



UNIMINUTO

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Educación de calidad al alcance de todos

**VIABILIDAD, CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA EN EL MUNICIPIO DE SOACHA**

ANDRES ALFREDO MORA SALINAS

**COORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

2019

ANDRES ALFREDO MORA SALINAS

ID: 378247

Trabajo de Grado para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor

Juan Carlos Molina

COORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

2019

FIRMA DE LOS JURADOS

Tabla de contenido

Resumen ejecutivo.....	11
Identificación y descripción del problema o necesidad	12
Identificación y descripción del problema o necesidad u oportunidad	12
Antecedentes del problema, necesidad u oportunidad	13
Contribución del proyecto a políticas publicas	15
Justificación.....	18
Objetivos	19
General	19
Específicos	19
Direccionamiento estratégico	20
Definición del sector	20
Definición de la empresa (negocio)	21
Misión	22
Visión.....	22
Valores	23
Definición del producto o servicio.....	23
Análisis DOFA del negocio	25
Análisis interno	25
Análisis externo.....	26

Objetivos estratégicos del negocