mayor estabilidad a la empresa se contará con un inventario final de materia prima equivalente a un mes de producción, en este caso se tendrá en la bodega al finalizar el año con materia prima suficiente para fabricar 394 unidades.

Tabla 39: Unidades a producir

Unidade a Producir	4728
Inventario Final Materia Prima (Un Mes)	394
Compra de Materia Prima	5122

Fuente: Elaborado por los autores

En conclusión con una rotación de inventario de producto terminado equivalente a 10 días, y una rotación de materia prima equivalente a 30 días, se deberá comprar materia prima suficiente para fabricar 5.122 unidades.

3.7.3 Capacidad de producción

MIKIYO'S contará con una capacidad instalada, en donde estarán presentes los recursos suficientes como la materia prima, las máquinas y el personal necesario para la prestación del servicio dentro de la tienda, en donde se presupuesta como capacidad de recibir 8640 personas.

A continuación se da a conocer la capacidad de producción en tiempo para MIKIYO'S.

Tabla 40: Capacidad instalada

Tiempo estimado para la fabricación de un peluche en MIKIYO'S	
Proceso	Tiempo en minutos MIKIYO'S
selección del peluche	7
relleno del peluche	2
gravacion del mensaje	4
elccion de accesorios	7
registro del nombre del peluche	5
total en minutos	25

Fuente: Elaboración Propia

Según el anterior cuadro cada persona tarda 25 minutos en la elaboración de un peluche, teniendo en cuenta que el tiempo se estableció de acuerdo al poder de decisión que tienen los niños.

En la siguiente tabla se encuentra la capacidad de acuerdo al proceso de personalización de cada peluche, el cual contempla una participación en las 5 estaciones previamente diseñadas para entregar un producto totalmente terminado al consumidor final.

Tabla 41: Capacidad de Producción

Capacidad de producción de MIKIYO'S	
Horas laborales	8
Minutos por hora	60
Total de minutos a laborar	480
produccion de peluches a dia	19
produccion de peluches al mes	576
produccion de peluches al año	6,912

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la tabla anterior se puede determinar que la capacidad de producción dentro de la tienda MIKIYO'S será de 19 peluches al día, 576 peluches al mes y 6,912 peluches al año, esto quiere decir que se cuenta con una capacidad instalada suficiente para atender con las obligaciones presupuestadas dentro del plan financiero tabla 59.

3.8. PLANES DE CONTROL DE CALIDAD

El plan de control de calidad se orientará a cada una de las etapas del proceso que comprende la prestación del servicio y para ello se basará en 3 puntos estratégicos:

1. El personal:

Los empleados deberán asistir a una capacitación dirigida por los accionistas, sobre el funcionamiento del servicio y la reglamentación del almacén, la cual será seguida por medio de un

acta y firma de asistencia. En dicha capacitación, se profundizará en temas como la relación con el cliente y la simbolización que representa el servicio en los clientes.

El primer viernes de cada mes, se realizará en las mañanas una junta con todo el personal, para hacer un seguimiento de tareas y tratar temas importantes así como el ambiente corporativo que se vive en la empresa, es decir revisar cómo se sienten los colaboradores, si están a gusto con la empresa, sus deberes y demás, la relación entre ellos mismos y aspectos por mejorar, lo anterior quedará documentado en un acta que será firmada por los asistentes para hacer seguimiento a las tareas, metas y aspectos por mejorar en las próximas juntas.

2. Los medios productivos a utilizar (la maquinaria y la materia prima)

Al momento de conseguir los proveedores, se buscó empresas con productos de alta calidad con las siguientes especificaciones:

La fibra siliconada es 100% poliéster de primera calidad, lavable y sin olor antialérgica

El material de la piel de peluche es alpaca

La maquinas han sido probadas por el reglamento OSHA 1910 el cual asegura que el nivel de ruido de las maquinas es seguro tanto para el cliente como para el dueño, administrador y empleado quienes pueden estar en contacto con las maquinas durante 8 o más horas al día en constante funcionamiento.

Mensualmente se hará un mantenimiento a las máquinas, con el fin de que su rendimiento sea óptimo y suministren un correcto funcionamiento.

3. El cliente

Al finalizar el proceso, luego de la etapa de cancelar el producto, se le pedirá al cliente (en el caso de los niños a la persona adulta responsable de cada niño) diligenciar una encuesta

no obligatoria con el fin de conocer su opinión sobre el servicio y su grado de satisfacción, la cual al final tendrá un espacio de recomendaciones y sugerencias.

Se hará seguimiento al cliente realizando una llamada dos meses después de su compra para verificar la satisfacción con el producto comprado e informar sobre nuevos peluches y ofertas en el almacén.

El seguimiento a cada cliente se llevará a cabo mediante la base de datos de MIKIYO'S

3.9 PROCESOS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Con el propósito de presentar productos innovadores para cada trimestre, se realizará una investigación de los elementos diferenciadores respecto a la fabricación de peluches, como nuevas tendencias, nuevas técnicas de creación y personalización en los diseños, en donde el cliente logre identificarse directamente con el producto.

Otra parte del proceso investigativo son las visitas constantes de ruedas de negocios en donde adaptar y adquirir una nueva tecnología es más asequible y fácil de desarrollar.

Por vía e-mail recibir información de la Asociación de Investigación de la Industria del Juguete (AIJU), quien proporciona información pertinente a sus usuarios registrados.

3.10. PLAN DE COMPRAS

En el país no se encuentra un comercializador directo de los insumos de MIKIYO'S, por lo que se debe incurrir en la importación de estos desde china. El hecho de no tener la materia prima disponible inmediatamente, hace que para MIKIYO'S el manejo de inventarios sea primordial.

Para ahorrar costos en fletes de importación y tener asegurado un inventario suficiente para la operación continua de la empresa, sería perfecto importar en un solo viaje todos los insumos necesarios para el primer año, sin embargo significaría para la empresa un gasto extra de

alojamiento y una posible pérdida de materia prima por el desgaste causado por un almacenamiento inadecuado.

Así que se planea realizar pedidos trimestrales, manteniendo siempre un stock equivalente a un mes de producción. Es decir que en la inversión de capital de trabajo, se contemplará todos los costos de compra e importación de materia prima para el funcionamiento de la empresa en los primeros meses.

Tabla 42: Plan de ordenamiento

Mes	Mp Solicitada	Mp Utilizada	Mp en Bodega
Enero	4	1	3
Febrero	0	1	2
Marzo	0	1	1
Abril	3	1	3
Mayo	0	1	2
Junio	0	1	1
Julio	3	1	3
Agosto	0	1	2
Septiembre	0	1	1
Octubre	3	1	3
Noviembre	0	1	2
Diciembre	0	1	1
Enero	3	1	3

Fuente: Elaborado por los autores

Los números indicados en el cuadro anterior representan la materia prima equivalente para x mes, los meses en negrilla corresponden a aquellos en los que se recibirá algún pedido. Es decir que por ejemplo para el primer mes, se recibirá materia prima equivalente a 4 meses, al finalizar enero ya se habrán gastado insumos del primer mes de funcionamiento, y por lo tanto en bodega quedará materia prima suficiente para 3 meses más. Se observa que en la bodega siempre resta mínimo materia prima para un mes de producción, simplemente para reducir el riesgo de quedar sin insumos ante eventuales problemas logísticos en el proceso de importación, según lo estipulado en las políticas de control de inventarios.

Compra de Materia Prima	5122
Costo promedio de MP + Fletes	27322
Compras Netas Totales 1 Año	\$ 139.943.284

Para el primer año mediante 4 importaciones en los meses de Enero, Abril, Julio y Octubre, se deberán comprar en total aproximadamente 140 millones de pesos en materia prima. La información contenida en el plan de compras será base para proyectar los estados financieros al realizar el presupuesto de la empresa.

3.11. COSTOS DE PRODUCCION

3.11.1 CIF

Se contemplaron cuatro costos indirectos de fabricación para MIKIYOS:

- **Mantenimiento de maquinaria:** la maquinaria es un bien tan primordial para la empresa que se destinará un presupuesto aproximado de 100 mil pesos mensuales para un mantenimiento preventivo, posiblemente estos 100.000 no se gasten en su totalidad por mes, sin embargo este valor hará parte de un fondo destinado única y exclusivamente al mantenimiento o reparación de la maquina cuando sea necesario.
- **Depreciación de maquinaria:** Se determinó la depreciación anual de la maquinaria, con base a una vida útil de 10 años como lo estipulan las normas contables nacionales. Es decir que valorando la maquinaria comprada por 8.211.880 se tendría una depreciación anual de la maquinaria de 821.188 pesos.
- **Fletes e impuestos:** Al importar mercancía se incurren en ciertos gastos adicionales de orden impositivo, con base a un aproximado de 2.615 pesos por producto el gasto total de impuestos para el año 1 sería de 13.394.030 pesos.

Fletes	Unidades Requeridas	Costo x Unidades	Costo x Unidad
2014	5122	\$ 13.394.030	\$ 2.615

- **Servicios Públicos:** Este rubro comprende tan solo la electricidad gastada por la maquinaria en su funcionamiento dentro del negocio. Corresponde a un gasto aproximado de energía de 208.896 pesos mensuales.

Tabla 43: consumo Maquinaria

ENERGIA MAQUINAS	
VOLTIO	108,8
CONSUMO MAQUINA	110
MES	30
AÑO	12
HORAS	8
VALOR VOLTIOS MAQUINA	\$ 870,40
VALOR TOTAL DEL CONSUMO DE LA MAQUINA	\$ 6.963,20
CONSUMO MENSUAL	\$ 208.896,00
CONSUMO ANUAL	\$ 2.506.752,00

Fuente: Elaborado por los autores

En Resumen:

Costos Indirectos de Fabricación	2014	
	Mensual	Anual
Mantenimiento maquinaria	100.000	800.000
Depreciación maquinaria	68.432	821.188
Fletes e impuestos	1.116.169	13.394.030
Servicios públicos	208.896	835.584

3.11.2 Costo de nómina de producción

Por otra parte, los costos de la nómina operativa suman un 43% en prestaciones y un 8,33% en cesantías sobre los salarios básicos, como se detalla a continuación:

Tabla 44: Costos de producción

costos de trabajadores		
Salud	empresa	8,50%
	empleado	4,00%
	total	12,5%
Pension	empresa	12,00%
	empleado	4,00%
	total	16,0%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 45: Porcentajes prestacionales

PORCENTAJES PRESTACIONES				SALUD	PENSIÓN	PRIMA		ARP	VACACIONES	PARAFISCALES (Caja de Compensación 4%, ICBF 3%, SENA 2%)
colaboradores	cargo	salario basico	total	8,50%	12% Empresa	8,33%	8,33%	0,52%	4,17%	9%
1	administrador	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 119.000	\$ 168.000	\$ 122.268	\$ 122.268	\$ 7.308	\$ 58.324	\$ 126.000
2	vendedores	\$ 566.700	\$ 1.133.400	\$ 96.339	\$ 136.008	\$ 105.708	\$ 105.708	\$ 5.916	\$ 47.217	\$ 102.006
1	cajero	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 68.000	\$ 96.000	\$ 72.288	\$ 72.288	\$ 4.176	\$ 33.328	\$ 72.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 46: Auxilio de transporte

auxilio de transporte	
\$	67.800
\$	67.800
\$	67.800

Fuente: Elaboración Propia

El auxilio de transporte es base para cesantías y prima

Tabla 47: Porcentaje de Cesantías

PORCENTAJES CESANTIAS				CESANTIAS	INTERESES CESANTIAS
colaboradores	cargo	salario basico	total	8,33%	12% ANUAL
1	administrador	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 122.268	14.672
2	vendedores	\$ 566.700	\$ 1.133.400	\$ 105.708	12.685
1	cajero	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 72.288	8.675

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con lo anterior, los costos mensuales de salarios básicos y prestacionales son:

Tabla 48: Costos mensuales de salarios básicos

Sueldos Administrativos y Ventas MENSUALES					
# Colaboradores	Cargo	Básico \$	Prestaciones	Cesantías	Total
Año 2013					
1	Administrador	\$ 1.400.000	\$ 602.308	\$ 116.667	\$ 2.118.975
2	Vendedor	\$ 1.133.400	\$ 487.611	\$ 94.450	\$ 1.715.461
1	Cajero	\$ 800.000	\$ 344.176	\$ 66.667	\$ 1.210.843
	TOTALES	\$ 2.533.400	\$ 1.089.919	\$ 211.117	\$ 3.834.436
año 2014					
1	Administrador	\$ 1.443.820	\$ 621.160	\$ 120.318	\$ 2.185.299
2	Vendedor	\$ 1.168.875	\$ 502.874	\$ 97.406	\$ 1.769.155
1	Cajero	\$ 825.040	\$ 354.949	\$ 68.753	\$ 1.248.742
	TOTALES	\$ 2.612.695	\$ 1.124.034	\$ 217.725	\$ 3.954.454
Año 2015					
1	Administrador	\$ 1.489.012	\$ 640.603	\$ 124.084	\$ 2.253.698
3	Vendedor	\$ 1.808.192	\$ 777.920	\$ 150.683	\$ 2.736.795
1	Cajero	\$ 850.864	\$ 366.059	\$ 70.905	\$ 1.287.828
	TOTALES	\$ 3.297.203	\$ 1.418.523	\$ 274.767	\$ 4.990.493
Año 2016					
1	Administrador	\$ 1.535.618	\$ 660.653	\$ 127.968	\$ 2.324.239
3	Vendedor	\$ 1.864.788	\$ 802.269	\$ 155.399	\$ 2.822.456
1	Cajero	\$ 877.496	\$ 377.516	\$ 73.125	\$ 1.328.137
	TOTALES	\$ 3.400.406	\$ 1.462.923	\$ 283.367	\$ 5.146.696
AÑO 2017					
1	Administrador	\$ 1.582.608	\$ 680.869	\$ 131.884	\$ 2.395.361
4	Vendedor	\$ 2.562.468	\$ 1.102.425	\$ 213.539	\$ 3.878.431
1	Cajero	\$ 904.347	\$ 389.068	\$ 75.362	\$ 1.368.778
	TOTALES	\$ 4.145.075	\$ 2.072.538	\$ 345.423	\$ 6.563.036

Fuente: Elaboración Propia

Y los costos anuales de salarios básicos y prestacionales son:

Tabla 49: Costos anuales de salarios básicos y prestacionales

Sueldos Administrativos y Ventas					
# Colaboradores	Cargo	Básico \$	Prestaciones	Cesantías	Total
Año 2013					
1	Administrador	\$ 16.800.000	\$ 7.227.696	\$ 1.400.000	\$ 25.427.696
2	Vendedor	\$ 13.600.800	\$ 5.851.336	\$ 1.133.400	\$ 20.585.536
1	Cajero	\$ 9.600.000	\$ 4.130.112	\$ 800.000	\$ 14.530.112
	TOTALES	\$ 30.400.800	\$ 13.079.032	\$ 2.533.400	\$ 46.013.232
año 2014					
1	Administrador	\$ 17.325.840	\$ 7.453.923	\$ 1.443.820	\$ 26.223.583
2	Vendedor	\$ 14.026.505	\$ 6.034.483	\$ 1.168.875	\$ 21.229.863
1	Cajero	\$ 9.900.480	\$ 4.259.385	\$ 825.040	\$ 14.984.905
	TOTALES	\$ 31.352.345	\$ 13.488.406	\$ 2.612.695	\$ 47.453.446
Año 2015					
1	Administrador	\$ 17.868.139	\$ 7.687.231	\$ 1.489.012	\$ 27.044.381
3	Vendedor	\$ 21.698.302	\$ 9.335.043	\$ 1.808.192	\$ 32.841.537
1	Cajero	\$ 10.210.365	\$ 4.392.703	\$ 850.864	\$ 15.453.932
	TOTALES	\$ 39.566.441	\$ 17.022.274	\$ 3.297.203	\$ 59.885.918
Año 2016					
1	Administrador	\$ 18.427.412	\$ 7.927.841	\$ 1.535.618	\$ 27.890.870
3	Vendedor	\$ 22.377.459	\$ 9.627.230	\$ 1.864.788	\$ 33.869.477
1	Cajero	\$ 10.529.949	\$ 4.530.195	\$ 877.496	\$ 15.937.640
	TOTALES	\$ 40.804.870	\$ 17.555.071	\$ 3.400.406	\$ 61.760.348
AÑO 2017					
1	Administrador	\$ 18.991.290	\$ 8.170.433	\$ 1.582.608	\$ 28.744.331
4	Vendedor	\$ 30.749.612	\$ 13.229.098	\$ 2.562.468	\$ 46.541.178
1	Cajero	\$ 10.852.166	\$ 4.668.819	\$ 904.347	\$ 16.425.332
	TOTALES	\$ 49.740.902	\$ 24.870.451	\$ 4.145.075	\$ 78.756.429

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO IV ASPECTOS LEGALES

4.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

4.1.1. Misión

Ser un nuevo concepto de entretenimiento y diversión para pequeños y grandes, bajo una gestión apoyada en el desarrollo de la creatividad e identificación para generar en los clientes momentos de felicidad y un sentido de pertenencia mediante la involucración en la personalización de sus propios peluches.

4.1.2 Visión

Ofrecer el servicio a nivel Nacional como una empresa líder dentro de la industria de ocio y entretenimiento.

4.1.3 Análisis DOFA

El análisis DOFA permite establecer las principales amenazas, debilidades, fortalezas y oportunidades que afectan directamente a la empresa, este permite mitigar los riesgos que se presenten y generar estrategias para lograr obtener una ventaja competitiva dentro del mercado que se desenvuelve MIKIYO'S.

Ilustración 20: ANÁLISIS DOFA

MATRIZ DOFA							
OD				FO			
OPORTUNIDADES			DEBILIDADES		FORTALEZAS		OPORTUNIDADES
1	DIFERENTES AREAS PARA LOCALIZAR NUEVAS TIENDAS	A	FALTA DE EXPERIENCIA	1	MODELO DE NEGOCIO INNOVADOR	A	DIFERENTES AREAS PARA LOCALIZAR NUEVAS TIENDAS
2	PUEDE LLEGAR A FUTURO A CONVERTIRSE EN UN MODELO DE FRANQUICIA	B	CERO CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO POR PARTE DEL CONSUMIDOR	2	PARTICIPACION DEL CLIENTE EN EL PROCESO DE FABRICACION	B	PUEDE LLEGAR A FUTURO A CONVERTIRSE EN UN MODELO DE FRANQUICIA
3	POSIBILIDAD DE LLEGAR A LOS CLIENTES CON OTRO CONCEPTO DE NEGOCIO.	C	NUEVOS EN EL MERCADO COLOMBIANO	3	DISEÑOS EXCLUSIVOS	C	AMPLIACION DE LA LINEA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
4	LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO ESTA CRECIENDO EN LOS ULTIMOS TRES AÑOS UN 12%.	D	POCOS PUNTOS DE VENTA	4	diferenciacion frente a los competidores (posibilidad para personalizar el producto)	D	LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO ESTA CRECIENDO EN LOS ULTIMOS TRES AÑOS UN 12%.
5	AMPLIACION DE LA LINEA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS					E	POSIBILIDAD DE LLEGAR A LOS CLIENTES CON OTRO CONCEPTO DE NEGOCIO.
DA				FA			
DEBILIDADES			AMENAZAS		FORTALEZAS		AMENAZAS
1	FALTA DE EXPERIENCIA	A	CRISIS ECONOMICA	1	MODELO DE NEGOCIO INNOVADOR	A	CRISIS ECONOMICA
2	CERO CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO POR PARTE DEL CONSUMIDOR	B	AUMENTO DE LAS TASAS DE INTERES	2	PARTICIPACION DEL CLIENTE EN EL PROCESO DE FABRICACION	B	AUMENTO DE LAS TASAS DE INTERES
3	NUEVOS EN EL MERCADO COLOMBIANO	C	NUEVAS POLITICAS	3	DISEÑOS EXCLUSIVOS	C	NUEVAS POLITICAS
4	POCOS PUNTOS DE VENTA	D	CAMBIOS EN LAS TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR	4	diferenciacion frente a los competidores (posibilidad para personalizar el producto)	D	CAMBIOS EN LAS TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR
		E	TRATADOS DE LIBRE COMERCIO			E	TRATADOS DE LIBRE COMERCIO

MATRIZ DOFA			
OD		FO	
(4,C) ; (5,B)		(1,B);(4,D)	
LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO ESTA CRECIENDO EN LOS ULTIMOS TRES AÑOS UN 12%.	NUEVOS EN EL MERCADO COLOMBIANO	MODELO DE NEGOCIO INNOVADOR	PUEDE LLEGAR A FUTURO A CONVERTIRSE EN UN MODELO DE FRANQUICIA
AMPLIACION DE LA LINEA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	CERO CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO POR PARTE DEL CONSUMIDOR	diferenciacion frente a los competidores (posibilidad para personalizar el producto)	LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO ESTA CRECIENDO EN LOS ULTIMOS TRES AÑOS UN 12%.
DA		FA	
(3,D)		(2,C)	
NUEVOS EN EL MERCADO COLOMBIANO	CAMBIOS EN LAS TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR	PARTICIPACION DEL CLIENTE EN EL PROCESO DE FABRICACION	NUEVAS POLITICAS

Fuente: Elaborado por los autores

DO,

1. MIKIYO'S entrará a una industria que se encuentra en crecimiento, la cual promueve la participación de nuevos modelos de negocios, bajo la ley 1014 del emprendimiento se da el apoyo por parte del gobierno para la creación de empresa. Y con ello surge la curiosidad por parte del consumidor de interactuar con los diferentes modelos de entretenimiento ofrecidos por el mercado, para ello se generarán estrategias que permitan reformar constantemente el concepto de negocio que se ofrece (realizar inversión para promover el crecimiento interno), para dar a conocer la imagen al cliente.
2. Generalmente, la percepción que tienen las personas de adquirir un peluche es muy tradicional, pues el cliente entra a un establecimiento elige el modelo cancela y sale de este lugar, mediante una estrategia de tracción, la cual consiste en la colocación de dos muñecos gigantes móviles a la entrada de MIKIYO'S, se buscará que la promoción visual incite al transeúnte entrar a la tienda.

FO,

1. El modelo de negocios de MIKIYO'S es nuevo para el mercado nacional, con el propósito de expandir este concepto, se propondrá como objetivo a largo plazo implementar un modelo de franquicias, el cual permitirá una expansión de la marca más rápido y un mayor cubrimiento a nivel nacional.
Mediante una estrategia de diversificación, estará evidente un nuevo mercado que son los inversionistas versus un nuevo producto que es el modelo de negocio.
2. MIKIYO'S marcará una pauta en la diferenciación de sus productos y servicios con respecto a la competencia en donde desde sus productos y sus modelo puede llegar a personalizarse con gran facilidad, mostrándose ante los consumidores de entretenimiento nuevos en cada cambio que se realice o elemento que se adicione, claro está sin dejar de lado el Core Business del negocio (peluches personalizados).

DA,

1. Los cambios tecnológicos que presentan constantemente los consumidores hacen que la mayor parte del tiempo estén absorbidos por redes sociales, internet, juegos y videos, dejando de lado la expresión y el sentimiento, la idea de MIKIYO'S nace de hacer de cada persona un ser más natural, presentando la creación como elemento diferenciador de la personalidad de cada cliente, esto hará que el peluche que se cree no sea un objeto más o un decorativo sino un elemento que emanará compañía y recordación.

MIKIYO'S entrará a la industria con una estrategia de especialización en la diferenciación del producto.

Ventaja competitiva de MIKIYO'S

MIKIYO'S nace para despertar sentimiento y expresión por parte de los niños, pues en la actualidad están rodeados de elementos tecnológicos que captan una mayor atención y el tiempo de ellos, haciéndolos pasar por alto las etapas de la infancia que van desde la utilización del peluche como un objeto de transición en la niñez y como un regalo ideal para un cumpleaños o fechas especiales como el mes amor y amistad en la etapa de la adolescencia y los adultos.

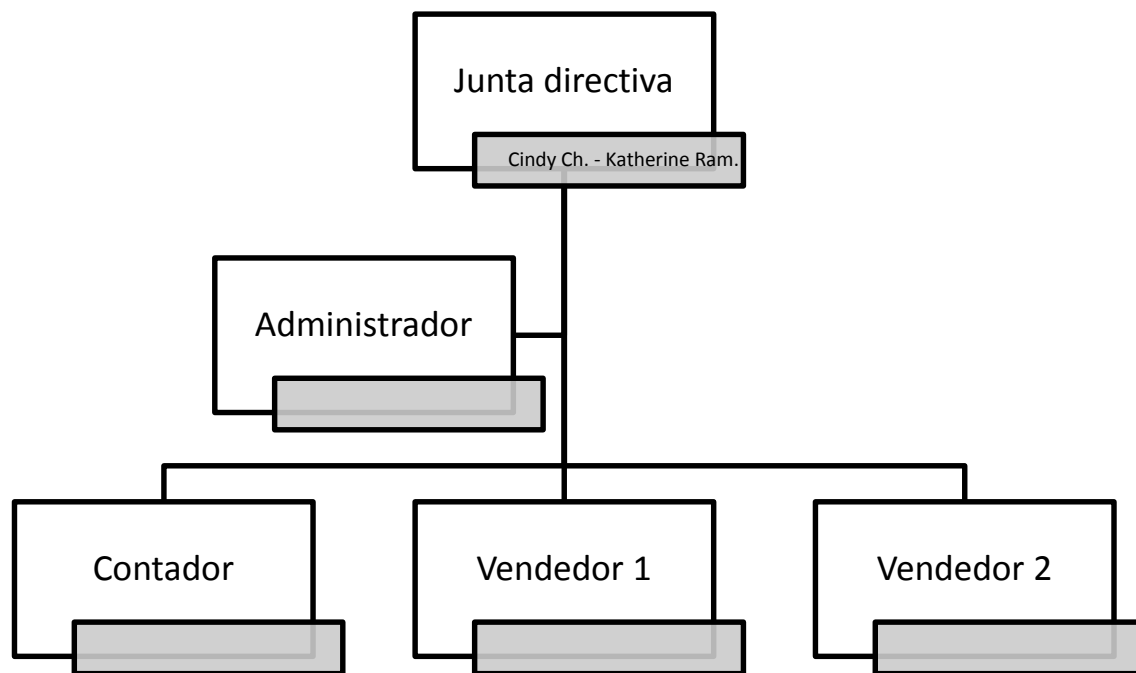
Para recuperar el sentido de expresión y entretenimiento a través de un peluche MIKIYO'S presentará al mercado una alternativa en donde el cliente hace el papel de creador, generando un sentido de pertenencia más arraigado que el que se tiene cuando se adquiere un peluche en una tienda, además de que el modelo de entretenimiento al igual que sus peluches puede llegar a ser personalizado, con el fin de presentar constante innovación al cliente y de esta forma poder lograr una lealtad de la marca. Por otra parte está la decoración del lugar la cual impactara por sus colores y los elementos que se encuentran allí adentro los cuales causarán curiosidad en los niños, nuestro cliente potencial.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1. Organigrama Estructural

Para iniciar el proyecto, en el primer año de inicio, la empresa contará con una Asamblea general de accionistas, un administrador, dos vendedores y un contador.

Ilustración 21: Organigrama MIKIYO'S



Fuente: Elaborado por los autores

4.2.2 Organigrama Funcional

Tabla 50: Organigrama funcional

CARGO	ADMINISTRADOR
PERFIL	25 y 40 años
FORMACION ACADEMICA	Profesional Administración de empresas dle INCAP
EXPERIENCIA	2 años
COMPETENCIAS	Debe ser una persona muy cordial y paciente, ya que los principales clientes son los niños con
FUNCIONES	Cajero
	verificación de inventario
	relación con los proveedores
	supervisión del personal a cargo
	cancelación de nomina
	apertura del establecimiento
	cierre del establecimiento
	Auxiliar administrativo de (incap).

CARGO	VENEDORES
PERFIL	20 25 años
FORMACION ACADEMICA	Estudiante universitario
EXPERIENCIA	1 año
COMPETENCIAS	Buen servicio al cliente, aptitud de colaboración y servicio, ademas de ser una persona cordial
FUNCIONES	Servicio al cliente
	Acompañamiento en las estaciones
	Organización de los Stand
	Colaboración d ela apertura del establecimiento
	Colaboración del cierre del establecimiento

CARGO	REVISOR FISCAL
PERFIL	25 - 40 años
FORMACION ACADEMICA	Profesional en contaduria pública
EXPERIENCIA	2 años
FUNCIONES	Vigilar y conrolar informes
	Llevar la contabilidad de la empresa
	Preparar informes para presentar ante los entes regulatorios
	Vigilar el calendario tributario
	Firma de los informes y balances

Fuente: Elaboración Propia

La creación de nuevas empresas, genera nuevas fuentes de empleo, dado a esta expectativa se generará un impacto en la sociedad nacional ya que los índices de desempleo se verán en cierta forma afectados, para lograr generar ingresos y el desarrollo de la idea de negocio, el personal que sea contratado hará posible la permanencia de este en el mercado.

4.2.3 Cargos y Funciones

1. Nombre del cargo:	
ADMINISTRADOR	
2. Posición del cargo en el organigrama	
a) Subordinación:	ESTARA A CARGO DE VENDEDOR 1 VENDEDOR 2 AUXILIAR CONTABLE
b) Supervisión:	LA JUNTA DIRECTIVA RECIBIRA UN INFORME DIARIO Y DETALLADO DE CADA UNA DE LAS FUNCIONES DESARROLLADAS POR EL ADMINISTRADOR
c) Comunicaciones colaterales	DOS DE LOS INTEGRANTES DE LA JUNTA DIRECTIVA, CONSTANTEMENTE VISITARAN LAS INSTALACIONES CON EL FIN DE INTERACTUAR CON LOS PROCESOS QUE DIARIAMENTE SE REALIZAN ALLI, TODO CON EL FIN DE TENER UN CONOCIMIENTO DETALLADO DE LA EMPRESA, EL CUAL PRESENTARAN ANTE LA JUNTA DIRECTIVA MENSUALMENTE.
3. Contenido del cargo	
<p>las funciones del administrador consiste en administrar, controlar, y desarrollar la logística y operación de la empresa; recibir el pago que realicen los clientes por la adquisición de los productos en la tienda, estar al tanto del inventario para evitar el producto agotado dentro del almacén así como un stock por bajas ventas; relación y negociación con los proveedores; coordinación y verificación de las labores de los colaboradores así como la supervisión de la atención prestada por parte de los mismos y la realización del pago de nómina a los empleados.</p>	

Tareas primarias		% Tiempo Laboral
CAJERO		50 %
VERIFICACION DE INVENTARIO		10%
Tarea Secundaria		% Tiempo Laboral
RELACION CON LOS PROVEEDORES		20%
SUPERVICION DEL PERSONAL A CARGO		5%
CANSELACION DE NOMINA		5%
APERTURA DEL ESTABLECIMIENTO		5%
CIERRE DEL ESTABLECIMIENTO		5%
4. Responsabilidades		
Según las tareas impuestas por el cargo estas se dividen en dos grupos no por el grado de importancia, si no por el tiempo requerido y la constancia que implica desarrollarlas		
Responsabilidad	Peso Relativo	
	Primaria	Secundaria
Uso de materiales y equipos	X	
Supervisión del trabajo de otras personas	X	
Manejo de dinero, títulos o documentos afines	X	
Responsabilidad de manejo de información	X	
Responsabilidad en relaciones públicas		X
Responsabilidad en la confidencialidad de la información		X
Responsabilidad administrativa	X	

5 Análisis del cargo

1. Requisitos técnicos			
Nivel educacional: técnico			
Título profesional: auxiliar administrativo de (INCAP).			
Experiencia anterior necesaria: experiencia en atención al cliente, cajero en almacenes de cadena.			
2. Aptitudes necesarias			
Debe ser una persona muy cordial y paciente, ya que los principales clientes son los niños			
	No necesaria	Deseable	Esencial
Agudeza visual			X
Agudeza auditiva			X
Rapidez de decisión			X
Habilidad expresiva			X
Coordinación tacto visual			X
Coordinación general			X
Iniciativa		X	
Creatividad		X	
Trabajo de equipo			X
Liderazgo		X	
Toma de decisión		X	

Sociabilidad		X	
Dominio tecnologías informáticas de comunicación		X	

6

3. Nivel de desempeño	
¿Qué factores definiría usted como fundamentales para medir el desempeño del puesto? (indicar conductas observables y medibles)	
<p>Las ventas</p> <p>El control de inventarios</p> <p>Atención al cliente</p>	
Salario:	\$1400.000

7

8 Descripción del cargo

1. Nombre del cargo:	
Vendedor	
2. Posición del cargo en el organigrama	
a) Supervisión:	El administrador será el encargado de supervisar constantemente las actividades diarias a realizar por cada uno de los empleados.

b) Comunicaciones colaterales	El administrador se encargara de dar una retroalimentación, en cuanto al presupuesto y las metas a cumplir por parte de cada uno de los vendedores, además de la revisión constante a realizar por el mantenimiento del establecimiento impecable y la organización adecuada de los stands.
-------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3. Contenido del cargo

Las funciones a desarrollar por parte de los vendedores, están enfocadas a la prestación de un buen servicio al cliente y la buena imagen del establecimiento.

Tareas primarias	% Tiempo Laboral
Servicio al cliente	60 %
Acompañamiento en las estaciones	30%
Tarea Secundaria	% Tiempo Laboral
Organización de los stand	5%
Colaboración en la apertura del establecimiento	5%
Colaboración en el cierre del establecimiento	5%

9

4. Responsabilidades

Según las tareas impuestas por el cargo estas se dividen en dos grupos no por el grado de importancia, si no por el tiempo requerido y la constancia que implica desarrollarlas

Responsabilidad	Peso Relativo	
	Primaria	Secundaria
Uso de materiales y equipos	X	
Supervisión del trabajo de otras personas		X
Manejo de dinero, títulos o documentos afines		X
Responsabilidad de manejo de información		X
Acompañamiento del cliente en cada estación	X	
Organización en la entrada de las personas	X	
Responsabilidad administrativa		X

10 Análisis del cargo

1. Requisitos técnicos			
Nivel educacional: técnico			
Título profesional: servicio al cliente			
Experiencia anterior necesaria: experiencia en atención al cliente, cajero en almacenes de cadena.			
2. Aptitudes necesarias			
Debe ser una persona muy cordial y paciente, ya que los principales clientes son los niños			
	No necesaria	Deseable	Esencial
Agudeza visual			X
Agudeza auditiva			X

Rapidez de decisión			X
Habilidad expresiva			X
Coordinación tacto visual			X
Coordinación general			X
Iniciativa		X	
Creatividad		X	
Trabajo de equipo			X
Liderazgo		X	
Toma de decisión		X	
Sociabilidad		X	
Dominio tecnologías informáticas de comunicación		X	

3. Nivel de desempeño	
¿Qué factores definiría usted como fundamentales para medir el desempeño del puesto? (indicar conductas observables y medibles)	
Organización en la entrada de las personas Acompañamiento en cada estación Atención al cliente	
Salario:	\$566700

11 Descripción del cargo

1. Nombre del cargo:	
Contador publico	
2. Posición del cargo en el organigrama	
a) Supervisión:	La junta directiva es la encargada de la contratación, y la relación directa con el contador durante cada visita, en donde se expondrán los requerimientos y se pactara un pago por honorarios
b) Comunicaciones colaterales	Directamente el contador público se encargara de informar a la junta directiva los trámites pertinentes a realizar para la adecuada operación de las actividades las cuales incurran con la cancelación de impuestos y transparencia legal.
3. Contenido del cargo	
<p>Las funciones a desarrollar por parte del contador público, quien ara la función de un revisor fiscal, deberá cerciorarse de que las operaciones se estén cumpliendo de acuerdo a la sociedad y los estatutos implementados según las decisiones dadas por la junta directiva.</p> <p>Debe dar por escrito ante la junta directiva las irregularaciones que ocurran en el funcionamiento de la sociedad y el desarrollo de sus actividades.</p> <p>Debe vigilar y controlar los informes que son exigidos por los entes públicos regulatorios.</p> <p>Debe velar porque se lleve adecuadamente la contabilidad de acuerdo a la sociedad implementada</p> <p>Con la firma del contador público se debe autorizar cualquier balance que se dictame bajo el informe correspondiente.</p>	

Tareas primarias	% Tiempo Laboral
Vigilar y controlar informes	50 %
Llevar contabilidad de las actividades	30%
Tarea Secundaria	% Tiempo Laboral
Preparar informes para presentar ante los entes regulatorios	10%
Vigilar el calendario tributario	5%
Firma de los informes y balances	5%

4. Responsabilidades

Según las tareas impuestas por el cargo estas se dividen en dos grupos no por el grado de importancia, si no por el tiempo requerido y la constancia que implica desarrollarlas

Responsabilidad	Peso Relativo	
	Primaria	Secundaria
Firma de informes y balances	X	
Manejo de dinero, títulos o documentos afines	X	
Responsabilidad de manejo de información	X	
Contabilidad del establecimiento	X	
Verificación de fechas tributarias	X	
Responsabilidad administrativa	X	

Análisis del cargo

1. Requisitos técnicos

Nivel educacional: profesional			
Título profesional: contador publico			
Experiencia anterior necesaria: experiencia			
2. Aptitudes necesarias			
Debe ser una persona muy cordial y paciente, ya que los principales clientes son los niños			
	No necesaria	Deseable	Esencial
Agudeza visual			X
Agudeza auditiva		X	
Rapidez de decisión			X
Habilidad expresiva			X
Coordinación tacto visual			X
Coordinación general			X
Iniciativa		X	
Manejo de cuentas			X
Trabajo de equipo			X
Conocimiento tributario			X
Transparencia en las funciones			X
Contactos dentro de los entes regulatorios			X
Dominio tecnologías informáticas de comunicación			X

3. Nivel de desempeño	
¿Qué factores definiría usted como fundamentales para medir el desempeño del puesto? (indicar conductas observables y medibles)	
<p>(115-000011)“1. Cerciorarse de que las operaciones que se celebren o cumplan por cuenta de la sociedad se ajustan a las prescripciones de los estatutos, a las decisiones de la asamblea general y de la junta directiva.</p> <p>2. Dar oportuna cuenta, por escrito, a la asamblea o junta de socios, a la junta directiva o al gerente, según los casos, de las irregularidades que ocurran en el funcionamiento de la sociedad y en el desarrollo de sus negocios.</p> <p>3. Colaborar con las entidades gubernamentales que ejerzan la inspección y vigilancia de las compañías y rendirles los informes a que haya lugar o le sean solicitados.</p> <p>4. Velar por que se lleven regularmente la contabilidad de la sociedad y las actas de las reuniones de la asamblea, de la junta de socios y de la junta directiva, y por que se conserven debidamente la correspondencia de la sociedad y los comprobantes de las cuentas, impartiendo las instrucciones necesarias para tales fines.</p> <p>5. Inspeccionar asiduamente los bienes de la sociedad y procurar que se tomen oportunamente las medidas de conservación o seguridad de los mismos y de los que ella tenga en custodia a cualquier otro título.</p> <p>6. Impartir las instrucciones, practicar las inspecciones y solicitar los informes que sean necesarios para establecer un control permanente sobre los valores sociales</p> <p>7. Autorizar con su firma cualquier balance que se haga, con su dictamen o informe correspondiente.</p> <p>8. Convocar a la asamblea o a la junta de socios a reuniones extraordinarias cuando lo juzgue necesario.</p> <p>9. Cumplir las demás atribuciones que le señalen las leyes o los estatutos y las que, siendo compatibles con las anteriores, le encomiende la asamblea o junta de socios.”</p>	
honorarios:	\$300000

4.2.4 Esquema de contratación y remuneración

El administrador será la persona encargada de pagar la nómina de los empleados y del contador quien realizará la función de un revisor fiscal.

Las personas encargadas de imponer el salario del administrador y los vendedores serán la junta directiva, quienes también realizarán el contacto directo con el contador, pero quien mensualmente realizará el pago de la nómina es el administrador cada 28 de cada mes.

El administrador recibirá una remuneración de \$ 1400.000 más prestaciones, por los días laborados de lunes a domingo con un día compensatorio entre semana.

Los vendedores quienes desempeñarán las funciones de acompañamiento al cliente por cada estación visitada y la constante organización del almacén, recibirán un salario de \$ 800.000 mensuales más prestaciones, por los días laborados de lunes a domingo en donde contarán con un día compensatorio entre semana.

El Contador es quien realizará la función de revisor fiscal, para dar una aprobación de que las operaciones de MIKIYO'S se estarán desarrollando según lo establecido por la ley, se le hará una cancelación por honorarios cuyo valor corresponde a \$ 300000.

4.3 ASPECTOS LEGALES

4.3.1 Estructura jurídica y tipo de sociedad

En la siguiente tabla se encuentran los tipos de sociedades que actualmente se encuentran a la hora de constituir empresa en Colombia.

Tabla 51: Cuadro de tipos de sociedades

Tipo de sociedad	Numero de socios	Descripcion	Sigla
Empresa Unipersonal	1	es una persona jurídica conformada con la presencia de una persona natural o jurídica	
Sociedades por Acciones Simplificadas	1 ó mas personas	mediante documento privado realizando los siguientes requisitos.	S.A.S
Sociedad Limitada	minimo 2 socios maximo 25	los socios responden con sus respectivos aportes	LTDA
Sociedad Coloectiva	2 ó mas socios	Se constituye mediante escritura pública entre dos o más socios quienes responden solidaria.	
Sociedad en Comandita Simple	1 o 2 socios gestores; 1 ó mas socios capitalistas	Los socios gestores responden solidaria, ilimitada y directamente por las operaciones y los socios capitalistas o comanditarios solo responden por sus respectivos aportes	S ó C
Sociedad Anonima	minimo 5 socios	los accionistas quienes responden hasta por el monto o aporte de capital respectivo que han suministrado para la sociedad.	S.A
Sociedad En Comandita por Acciones	1 ó mas socios y por lo menos 5 capitalistas	Los socios gestores responden solidaria, ilimitada y directamente por las operaciones y los socios capitalistas solo responden por sus respectivos aportes	SCA

Fuente por elaboración propia

De acuerdo al anterior cuadro por razones de número de accionistas beneficios y requerimientos para la legalización del negocio, se estableció como tipo de sociedad la Sociedad Limitada.

“Sociedad Limitada: Se constituye mediante escritura pública entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responden con sus respectivos aportes, y en algunos casos según el Código de Comercio artículos 354, 355 y 357, se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria, para alguno de los socios.

Los socios deberán definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y podrán delegar la representación legal y administración en un gerente, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos. El capital se representa en cuotas de igual valor que para su cesión, se pueden vender o transferir en las condiciones previstas en la ley o en los respectivos estatutos. Cualquiera que sea el nombre de la sociedad deberá estar seguido de la palabra "Limitada" o su abreviatura "LTDA" que de no aclararse en los estatutos hará responsable a los asociados solidaria e ilimitadamente”.

La junta directiva de MIKIYO’S ha decidido por unanimidad ser establecidos bajo el concepto de una sociedad limitada. Porque permite la repartición de los dividendos por partes iguales y se puede definir la presencia de uno de los socios como gerente para que este en constate contacto con la empresa.

Para la creación de la empresa se deberán seguir los siguientes pasos

1. Dirigirse a una cámara de comercio
2. Llevar el plan de negocios a un centro de emprendimiento para recibir asesoría.
3. Realizar las siguientes consultas: para presentarse como persona natural se requieren los siguientes documentos:

- Original del documento de identidad
- Formulario RUT
- Formulario de constitución
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES)

“La cámara de comercio de Bogotá le informa que, según la resolución 60222 de la superintendencia de industria y comercio, desde el 1 de enero de 2013 usted debe diligenciar el nuevo registro único empresarial y social (RUES), un formulario que a partir de la fecha integrará la información de los siguientes registros:

- Registro mercantil
 - Registro único de proponentes
 - Registro de entidades sin ánimo de lucro
 - Régimen Común (asociaciones, fundaciones y corporaciones) y entidades economía solidaria (cooperativas, pre cooperativas, fondos de empleados y asociaciones mutuales)
 - Registro de actividades y juegos de azar
 - Registro de veedurías ciudadanas *
 - Registro economía solidaria
 - A través de este nuevo formulario, se unificará la información y se reducirán los trámites que realizan los usuarios de los registros públicos”.
- Por medio del sitio web se debe consultar si el nombre del establecimiento está matriculado ya.

- Por medio del código CIU se debe consultar la actividad económica a la cual pertenece la empresa.
- Se hace consulta si el suelo donde se tiene previsto constituir el establecimiento puede desarrollarse.
- Al tener todos los documentos anteriores debidamente diligenciados formalizar el pago en cualquier sede de la cámara de comercio.

Según el rango al cual corresponde por el total de sus activos que oscila en un rango de 140 a 158 salarios mínimos legal vigentes, se estima que el pago a realizar es por valor de \$ 668000.

De esta forma se concluirá con el registro de la matrícula mercantil ante la cámara de comercio.

4.4. COSTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos son egresos de dinero destinados a cubrir la actividad administrativa y comercial de la empresa, los costos hacen referencia a los egresos causados por la actividad operativa de la empresa (La actividad económica de MIKIYOS hace que únicamente se consideren como costos los egresos causados por el gasto en electricidad, depreciación y mantenimiento de la maquinaria. También se consideran como costo el dinero destinado a la compra de materia prima incluyendo los fletes)

4.5 GASTOS DEL PERSONAL

En el siguiente cuadro se observará toda la información referente al pago y contratación de personal de nómina para la empresa, obviamente como las unidades a vender incrementarán año a año, será necesaria una fuerza de ventas mayores, por esto se incrementarán gradualmente los empleados de la empresa. MIKIYO'S desea cumplir al 100% con los requisitos legales en la contratación de personal, y no solamente por el temor al castigo en caso de no hacerlo, simplemente por una cuestión de reconocimiento y responsabilidad social con los empleados. Las prestaciones sociales equivalen a aproximadamente a un 53% del básico, este valor contemplará el pago de:

- auxilio de transporte

- salud
- pensión
- cesantías
- parafiscales
- primas

Tabla 52: Nómina

Nomina	2014	Numero de Empleados				
	Salario Básico	2013	2014	2015	2016	2017
Administrador	1.400.000	1	1	1	1	1
Vendedor	566.700	2	2	3	3	4
Cajero	800.000	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración Propia

4.6. GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

También son conocidos como activos diferidos, o gastos pre operativos, serán un ítem contemplado en la inversión de la empresa.

4.6.1 Página Web:

Es indispensable un portal web para cualquier negocio hoy en día, y no es que sea un requisito obligatorio, es una herramienta publicitaria masiva que seguramente se convertirá en el principal medio de contacto con el cliente. La creación de la página web para MIKIYO´S, cuesta 500.000 pesos.

4.6.2 Software Contable:

Para facilitar la gestión contable de la empresa se recurrirá a un software especializado, el costo de este software es de 350.000 pesos.

4.6.3 Adecuación:

Posiblemente el local adquirido no esté perfectamente adecuado según las exigencias de MIKIYO'S, quizá sea necesaria la contratación de mano de obra para la construcción o modificación de la infraestructura del local. Se destinará un presupuesto de 5 millones de pesos para la adecuación.

4.6.4. Registro de Cámara y Comercio:

El registro legal de la empresa tiene un costo equivalente al 0.7% de la inversión total para la empresa, adicionalmente deberá hacerse un pago fijo de 31.000 pesos por los derechos de inscripción, y 4.100 pesos por los formularios.

4.6.5. Amortización de activos diferidos:

La norma contable recomienda la creación de una cuenta cuyo manejo será parecido al de las depreciaciones, es decir que aunque no generan una salida de efectivo real, se utilizarán para reducir en mínimas proporciones el pago de impuestos. El registro legal de la empresa se amortizará en un solo año, los software adquiridos por la MIKIYO'S serán amortizados por 3 años, y la adecuación por 5 años.

4.6.6 Mantenimiento del almacén:

Mensualmente se presupuestarán 20 mil pesos para gastos de mantenimiento del almacén, posiblemente esta cifra no se gaste en su totalidad mes a mes, el dinero sobrante se acumulará en un fondo que será utilizado cuando se necesite un mantenimiento o una reparación dentro del local.

4.6.7 Depreciación de equipo:

El equipo que hará parte de los costos administrativos estará comprendido por el valor de compra de los muebles, enseres, y el equipo de cómputo. La normatividad legal nacional contempla una vida útil para equipo de cómputo y muebles y enseres de 5 y 10 años respectivamente. Así que con una inversión aproximada de 15 millones en activos fijos, la depreciación de equipo se amortizará en un valor mensual de 1.519.400 pesos.

4.6.8 Gastos varios:

Este rubro comprenderá un valor de 40.000 pesos que serán destinados para cualquier necesidad inmediata de una índole no operacional, es decir que podrá ser dinero gastado en tal vez una recompensa para los trabajadores luego de una ardua jornada laboral.

4.6.9 Arriendo:

Valor del inmueble \$4500.000, ubicado en Bogotá Colombia barrio Chico, para uso comercial área total construida es de 125 M², perteneciente a la localidad segunda, cuya situación de estrato corresponde a nivel 4, en adelante.

4.6.10 Servicios públicos:

Los servicios públicos que hacen parte de los gastos administrativos, solo corresponderán a aquellos que se gastarán o que serán relevantes para la actividad comercial de la empresa, es decir en este caso serán aquellos servicios públicos que gastará el local, ignorando el costo de la electricidad gastada por la maquinaria de la empresa.

Tabla 53: Consumo en Servicio Públicos

SERVICIOS PUBLICOS	Mes
Agua	\$ 70.000
Combo internet, teléfono y Tv	\$ 80.000
Luz	\$ 348.000
Total	\$ 498.000

Fuente: Elaborado por los autores

Los servicios públicos mensuales corresponden a 498.000 pesos aproximadamente.

4.6.11 Papelería:

Por cuestiones logísticas un presupuesto destinado a gastos de papelería no debería ser ignorado.

A continuación, se detalla el presupuesto de papelería, en donde las facturas corresponderán a la facturación del negocio; las resmas del papel para los certificados de registro de peluche son el paso # 5 en los procesos de personalización y los rollos para la caja registradora

Tabla 54: Gatos de papelería

PAPELERIA			
Producto	Cantidad	Total	
Facturas	1000	\$ 180.000	
	5000	\$ 900.000	año
		\$ 75.000	mes
Caja con resmas de papel	1	\$ 65.000	año
		\$ 5.417	mes
Paquete de 10 rollos	1	\$ 7.400	
	4	\$ 29.600	año
		\$ 2.467	mes
Caja de 36 esferos	1	\$ 15.000	año
		\$ 1.250	mes
		MES	AÑO
TOTAL		\$ 84.133	\$ 1.009.600

Fuente: Elaborado por los autores

Se contará con un presupuesto de 84.133 pesos mensuales para mantener un inventario suficiente de papelería.

4.6.12 Contador:

Legalmente se exige un revisor fiscal que avalúe los estados financieros para hacer las correspondientes deducciones impositivas, por el tamaño de la empresa no será necesario contar con la asesoría permanente de un contador, simplemente se le pagará por prestación de servicios por dar el aval legal que demuestra que la empresa está en orden contable y legal. Se destinará un presupuesto de 300.000 pesos.

4.6.13 Publicidad:

Sin tener en cuenta el arriendo, para la publicidad se destinará el presupuesto más alto de los gastos administrativos y de ventas, corresponderán a dos millones seiscientos pesos mensuales destinados posiblemente a creación publicitaria por parte de terceros, o impresión de material pop.

En resumen:

Tabla 55: Resumen Costos Administrativos

Gastos de Administración y Ventas	2014	
	Mensual	Anual
Mantenimiento del almacén	20.000	240.000
Depreciación de equipo	116.550	1.398.600
Amortización de Activos Diferidos	158.786	1.905.433
Gastos varios	40.000	480.000
Arriendo	4.500.000	54.000.000
Servicios Públicos	498.000	5.976.000
Papelería	84.133	1.009.600
Contador	300.000	3.600.000
Administración del almacén	200.000	2.400.000
Publicidad	2.600.000	31.200.000

Fuente: Elaborado por los autores

A continuación se mostrará en un cuadro resumen con cada uno de los elementos que contribuirán con los gastos para la puesta en marcha de MIKIYO'S.

Tabla 56: Activos diferidos

Activos Diferidos	
PAGINA WEB	\$ 500.000
SOFTWARE CONTABLE	\$ 350.000
ADECUACIÓN	\$ 5.000.000
REGISTRO CAMARA DE COMERCIO	622.100
Total	\$ 6.472.100

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 57: Gastos de administración y ventas

Gastos de Administración y Ventas	2014	
	Mensual	Anual
Mantenimiento del almacén	20.000	240.000
Depreciación de equipo	116.550	1.398.600
Amortización de Activos Diferidos	158.786	1.905.433
Gastos varios	40.000	480.000
Arriendo	4.500.000	54.000.000
Servicios Públicos	498.000	5.976.000
Papelería	84.133	1.009.600
Contador	300.000	3.600.000
Administración del almacén	200.000	2.400.000
Publicidad	2.600.000	31.200.000

Fuente: Elaboración Propia

MIKIYO'S para mostrarse competitivo dentro de la industria tendrá que hacer uso de las herramientas tecnológicas presentadas en la actualidad como lo es la página web que permitirá la difusión y el reconocimiento de la marca e incluso la oportunidad para que los futuros clientes cuenten con un catálogo virtual, por otra parte la adecuación de un software al modelo de negocio permitirá tener un control más acertado de las ventas y la rentabilidad esperada para la continuidad del negocio. La adecuación del local es uno de los elementos más representativos ya que es el encargado de captar la atención del cliente, por cual hay que tener presente el mantenimiento preventivo que se le debe realizar a este para su perdurabilidad.

MIKIYO'S también tendrá presente otros elementos que generan costos como lo son los servicios públicos que de acuerdo al estrato se mueven bajo una tarifa de estratificada alta pero en donde el nivel de consumo de sus máquinas es apropiado para continuar generando los resultados esperados. También se cuentan con los gastos del personal ya que son el eje fundamental de las ventas y del buen servicio para un consumidor final.

4.7. ORGANISMOS DE APOYO

La existencia de los organismos que contribuye con el crecimiento de los emprendedores hace énfasis en asesorías, financiamiento y seguimiento hasta la etapa de madurez del proyecto.

Programa de Bogotá emprende:

Es un centro especializado que se encarga de promover la participación de las personas emprendedoras, el principal objetivo de este centro es contribuir con el sostenimiento y la creación de empresas sostenibles que generen empleo.

- Financiamiento para la creación de empresa: se cuenta con crédito, inversión privada y recursos de cofinanciación.
- Oportunidades de negocio: mediante ofertas y demandas se da a conocer la empresa y encontrar proveedores, ferias dar a exponer lo que la empresa hace y la actividad que realiza, rutas de negocio le permite interactuar en un medio donde se da a conocer el producto que presta.
- Acompañamiento para el arranque de la empresa.

Fundación Mario Santo Domingo

Es una entidad privada sin ánimo de lucro, la cual se dedica al desarrollo social y contribuye con el aumento de la calidad de vida de los colombianos, mediante la ejecución de proyectos y creación de diversos programas.

Mediante el programa jóvenes empresarios de Colombia JEMCOL. Apoya la creación y empresas de jóvenes emprendedores, en donde su principal objetivo es ayudar a superar la barreras que limitan la puesta en marcha de la idea de negocio.

El programa más significativo para MIKIYO'S sería Bogotá emprende, ya que facilitaría las brechas entre los inversionistas y los emprendedores, además de ser una entidad pública los costos de inscripción y de participación en los diferentes foros, solo piden como requisito ser usuarios del programa, por tal razón para tener un acompañamiento a profundidad para la elaboración del plan de negocio y el reconocimiento en sus diferentes ruedas de negocio, la presencia estará direccionada hacia hacer uso de las herramientas ofrecidas por la cámara de comercio.

5. ASPECTOS FINANCIEROS

5.1 PROYECCIONES FINANCIERAS

Las proyecciones financieras son luego del resumen ejecutivo la muestra real de todo el plan de negocios, contiene cada elemento cuantitativo del modelo empresarial, con el único fin de evaluar y avaluar la viabilidad financiera del negocio.

5.1.1 Inversión inicial

5.1.1.1 Presupuesto de Ventas

La evaluación financiera que será analizada con más detalle en lo largo del capítulo, arrojó que el proyecto resulta financieramente atractivo si para el primer año se logran vender 4.600 unidades. Anualmente la influencia publicitaria deberá incrementar las unidades a vender en un 5%, para el segundo año se deberán vender 230 unidades más que en el primer año de operación, es decir entre 4 y 5 unidades adicionales por semana; el incremento del 5% en las unidades a vender fue una estimación del equipo emprendedor de MIKIYOS considerando la viabilidad financiera de la empresa bajo supuestos con una alta probabilidad de ocurrencia. El precio de acuerdo a la inflación estimada por proyecciones económicas del país.

Supuestos Generales (Ventas)	
Incremento anual de unidades vendidas:	5%
Incremento anual en precios:	De acuerdo a la inflación

Tabla 58: Presupuesto de ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS				
(UNIDADES Y VALOR)				
AÑO	PRODUCTO	Unidades	Precio \$/U	Valor Total
2014				
	Peluches	4.600	62.000	285.200.000
				285.200.000
2015				
	Peluches	4.830	64.000	309.120.000
				309.120.000
2016				
	Peluches	5.072	67.000	339.824.000
				339.824.000
2017				
	Peluches	5.326	70.000	372.820.000
				372.820.000
2018				
	Peluches	5.593	73.000	408.289.000
				408.289.000

Fuente: Elaboración Propia

5.1.1.2 Presupuesto de Compras

En el presupuesto de compras se tuvo en cuenta la rotación de productos terminados, de materia prima, y el aumento de los costos de materia prima.

Rotación de Inventario - Peluches		
P.T.	equivalente a	10 Días de producción
M.P.	equivalente a	90 Días de producción

Tabla 59: Presupuesto de compras

PRESUPUESTO DE PRODUCCION					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES POR VENDER	4.600	4.830	5.072	5.326	5.593
Mas: inv. Final de P.T.	128	135	141	148	156
Menos: inv. Inic. P.T.	0	128	135	141	148
UNIDADES A PRODUCIR	4.728	4.837	5.078	5.333	5.601

PRESUPUESTO DE CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades que requieren materia prima	4.728	4.837	5.078	5.333	5.601
Mas inv. Final de M.P. (30 días)	394	404	424	445	467
Menos inv. Inicial de M.P.		394	404	424	445
Unidades que requieren materia prima + MP en stock	5.122	4.847	5.098	5.354	5.623
Por costos de M.P/U	\$ 24.707	\$ 25.480	\$ 26.278	\$ 27.100	\$ 27.930
Compras Totales	\$ 126.549.254	\$ 123.503.155	\$ 133.964.548	\$ 145.095.330	\$ 157.048.318

Fuente: Elaboración Propia

5.2 PRESUPUESTO DE CIF

Los CIF aumentarán de acuerdo a la inflación, también se tiene en cuenta que los fletes al ser un costo variable, depende directamente de las unidades de materia prima a comprar.

Supuestos Generales (CIF)	
Incremento anual en Mantenimiento de maquinaria:	De acuerdo a la inflación
Incremento anual en servicios públicos:	De acuerdo a la inflación
Depreciación Maquinaria:	De acuerdo a una vida útil de 10 Años
Incremento en los fletes:	De acuerdo a la inflación

Tabla 60: CIF

Fletes	Unidades Requeridas	Costo por unidad	Costo Total
2014	5.122	\$ 2.615	\$ 13.394.030
2015	4.847	\$ 2.697	\$ 13.071.630
2016	5.098	\$ 2.781	\$ 14.178.868
2017	5.354	\$ 2.868	\$ 15.356.955
2018	5.623	\$ 2.956	\$ 16.622.065

CIF	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Mantenimiento maquinaria	800.000	825.040	850.864	877.496	904.347
Depreciación maquinaria	821.188	821.188	821.188	821.188	821.188
Servicios públicos	835.584	861.738	888.710	916.527	944.573
Fletes	13.394.030	13.071.630	14.178.868	15.356.955	16.622.065

Fuente: Elaboración Propia

5.3 PRESUPUESTO DE SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Para el presupuesto de sueldos se tuvo en cuenta todos los pagos extras provenientes de prestaciones sociales, año a año se aumentará el sueldo de los empleados de acuerdo a la inflación.

Supuestos Generales (Sueldos de administración y ventas)	
Incremento anual en salario básico	De acuerdo a la Inflación
Prestaciones	43%
Cesantías	8,33%

Tabla 61: Sueldos de administración y ventas

Sueldos Administrativos y Ventas					
Número	Cargo	Básico \$	Prestaciones	Cesantías	Total
Año 2014					
1	Administrador	\$ 16.800.000	\$ 7.227.696	\$ 1.400.000	\$ 25.427.696
2	Vendedor	\$ 13.600.800	\$ 5.851.336	\$ 1.133.400	\$ 20.585.536
1	Cajero	\$ 9.600.000	\$ 4.130.112	\$ 800.000	\$ 14.530.112
	TOTALES	\$ 30.400.800	\$ 13.079.032	\$ 2.533.400	\$ 46.013.232
Año 2015					
1	Administrador	\$ 17.325.840	\$ 7.453.923	\$ 1.443.820	\$ 26.223.583
2	Vendedor	\$ 14.026.505	\$ 6.034.483	\$ 1.168.875	\$ 21.229.863
1	Cajero	\$ 9.900.480	\$ 4.259.385	\$ 825.040	\$ 14.984.905
	TOTALES	\$ 31.352.345	\$ 13.488.406	\$ 2.612.695	\$ 47.453.446
Año 2016					
1	Administrador	\$ 17.868.139	\$ 7.687.231	\$ 1.489.012	\$ 27.044.381
3	Vendedor	\$ 21.698.302	\$ 9.335.043	\$ 1.808.192	\$ 32.841.537
1	Cajero	\$ 10.210.365	\$ 4.392.703	\$ 850.864	\$ 15.453.932
	TOTALES	\$ 39.566.441	\$ 17.022.274	\$ 3.297.203	\$ 59.885.918
Año 2017					
1	Administrador	\$ 18.427.412	\$ 7.927.841	\$ 1.535.618	\$ 27.890.870
3	Vendedor	\$ 22.377.459	\$ 9.627.230	\$ 1.864.788	\$ 33.869.477
1	Cajero	\$ 10.529.949	\$ 4.530.195	\$ 877.496	\$ 15.937.640
	TOTALES	\$ 40.804.870	\$ 17.555.071	\$ 3.400.406	\$ 61.760.348
Año 2018					
1	Administrador	\$ 18.991.290	\$ 8.170.433	\$ 1.582.608	\$ 28.744.331
4	Vendedor	\$ 30.749.612	\$ 13.229.098	\$ 2.562.468	\$ 46.541.178
1	Cajero	\$ 10.852.166	\$ 4.668.819	\$ 904.347	\$ 16.425.332
	TOTALES	\$ 49.740.902	\$ 24.870.451	\$ 4.145.075	\$ 78.756.429

Fuente: Elaboración Propia

5.4 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Los gastos que representan una salida real de efectivo incrementarán de acuerdo a la inflación, las depreciaciones y amortizaciones se contabilizarán de acuerdo a la vida útil del activo.

Supuestos Generales (Gastos de Administración y Ventas)	
Incremento anual en gastos:	De acuerdo a la inflación
Vida útil de muebles y enseres:	10 Años
Vida útil de equipo de computo:	5 Años
Amortización de Software:	3 Años
Amortización de Gastos de Constitución:	1 Año
Amortización de Adecuación:	5 Años

Tabla 62: Presupuesto de gastos de administración y ventas

Presupuesto De Gastos de Administración y Ventas					
	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Mantenimiento del almacén	240.000	247.512	255.259	263.249	271.304
Depreciación de equipo	1.519.400	1.519.400	1.519.400	1.519.400	1.519.400
Amortización de Activos Diferidos	1.905.433	1.283.333	1.283.333	1.000.000	1.000.000
Gastos varios	480.000	495.024	510.518	526.497	542.608
Arriendo	54.000.000	55.690.200	57.433.303	59.230.966	61.043.433
Servicios Públicos	5.976.000	6.163.049	6.355.952	6.554.894	6.755.473
Papelería	1.009.600	1.041.200	1.073.790	1.107.400	1.141.286
Contador	3.600.000	3.712.680	3.828.887	3.948.731	4.069.562
Administración del almacén	2.400.000	2.475.120	2.552.591	2.632.487	2.713.041
Publicidad	12.000.000	12.375.600	12.762.956	13.162.437	13.565.207
TOTAL:	\$ 129.143.666	\$ 132.456.565	\$ 147.461.909	\$ 151.706.408	\$ 171.377.745

Fuente: Elaboración Propia

5.5 PRESUPUESTO DE PRÉSTAMO BANCARIO

En Colpatria se encontró el interés más bajo sobre un préstamo equivalente a aproximadamente 66 millones de pesos.

Préstamo Bancario	
Banco	Colpatria
Monto	21.748.000
Plazo	3 Años
Amortización	Mensual
Interés Anual	13,62%
Interés Mensual	1,07%

Se consultó un crédito de libre inversión en el banco Colpatria con una tasa de interés del 13,6% efectiva anual, para obtener información del crédito se propuso un escenario en el que la utilización de este tenía como objetivo adecuaciones para un negocio ya constituido, en donde los documentos exigidos por la entidad eran, los últimos tres extractos bancarios de la persona que solicita el crédito, Rut y copia de la cedula, el monto a solicitar fue de 21.748.000 Millones de pesos durante con un plazo de pago de tres años.

Tabla 63: Préstamo bancario

Préstamo Bancario	
Banco	Colpatria
Monto	21.748.000
Plazo	3 Años
Amortización	Mensual
Interés Anual	13,62%
Interés Mensual	1,07%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 64: Amortización de Crédito

Nper	Cuota	Interes	Abono Capital	Saldo
0				21.748.000
1	731.101	232.704	498.398	21.249.602
2	731.101	227.371	503.730	20.745.872
3	731.101	221.981	509.120	20.236.752
4	731.101	216.533	514.568	19.722.184
5	731.101	211.027	520.074	19.202.110
6	731.101	205.463	525.639	18.676.471
7	731.101	199.838	531.263	18.145.208
8	731.101	194.154	536.947	17.608.261
9	731.101	188.408	542.693	17.065.568
10	731.101	182.602	548.500	16.517.069
11	731.101	176.733	554.369	15.962.700
12	731.101	170.801	560.300	15.402.400
13	731.101	164.806	566.295	14.836.104
14	731.101	158.746	572.355	14.263.750
15	731.101	152.622	578.479	13.685.271
16	731.101	146.432	584.669	13.100.602
17	731.101	140.176	590.925	12.509.677
18	731.101	133.854	597.248	11.912.429
19	731.101	127.463	603.638	11.308.791
20	731.101	121.004	610.097	10.698.694
21	731.101	114.476	616.625	10.082.069
22	731.101	107.878	623.223	9.458.846
23	731.101	101.210	629.892	8.828.955
24	731.101	94.470	636.631	8.192.323
25	731.101	87.658	643.443	7.548.880
26	731.101	80.773	650.328	6.898.552
27	731.101	73.815	657.287	6.241.265
28	731.101	66.782	664.320	5.576.945
29	731.101	59.673	671.428	4.905.518
30	731.101	52.489	678.612	4.226.905
31	731.101	45.228	685.873	3.541.032
32	731.101	37.889	693.212	2.847.820
33	731.101	30.472	700.629	2.147.191
34	731.101	22.975	708.126	1.439.064
35	731.101	15.398	715.703	723.361
36	731.101	7.740	723.361	-

Fuente: Elaboración Propia

5.6 BALANCE GENERAL

El balance general es el último estado de resultados que debe hacerse al momento de realizar el presupuesto, ya que este integra la información del estado de costos, del PyG y del Flujo de Caja.

Tabla 65: Balance General

BALANCE GENERAL						
	Año 0	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
ACTIVO						
Caja y Bancos	23.875.020	16.337.506	27.242.273	38.354.476	71.544.907	101.835.963
Inventario de materias primas		9.734.558	10.294.053	11.141.814	12.059.660	13.043.138
Inventario de productos terminados		3.585.554	3.840.779	4.153.978	4.494.693	4.860.857
ACTIVO CORRIENTE	23.875.020	29.657.618	41.377.105	53.650.269	88.099.260	119.739.957
Maquinaria	11.511.880	11.511.880	11.511.880	11.511.880	11.511.880	11.511.880
Muebles y enseres	5.792.000	5.792.000	5.792.000	5.792.000	5.792.000	5.792.000
Equipo de Computo	4.097.000	4.097.000	4.097.000	4.097.000	4.097.000	4.097.000
Depreciación acumulada		(2.219.788)	(4.439.576)	(6.659.364)	(8.879.152)	(11.098.940)
ACTIVO FIJO	21.400.880	19.181.092	16.961.304	14.741.516	12.521.728	10.301.940
Activos Diferidos	6.472.100	6.472.100	6.472.100	6.472.100	6.472.100	6.472.100
Amortizacion Activos Diferidos		(1.905.433)	(3.188.767)	(4.472.100)	(5.472.100)	(6.472.100)
ACTIVO DIFERIDO	6.472.100	4.566.667	3.283.333	2.000.000	1.000.000	-
TOTAL ACTIVO	51.748.000	53.405.377	61.621.742	70.391.785	101.620.988	130.041.897
PASIVO						
Porción corriente obligaciones a L.P.	6.345.600	7.210.077	8.192.323			
Impuesto de renta por pagar		1.804.960	5.660.195	7.239.558	12.660.634	13.311.169
Cesantias por pagar		2.533.400	2.612.695	3.297.203	3.400.406	4.145.075
PASIVO CORRIENTE	6.345.600	11.548.437	16.465.214	10.536.761	16.061.040	17.456.244
Obligaciones bancarias a L.P.	15.402.400	8.192.323				
PASIVO A LARGO PLAZO	15.402.400	8.192.323	-	-	-	-
TOTAL PASIVO	21.748.000	19.740.760	16.465.214	10.536.761	16.061.040	17.456.244
Capital social	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Reserva legal			366.462	1.515.653	2.985.502	5.555.995
Utilidades retenidas			3.298.155	13.640.875	26.869.521	50.003.953
Utilidad del ejercicio		3.664.616	11.491.912	14.698.496	25.704.924	27.025.706
TOTAL PATRIMONIO	30.000.000	33.664.616	45.156.528	59.855.024	85.559.948	112.585.654
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	51.748.000	53.405.377	61.621.742	70.391.785	101.620.988	130.041.897

Fuente: Elaboración Propia

La condición que determina la correcta contabilización de la información cuantitativa de la empresa radica en la ecuación patrimonial, en este caso se evidencia para todos los años que el Activo = Pasivo + Patrimonio.

5.7 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 66: Presupuesto de producción mensual

	COSTOS DE PRODUCCION MENSUAL 2014											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Inventario inicial de mat. Primas												
Más: compras	\$ 7.609.756	\$ 7.609.756	\$ 8.869.813	\$ 8.869.813	\$ 10.129.870	\$ 10.129.870	\$ 11.365.220	\$ 11.365.220	\$ 12.649.984	\$ 12.649.984	\$ 12.649.984	\$ 12.649.984
- descuento en compras	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Fletes e impuestos	\$ 805.420	\$ 805.420	\$ 938.785	\$ 938.785	\$ 1.072.150	\$ 1.072.150	\$ 1.202.900	\$ 1.202.900	\$ 1.338.880	\$ 1.338.880	\$ 1.338.880	\$ 1.338.880
Compras netas	\$ 8.415.176	\$ 8.415.176	\$ 9.808.598	\$ 9.808.598	\$ 11.202.020	\$ 11.202.020	\$ 12.568.120	\$ 12.568.120	\$ 13.988.864	\$ 13.988.864	\$ 13.988.864	\$ 13.988.864
Menos: Inventario final	\$ 592.968	\$ 592.968	\$ 691.796	\$ 691.796	\$ 790.624	\$ 790.624	\$ 864.745	\$ 864.745	\$ 963.573	\$ 963.573	\$ 963.573	\$ 963.573
COSTO DE M.P. UTILIZADA	\$ 7.822.208	\$ 7.822.208	\$ 9.116.802	\$ 9.116.802	\$ 10.411.396	\$ 10.411.396	\$ 11.703.375	\$ 11.703.375	\$ 13.025.291	\$ 13.025.291	\$ 13.025.291	\$ 13.025.291
Mantenimiento maquinaria	\$ 66.667	\$ 66.667	\$ 66.667	\$ 66.667	\$ 66.667	\$ 66.667	\$ 66.667	\$ 66.667	\$ 66.667	\$ 66.667	\$ 66.667	\$ 66.667
Depreciación maquinaria	\$ 68.432	\$ 68.432	\$ 68.432	\$ 68.432	\$ 68.432	\$ 68.432	\$ 68.432	\$ 68.432	\$ 68.432	\$ 68.432	\$ 68.432	\$ 68.432
Servicios públicos	\$ 69.632	\$ 69.632	\$ 69.632	\$ 69.632	\$ 69.632	\$ 69.632	\$ 69.632	\$ 69.632	\$ 69.632	\$ 69.632	\$ 69.632	\$ 69.632
Subtotal costos indirectos	\$ 204.731	\$ 204.731	\$ 204.731	\$ 204.731	\$ 204.731	\$ 204.731	\$ 204.731	\$ 204.731	\$ 204.731	\$ 204.731	\$ 204.731	\$ 204.731
COSTO DE PRODUCCIÓN P.	\$ 8.026.939	\$ 8.026.939	\$ 9.321.533	\$ 9.321.533	\$ 10.616.127	\$ 10.616.127	\$ 11.908.106	\$ 11.908.106	\$ 13.230.022	\$ 13.230.022	\$ 13.230.022	\$ 13.230.022
Mas: Inv. Inicial Productos T.												
Menos Inv. Final Productos T.	\$ 216.944	\$ 216.944	\$ 251.933	\$ 251.933	\$ 286.922	\$ 286.922	\$ 321.841	\$ 321.841	\$ 357.568	\$ 357.568	\$ 357.568	\$ 357.568
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$ 7.809.995	\$ 7.809.995	\$ 9.069.600	\$ 9.069.600	\$ 10.329.205	\$ 10.329.205	\$ 11.586.265	\$ 11.586.265	\$ 12.872.454	\$ 12.872.454	\$ 12.872.454	\$ 12.872.454

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 67: Costos de producción anual

COSTOS DE PRODUCCION					
	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Inventario inicial de mat. Primas		\$ 9.734.558	\$ 10.294.053	\$ 11.141.814	\$ 12.059.660
Más: compras	\$ 126.549.254	\$ 123.503.155	\$ 133.964.548	\$ 145.095.330	\$ 157.048.318
- descuento en compras	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Fletes e impuestos	\$ 13.394.030	\$ 13.071.630	\$ 14.178.868	\$ 15.356.955	\$ 16.622.065
Compras netas	\$ 139.943.284	\$ 136.574.785	\$ 148.143.416	\$ 160.452.285	\$ 173.670.383
Menos: Inventario final	\$ 9.734.558	\$ 10.294.053	\$ 11.141.814	\$ 12.059.660	\$ 13.043.138
COSTO DE M.P. UTILIZADA	\$ 130.208.726	\$ 136.015.290	\$ 147.295.655	\$ 159.534.439	\$ 172.686.905
Mantenimiento maquinaria	\$ 800.000	\$ 825.040	\$ 850.864	\$ 877.496	\$ 904.347
Depreciación maquinaria	\$ 821.188	\$ 821.188	\$ 821.188	\$ 821.188	\$ 821.188
Servicios públicos	\$ 835.584	\$ 861.738	\$ 888.710	\$ 916.527	\$ 944.573
Subtotal costos indirectos	\$ 2.456.772	\$ 2.507.966	\$ 2.560.762	\$ 2.615.211	\$ 2.670.108
COSTO DE PRODUCCIÓN P.	\$ 132.665.498	\$ 138.523.255	\$ 149.856.416	\$ 162.149.650	\$ 175.357.013
Mas: Inv. Inicial Productos T.	0	\$ 3.585.554	\$ 3.840.779	\$ 4.153.978	\$ 4.494.693
Menos Inv. Final Productos T.	\$ 3.585.554	\$ 3.840.779	\$ 4.153.978	\$ 4.494.693	\$ 4.860.857
TOTAL COSTO DE VENTAS	\$ 129.079.944	\$ 138.268.031	\$ 149.543.217	\$ 161.808.935	\$ 174.990.849

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 68: Estado de resultados mensuales

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS 2014												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
VENTAS BRUTAS	\$ 17.112.000	\$ 17.112.000	\$ 19.964.000	\$ 19.964.000	\$ 22.816.000	\$ 22.816.000	\$ 25.668.000	\$ 25.668.000	\$ 28.520.000	\$ 28.520.000	\$ 28.520.000	\$ 28.520.000
Menos descuentos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
VENTAS NETAS	\$ 17.112.000	\$ 17.112.000	\$ 19.964.000	\$ 19.964.000	\$ 22.816.000	\$ 22.816.000	\$ 25.668.000	\$ 25.668.000	\$ 28.520.000	\$ 28.520.000	\$ 28.520.000	\$ 28.520.000
Costo de ventas	\$ 7.809.995	\$ 7.809.995	\$ 9.069.600	\$ 9.069.600	\$ 10.329.205	\$ 10.329.205	\$ 11.586.265	\$ 11.586.265	\$ 12.872.454	\$ 12.872.454	\$ 12.872.454	\$ 12.872.454
UTILIDAD BRUTA	\$ 9.302.005	\$ 9.302.005	\$ 10.894.400	\$ 10.894.400	\$ 12.486.795	\$ 12.486.795	\$ 14.081.735	\$ 14.081.735	\$ 15.647.546	\$ 15.647.546	\$ 15.647.546	\$ 15.647.546
Sueldos de Administracion y Ventas + Prestaciones	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319
Cesantias Sueldos de Administracion y Ventas	\$ 211.117	\$ 211.117	\$ 211.117	\$ 211.117	\$ 211.117	\$ 211.117	\$ 211.117	\$ 211.117	\$ 211.117	\$ 211.117	\$ 211.117	\$ 211.117
Mantenimiento del almacén	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000
Depreciación de equipo	\$ 116.550	\$ 116.550	\$ 116.550	\$ 116.550	\$ 116.550	\$ 116.550	\$ 116.550	\$ 116.550	\$ 116.550	\$ 116.550	\$ 116.550	\$ 116.550
Amortización de Activos Diferidos	\$ 158.786	\$ 158.786	\$ 158.786	\$ 158.786	\$ 158.786	\$ 158.786	\$ 158.786	\$ 158.786	\$ 158.786	\$ 158.786	\$ 158.786	\$ 158.786
Gastos varios	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000
Arriendo	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000
Servicios Públicos	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000
Papelería	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133
Contador	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Administración del almacén	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Publicidad	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000
Total gastos de ventas y administración	\$ 12.351.905	\$ 12.351.905	\$ 12.351.905	\$ 12.351.905	\$ 12.351.905	\$ 12.351.905	\$ 12.351.905	\$ 12.351.905	\$ 12.351.905	\$ 12.351.905	\$ 12.351.905	\$ 12.351.905
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ (3.049.900)	\$ (3.049.900)	\$ (1.457.505)	\$ (1.457.505)	\$ 134.890	\$ 134.890	\$ 1.729.829	\$ 1.729.829	\$ 3.295.641	\$ 3.295.641	\$ 3.295.641	\$ 3.295.641
Gastos financieros	\$ 232.704	\$ 227.371	\$ 221.981	\$ 216.533	\$ 211.027	\$ 205.463	\$ 199.838	\$ 194.154	\$ 188.408	\$ 182.602	\$ 176.733	\$ 170.801
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ (3.282.604)	\$ (3.277.271)	\$ (1.679.486)	\$ (1.674.038)	\$ (76.137)	\$ (70.573)	\$ 1.529.991	\$ 1.535.676	\$ 3.107.232	\$ 3.113.039	\$ 3.118.908	\$ 3.124.840
Provisión impuesto de renta	\$ 150.413	\$ 150.413	\$ 150.413	\$ 150.413	\$ 150.413	\$ 150.413	\$ 150.413	\$ 150.413	\$ 150.413	\$ 150.413	\$ 150.413	\$ 150.413
UTILIDAD NETA	\$ (3.433.017)	\$ (3.427.684)	\$ (1.829.899)	\$ (1.824.452)	\$ (226.551)	\$ (220.986)	\$ 1.379.578	\$ 1.385.262	\$ 2.956.819	\$ 2.962.626	\$ 2.968.495	\$ 2.974.426

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 69: Estado de Resultados Anual

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
VENTAS BRUTAS	\$ 285.200.000	\$ 309.120.000	\$ 339.824.000	\$ 372.820.000	\$ 408.289.000
Menos descuentos	0	\$ -	0	0	0
VENTAS NETAS	\$ 285.200.000	\$ 309.120.000	\$ 339.824.000	\$ 372.820.000	\$ 408.289.000
Costo de ventas	\$ 129.079.944	\$ 138.268.031	149543216,8	161808935,1	174990848,8
UTILIDAD BRUTA	\$ 156.120.056	\$ 170.851.969	\$ 190.280.783	\$ 211.011.065	\$ 233.298.151
GASTOS DE VENTAS Y ADMI					
Sueldos de Administracion y Ventas + Prestaciones	43.479.832	44.840.751	56.588.715	58.359.942	74.611.354
Cesantias Sueldos de Administracion y Ventas	2.533.400	2.612.695	3.297.203	3.400.406	4.145.075
Mantenimiento del almacén	240.000	247.512	255.259	263.249	271.304
Depreciación de equipo	1.398.600	1.398.600	1.398.600	1.398.600	1.398.600
Amortizacion de Activos Diferidos	1.905.433	1.283.333	1.283.333	1.000.000	1.000.000
Gastos varios	480.000	495.024	510.518	526.497	542.608
Arriendo	54.000.000	55.690.200	57.433.303	59.230.966	61.043.433
Servicios Públicos	5.976.000	6.163.049	6.355.952	6.554.894	6.755.473
Papelería	1.009.600	1.041.200	1.073.790	1.107.400	1.141.286
Contador	3.600.000	3.712.680	3.828.887	3.948.731	4.069.562
Administración del almacén	2.400.000	2.475.120	2.552.591	2.632.487	2.713.041
Publicidad	31.200.000	32.176.560	33.183.686	34.222.336	35.269.539
Total gastos de ventas y administración	\$ 148.222.866	\$ 152.136.725	\$ 167.761.839	\$ 172.645.507	\$ 192.961.277
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 7.897.190	\$ 18.715.244	\$ 22.518.944	\$ 38.365.558	\$ 40.336.874
OTROS GASTOS					
Gastos financieros	2.427.614	1.563.137	580.891		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 5.469.577	\$ 17.152.107	\$ 21.938.053	\$ 38.365.558	\$ 40.336.874
Provisión impuesto de renta	\$ 1.804.960	\$ 5.660.195	\$ 7.239.558	\$ 12.660.634	\$ 13.311.169
UTILIDAD NETA	\$ 3.664.616	\$ 11.491.912	\$ 14.698.496	\$ 25.704.924	\$ 27.025.706

Fuente: Elaboración Propia

En el estado de pérdidas y ganancias se observa que está incluido de manera correcta el costo de ventas resultante del estado de costos. Afortunadamente las políticas mantenidas al momento de realizar las proyecciones arrojarán utilidades desde el primer año. Posteriormente por medio de la evaluación financiera se determinarán si las utilidades son suficientes para hacer rentable la inversión.

5.8. FLUJO DE EFECTIVO

Tabla 70: Flujo de caja mensual

FLUJO DE CAJA 2014													
	Año 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS													
Ventas del periodo		\$ 17.112.000	\$ 17.112.000	\$ 19.964.000	\$ 19.964.000	\$ 22.816.000	\$ 22.816.000	\$ 25.668.000	\$ 25.668.000	\$ 28.520.000	\$ 28.520.000	\$ 28.520.000	\$ 28.520.000
Préstamo de largo plazo	\$ 21.748.000												
Capital Social	\$ 30.000.000												
TOTAL INGRESOS	\$ 51.748.000	\$ 17.112.000	\$ 17.112.000	\$ 19.964.000	\$ 19.964.000	\$ 22.816.000	\$ 22.816.000	\$ 25.668.000	\$ 25.668.000	\$ 28.520.000	\$ 28.520.000	\$ 28.520.000	\$ 28.520.000
EGRESOS													
Compra de materias primas		\$ 8.415.176	\$ 8.415.176	\$ 9.808.598	\$ 9.808.598	\$ 11.202.020	\$ 11.202.020	\$ 12.568.120	\$ 12.568.120	\$ 13.988.864	\$ 13.988.864	\$ 13.988.864	\$ 13.988.864
Pago CIF - Depreciación		\$ 136.299	\$ 136.299	\$ 136.299	\$ 136.299	\$ 136.299	\$ 136.299	\$ 136.299	\$ 136.299	\$ 136.299	\$ 136.299	\$ 136.299	\$ 136.299
Sueldos de Administracion y Ventas + Prestaciones		\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319	\$ 3.623.319
Mantenimiento del almacén		\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000
Gastos varios		\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000
Arriendo		\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000
Servicios Públicos		\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000	\$ 498.000
Papelería		\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133	\$ 84.133
Contador		\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Administración del almacén		\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Publicidad		\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000
Pago de cesantías													
Gastos financieros		\$ 232.704	\$ 227.371	\$ 221.981	\$ 216.533	\$ 211.027	\$ 205.463	\$ 199.838	\$ 194.154	\$ 188.408	\$ 182.602	\$ 176.733	\$ 170.801
Pago de obligaciones bancarias		\$ 498.398	\$ 503.730	\$ 509.120	\$ 514.568	\$ 520.074	\$ 525.639	\$ 531.263	\$ 536.947	\$ 542.693	\$ 548.500	\$ 554.369	\$ 560.300
Pago de impuesto de renta													
Compra de Activos Fijos	\$ 21.400.880												
Pago de Activos Diferidos	\$ 6.472.100												
TOTAL EGRESOS	\$ 27.872.980	\$ 21.148.029	\$ 21.148.029	\$ 22.541.451	\$ 22.541.451	\$ 23.934.873	\$ 23.934.873	\$ 25.300.973	\$ 25.300.973	\$ 26.721.717	\$ 26.721.717	\$ 26.721.717	\$ 26.721.717
	\$ -												
Flujo neto del periodo	\$ 23.875.020	\$ (4.036.029)	\$ (4.036.029)	\$ (2.577.451)	\$ (2.577.451)	\$ (1.118.873)	\$ (1.118.873)	\$ 367.027	\$ 367.027	\$ 1.798.283	\$ 1.798.283	\$ 1.798.283	\$ 1.798.283
Más saldo inicial de caja	\$ -	\$ 23.875.020	\$ 19.838.991	\$ 15.802.963	\$ 13.225.512	\$ 10.648.062	\$ 9.529.189	\$ 8.410.317	\$ 8.777.344	\$ 9.144.372	\$ 10.942.655	\$ 12.740.939	\$ 14.539.222
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 23.875.020	\$ 19.838.991	\$ 15.802.963	\$ 13.225.512	\$ 10.648.062	\$ 9.529.189	\$ 8.410.317	\$ 8.777.344	\$ 9.144.372	\$ 10.942.655	\$ 12.740.939	\$ 14.539.222	\$ 16.337.506

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 71: Flujo de efectivo anual

	FLUJO DE CAJA					
	AÑO 0	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
INGRESOS						
Ventas del periodo		285.200.000	309.120.000	339.824.000	372.820.000	408.289.000
Préstamo de largo plazo	21.748.000					
Capital Social	30.000.000					
TOTAL INGRESOS	51.748.000	285.200.000	309.120.000	339.824.000	372.820.000	408.289.000
EGRESOS						
Compra de materias primas		139.943.284	136.574.785	148.143.416	160.452.285	173.670.383
Pago CIF - Depreciación		1.635.584	1.686.778	1.739.574	1.794.023	1.848.920
Sueldos de Administración y Ventas + Prestaciones		43.479.832	44.840.751	56.588.715	58.359.942	74.611.354
Mantenimiento del almacén		240.000	247.512	255.259	263.249	271.304
Gastos varios		480.000	495.024	510.518	526.497	542.608
Arriendo		54.000.000	55.690.200	57.433.303	59.230.966	61.043.433
Servicios Públicos		5.976.000	6.163.049	6.355.952	6.554.894	6.755.473
Papelería		1.009.600	1.041.200	1.073.790	1.107.400	1.141.286
Contador		3.600.000	3.712.680	3.828.887	3.948.731	4.069.562
Administración del almacén		2.400.000	2.475.120	2.552.591	2.632.487	2.713.041
Publicidad		31.200.000	32.176.560	33.183.686	34.222.336	35.269.539
Pago de cesantías			2.533.400	2.612.695	3.297.203	3.400.406
Gastos financieros		2.427.614	1.563.137	580.891		
Pago de obligaciones bancarias		6.345.600	7.210.077	8.192.323		
Pago de impuesto de renta			1.804.960	5.660.195	7.239.558	12.660.634
Compra de Activos Fijos	21.400.880					
Pago de Activos Diferidos	6.472.100					
TOTAL EGRESOS	27.872.980	292.737.514	298.215.233	328.711.797	339.629.570	377.997.944
Flujo neto del periodo	23.875.020	(7.537.514)	10.904.767	11.112.203	33.190.430	30.291.056
Más saldo inicial de caja	-	23.875.020	16.337.506	27.242.273	38.354.476	71.544.907
SALDO FINAL DE CAJA	23.875.020	16.337.506	27.242.273	38.354.476	71.544.907	101.835.963

Fuente: Elaboración Propia

En el flujo de efectivo se debe garantizar la liquidez de la empresa, y así evitar en el peor y casi catastrófico caso un saldo final de caja negativo. En el año 0 se evidencia un saldo final de caja de 23 millones, este valor corresponde al capital de trabajo. El saldo final de caja corresponde al valor de caja del balance general.

5.9 ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 72: Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio					
	2014	2015	2016	2017	2018
CIF	2.456.772	2.507.966	2.560.762	2.615.211	2.670.108
Gasto de Personal	46.013.232	47.453.446	59.885.918	61.760.348	78.756.429
Gastos de Administración y Ventas	102.209.633	104.683.279	107.875.921	110.885.159	114.204.848
Gasto de Financiamiento	2.427.614	1.563.137	580.891	-	-
Total Costos y Gastos Fijos	153.107.251	156.207.828	170.903.492	175.260.717	195.631.384
Precio	62.000	64.000	67.000	70.000	73.000
Materia Prima	24.707	25.480	26.278	27.100	27.930
Fletes	2.615	2.697	2.781	2.868	2.956
Total Costo Variable	27.322	28.177	29.059	29.969	30.886
Margen de Contribución	34.678	35.823	37.941	40.031	42.114
Punto de Equilibrio	4.415	4.361	4.504	4.378	4.645

Fuente: Elaboración Propia

Año a año se encuentran las unidades que se tienen que vender para que la utilidad neta resulte en 0.

5.10. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Tabla 73: Fuentes de financiamiento

GASTOS PUESTA EN MARCHA			
	VALOR	CANTIDAD	TOTAL
Muebles Y Enseres			
Sillas	63,000	16	\$ 1,008,000
Silla registradora	28,000	1	\$ 28,000
Stands	920,000	4	\$ 3,680,000
mesas	54,000	2	\$ 108,000
mueble oficina	248,000	1	\$ 248,000
Cajones de madera	240,000	3	\$ 720,000
Total			\$ 5,792,000
Equipo de Computo			
televisor	1	1,049,000	\$ 1,049,000
caja registradora	1	800,000	\$ 800,000
computador	1	999,000	\$ 999,000
Parlantes	1	849,000	\$ 849,000
Caja Registradora	1	400,000	\$ 400,000
Total			\$ 4,097,000
Maquinaria			
MECHANICAL HAND CRANK STUFFER Red	1	\$ 3,586,590.00	\$ 3,586,590.00
Fletes de importación	1	\$ 1,100,000.00	\$ 1,100,000.00
ELECTRICAL HAND CRANK STUFFER Red	1	\$ 4,485,490.00	\$ 4,485,490.00
Fletes de importación	1	\$ 2,200,000.00	\$ 2,200,000.00
secador	2	\$ 69,900.00	\$ 139,800.00
Total			\$ 11,511,880
Activos Diferidos			
PAGINA WEB			\$ 500,000
SOFTWARE CONTABLE			\$ 350,000
Adecuación			\$ 5,000,000
REGISTRO CAMARA DE COMERCIO			622,100
Total			\$ 6,472,100
Capital de Trabajo			
Equivalente a:	1 Meses de Egresos		
Total:			23,874,808
Necesidad de Capital			51,748,000

Fuente: Elaboración Propia

En activos fijos y puesta en marcha se planea una inversión cercana a los 27 millones de pesos, sin embargo todo emprendedor por el simple hecho de darle una estabilidad a la empresa a crear, debe contemplar en su inversión un capital destinado a suplir los gastos y costos en caso de que el negocio no funcione en su etapa introductoria. Según el presupuesto los egresos correspondientes a 1 mes serán 23 millones, es decir que la empresa podrá funcionar sin interrupción alguna el primer mes sin necesidad de vender un solo producto (siendo realistas por el tipo de negocio, resulta algo inconcebible). Redondeando la cifra correspondiente a la sumatoria de activos fijos y capital de trabajo, se tiene una necesidad de capital de 51.748.000 pesos.

En resumen el financiamiento se hará de la siguiente manera:

Fuente	Aporte	Participación	Costo
Capital Social	30.000.000	58%	18,61%
Préstamo Bancario	21.748.000	42%	13,62%

El préstamo bancario será otorgado por la entidad financiera Colpatria.

5.11. EVALUACION FINANCIERA

5.11.1. Evaluación financiera del proyecto

El flujo de caja libre muestra el dinero disponible que podrá hacer sostenible financieramente la empresa a crear.

Tabla 74: Evaluación Financiera

	Inversión	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas		285.200.000	309.120.000	339.824.000	372.820.000	408.289.000
- Costo de ventas		129.079.944	138.268.031	149.543.217	161.808.935	174.990.849
Utilidad Bruta		156.120.056	170.851.969	190.280.783	211.011.065	233.298.151
- Gastos operacionales		148.222.866	152.136.725	167.761.839	172.645.507	192.961.277
Utilidad Operacional		7.897.190	18.715.244	22.518.944	38.365.558	40.336.874
+ Depreciación		2.219.788	2.219.788	2.219.788	2.219.788	2.219.788
+ Amortización		1.905.433	1.283.333	1.283.333	1.000.000	1.000.000
+ Intereses		2.427.614	1.563.137	580.891	-	-
IMPUESTOS		(1.804.960)	(5.660.195)	(7.239.558)	(12.660.634)	(13.311.169)
+ Cesantías por pagar		2533400	79295,42	684507,977	103202,4663	744669,3378
+ Va. Inventario MP		(9.734.558)	(559.495)	(847.761)	(917.846)	(983.478)
+ Va. Inventario PT		(3.585.554)	(255.225)	(313.200)	(340.714)	(366.164)
Flujo de caja libre del proyecto	(51.748.000)	1.858.353	17.385.883	18.886.946	27.769.354	29.640.521

Fuente: Elaboración Propia

Con conocimiento de los flujos de efectivo que genera la inversión, se procede a determinar si el proyecto es financieramente viable mediante la aplicación de la metodología VNA o valor neto actual, y TIR o tasa interna de retorno.

WACC	16,51%
TIR del proyecto:	18,71%
VNA del proyecto:	3.468.134

Conclusión de Viabilidad Financiera:

VNA: el cálculo del vna toma en cuenta el costo promedio ponderado de capital. Un proyecto financieramente rentable debe arrojar un vna positivo.

TIR: la TIR es el rendimiento real de la empresa, y si su valor resulta mayor al costo promedio de capital, el proyecto es financieramente viable.

MIKIYO'S es financieramente atractivo y viable para el inversionista.

5.11.2. Evaluación financiera para el inversionista

La evaluación financiera del proyecto determina la rentabilidad de la inversión para el accionista. El flujo de caja neto muestra el dinero disponible para ser repartido como dividendos.

Tabla 75: Evaluación Financiera del inversionista

	Inversión	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas		285.200.000	309.120.000	339.824.000	372.820.000	408.289.000
- Costo de ventas		129.079.944	138.268.031	149.543.217	161.808.935	174.990.849
Utilidad Bruta		156.120.056	170.851.969	190.280.783	211.011.065	233.298.151
- Gastos operacionales		148.222.866	152.136.725	167.761.839	172.645.507	192.961.277
Utilidad Operacional		7.897.190	18.715.244	22.518.944	38.365.558	40.336.874
+ Depreciación		2.219.788	2.219.788	2.219.788	2.219.788	2.219.788
+ Amortización		1.905.433	1.283.333	1.283.333	1.000.000	1.000.000
+ Intereses		2.427.614	1.563.137	580.891	-	-
IMPUESTOS		(1.804.960)	(5.660.195)	(7.239.558)	(12.660.634)	(13.311.169)
+ Cesantías por pagar		2533400	79295,42	684507,977	103202,4663	744669,3378
+ Va. Inventario MP		(9.734.558)	(559.495)	(847.761)	(917.846)	(983.478)
+ Va. Inventario PT		(3.585.554)	(255.225)	(313.200)	(340.714)	(366.164)
Flujo de caja libre del proyecto	(51.748.000)	1.858.353	17.385.883	18.886.946	27.769.354	29.640.521
- pagos capital deuda		6.345.600	7.210.077	8.192.323	-	-
- pagos intereses		2.427.614	1.563.137	580.891	-	-
Flujo de caja neto del inversionista	(30.000.000)	(6.914.861)	8.612.669	10.113.732	27.769.354	29.640.521

Con conocimiento de los flujos de efectivo que genera la inversión, se procede a determinar si las utilidades satisfacen las exigencias del inversionista mediante la aplicación de la metodología VNA o valor neto actual, y TIR o tasa interna de retorno.

Costo de capital	18,61%
Tasa libre de riesgo	4%
Rentabilidad del mercado	12%
Beta	1,45
Tasa riesgo país	3%

Tabla 76: Indicadores del inversionista

Costo de Capital	18,61%
TIR del inversionista:	21,24%
VNA del inversionista	3.013.466

Fuente: Elaboración Propia

Conclusión de Viabilidad Financiera:

VNA: el cálculo del VNA toma en cuenta la tasa de descuento o el costo de oportunidad, es decir la rentabilidad exigida por el inversionista. El criterio para aceptar un proyecto mediante el VNA, es que este resulte positivo.

TIR: la TIR es el rendimiento real del negocio, y si su valor resulta mayor al costo de oportunidad del inversionista, el proyecto es financieramente viable.

MIKIYO'S es financieramente atractivo y viable para el inversionista.

5.11.3. Escenario de probable riesgo o incidencia

Tabla 77: Escenarios

	Probable escenario	Escenario aceptable	Escenario pesimista
Unidades Vendidas	4.600	4.562	4.561
Costo de Oportunidad	18,61%	18,61%	18,61%
Vna (Valor neto actual)	3.013.466	31.169	(44.100)
TIR	21,24%	18,63%	18,57%

Fuente: Elaboración Propia

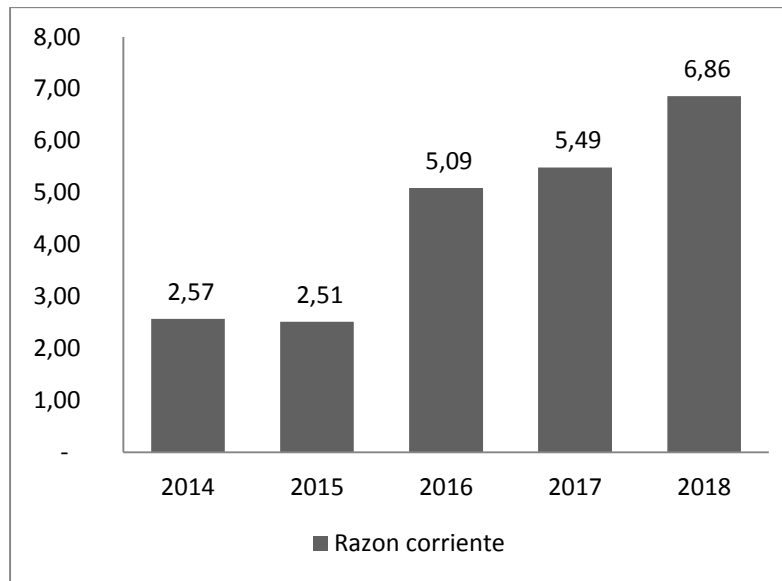
La información estipulada en el escenario aceptable muestra la cantidad mínima de unidades que se deberán vender en el primer año de operación para satisfacer las necesidades financieras de los inversionistas. Es decir que si se venden 4562 unidades en el primer año, la TIR del inversionista será por mínimas proporciones superior al rendimiento exigido por su inversión. Si las unidades a vender para el primero año son 4561, no es posible compensar con las utilidades el rendimiento exigido por el accionista. Tomando como referencia la información anterior, las ventas podrán decrecer como máximo en un 0,85%, ya que hasta este punto el proyecto seguiría siendo financieramente rentable para el inversionista.

5.12 INDICADORES FINANCIEROS

5.12.1 Razón Corriente

Para ninguno de los años la empresa tendrá problemas de liquidez. El crecimiento no se mantiene constante para todos los años, en el 2015 el nivel de liquidez será menor al del año anterior, ya que para el 2014 se usarán los 68 millones de capital de trabajo contemplados en la inversión inicial del proyecto.

Ilustración 22: Razón Corriente

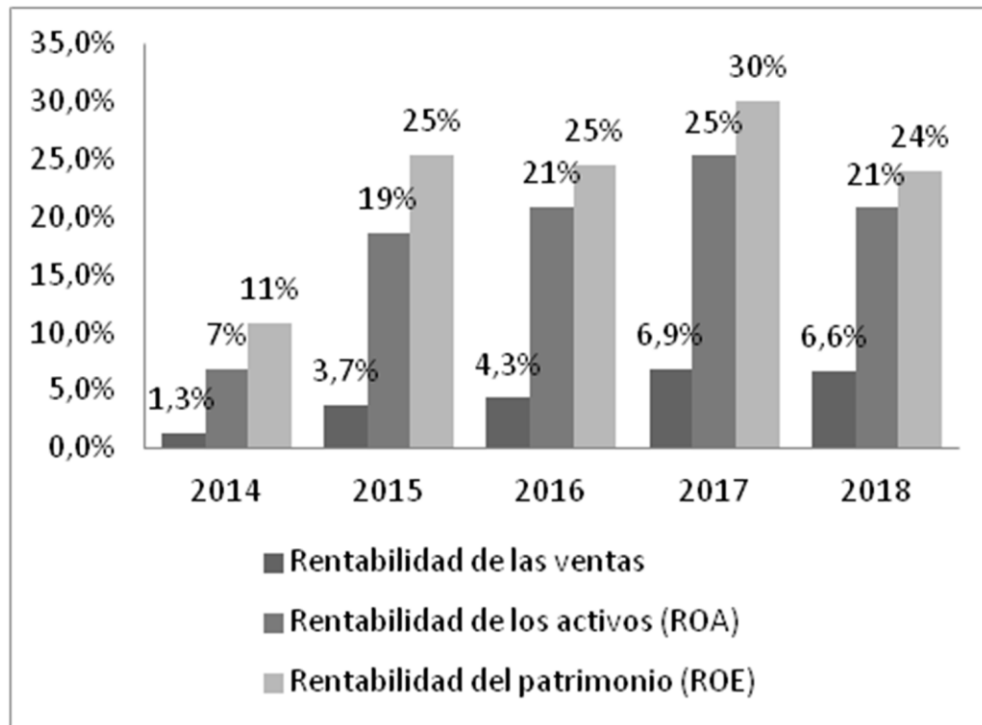


Fuente: Elaboración Propia

5.12.2. La Rentabilidad económica (ROA) vs la Rentabilidad Financiera (ROE) y Rentabilidad de las ventas

Para la totalidad de los años resultan utilidades positivas. El dinero invertido por los inversionistas rendirá a una tasa mayor que la de los activos de la empresa. En el año 2018 habrá una reducción de las rentabilidades, MIKIYO'S contempla para el último año la contratación de un vendedor adicional, el incremento en los gastos de nómina no será compensado proporcionalmente por el aumento de los ingresos, pero será necesario para garantizar una exitosa consecución de las ventas proyectas. Pese a que la rentabilidad disminuye, las utilidades crecen anualmente.

Ilustración 23: Indicadores Financieros



Fuente: Elaboración Propia

5.12.3. Nivel de Endeudamiento y Apalancamiento

La deuda bancaria será pagada en los primeros tres años de operación, por esta razón el nivel de endeudamiento decrece en los primeros años.

Para el 2017 los pasivos aumentarán debido a los impuestos que se causarán para ese año, impuestos que se incrementarán por un aumento significativo de las utilidades. El apalancamiento muestra el incremento porcentual del capital invertido por accionistas utilizando el dinero entregado por terceros, es decir que para el 2014 los accionistas lograrán aumentar en 172% su capital mediante préstamos bancarios.

6. IMPACTOS DEL PROYECTO.

El factor socio cultural de MIKIYO`S presentará impactos en la expresión del consumidor, en donde además de involucrase junto con sus seres queridos en el proceso de fabricación del peluche, se podrán recuperar los lazos de afecto generados por expresar un sentimiento de forma natural, descontextualizando la tendencia digital o tecnológica que ocupa el tiempo libre.

El impacto económico que generará MIKIYO`S contribuirá con la disminución de las tasa de desempleo, ya que al generar empleo estas se verán afectadas, por otra parte la generación de nuevas empresas permiten que estas hagan aportes para la economía nacional y el sector al cual pertenece.

En MIKIYO`S no se contempla un impacto ambiental, se establecerá una conciencia interna y externa que permita el aprovechamiento de los recursos adecuadamente, en cuanto a los proveedores, la exigencia de contar con las normas pertinentes que certifiquen la óptima calidad de los productos y el buen manejo de los recursos permitirán establecer negociaciones de una forma más ágil y confiable.

A nivel nacional, el impacto esperado esta dado en condiciones de aceptación de la idea por parte del cliente, se logró determinar mediante la investigación de campo, los sitios de entretenimiento dirigidos a los niños generalmente los fines de semana superan la capacidad dada para el cubrimiento de la necesidad nacional para recibir las visitas, por tal razón se espera que el grado de aceptación sea positivo puesto que encontraran un espacio de entretenimiento que posibilite ofrecer comodidad a los clientes.

8. CONCLUSIONES

Una vez terminado la formulación del plan de negocios para MIKIYO'S se pudo determinar las siguientes conclusiones:

- La investigación de mercado permitió definir que el segmento de mercado potencial estará determinado por niños y niñas de 5 a 19 años y compradores que son los padres entre 25 y 49 años, de estratos 4, 5 y 6 de las localidades de Usaquén y Chapinero de la ciudad de Bogotá.
- Al realizar la investigación de mercado se logró identificar que existirá una demanda de 118463 visitas anuales, MIKIYO'S tan solo cubrirá el 3,8% de la demanda
- La frecuencia de compra semestral determina que existe un potencial de 236926 peluches en la zona
- Con el fin de proporcionar una correcta ejecución de los procesos establecidos por MIKIYO'S se hará un manejo especial en los aspectos técnicos de la empresa para garantizar calidad al consumidor.
- MIKIYO'S será constituido como una empresa de Sociedad Limitada puesto que de acuerdo a sus características es la más apta para la empresa.
- De acuerdo al estudio financiero se estableció que para iniciar el negocio, se tiene una inversión inicial de aproximadamente 52 millones de pesos de los cuales, \$5.792.000 corresponden a muebles y enseres, \$4.097.000 corresponden a equipo de cómputo, \$11.511.880 corresponden a la maquinaria, \$6.472.100 corresponden a activos diferidos y un capital de trabajo con un mes de egresos de \$23.875.020. Esta inversión está financiada con un 58% de capital social y un 42% mediante un préstamo bancario que se difiere a 3 años.
- Con la evaluación financiera, se logró determinar un VNA del proyecto de \$3.468.134, una tasa interna de retorno (TIR) del 18,71% mayor a la tasa de descuento asumida correspondiente al 16,51%. La inversión se recupera en el 3 año.

- Desde el punto de vista del accionista, se estableció un VNA de \$3.013.466, una tasa interna de retorno del 21,24% mayor a la tasa de rentabilidad esperada correspondiente al 18,61%. El accionista recupera su inversión en el 3 año.
- Las cifras proyectadas en el análisis financiero, reflejan confianza en los accionistas por la TIR y el VNA tanto de los accionistas como del proyecto.
- Con el análisis de sensibilidad se pudo establecer que las ventas pueden caer hasta un 0,85% sin afectar la rentabilidad del accionista. De este modo, se pueden tomar decisiones en caso de que el negocio no esté alcanzando las ventas esperadas.
- Finalmente, se puede concluir que este nuevo modelo de negocio MIKIYO'S es viable desde todo punto de vista, pues permite recuperar la inversión inicial en un corto plazo, generando utilidades tanto para el accionista, colaboradores y para el proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

115-000011, C. E. (s.f.). *super sociedades*. Recuperado el 20 de febrero de 2013, de http://www.supersociedades.gov.co/ss/drvisapi.dll?MIval=muestra&id_pag=28996&t=1

Arellano, R. (2009). *Comportamiento del consumidor y marketign aplicaciones prácticas para América Latina*. Bogotá.

Bartiva, L. (6 de octubre de 2012). *Ser padres*. Obtenido de <http://www.serpadres.es/1-2anos/educacion-y-desarrollo/objetos-de-consuelo-transicion-ninos-1-ano.html>

bogota, c. d. (s.f.). *camara de comercio de bogota*. Recuperado el 17 de enero de 2013, de <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?conID=11574&catID=73>

David, F. R. (2008). *Conceptos de administración estratégica*. PEARSON.

Garnica, C. H. (2009). *Fundamentos de marketing*. PEARSON.

Kotler, P. (2008). *Fundamentos de marketing*. PEARSON.

Oquendo, C. (28 de Septiembre de 2012). *El tiempo*. Obtenido de <http://m.eltiempo.com/economia/bienestar/colombia-crecera-112-en-entretenimiento-y-medios/10126664>

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Diana Katherine Ramírez Ruiz

Tipo de documento de identidad: C.C. ☒ T.I. ☐ C.E. ☐ Número: 1018432604 de Bogotá D.C

Nombre Completo Cindy Lilianna Chiquillo Silva

Tipo de documento de identidad: C.C. ☒ T.I. ☐ C.E. ☐ Número: 1016010244 Bogotá D.C

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. ☐ T.I. ☐ C.E. ☐ Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. ☐ T.I. ☐ C.E. ☐ Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Plan de negocios para la creación de una empresa con
nombre "MIKIYO'S tu mejor amigo"

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI ☐ NO ☒
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizo (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: Diana Katherine Ruiz
 FIRMA: [Firma]
 DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 1018432604
 FACULTAD: Admón, Finanzas y Ciencias económicas
 PROGRAMA ACADÉMICO: Administración de empresas

NOMBRE COMPLETO: Cindy Lilianachillo Silva
 FIRMA: Cindy Liliana Silva
 DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 016010244
 FACULTAD: Admón, Finanzas y Ciencias económicas
 PROGRAMA ACADÉMICO: Administración de empresas

NOMBRE COMPLETO: _____
 FIRMA: _____
 DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
 FACULTAD: _____
 PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 24/07/2013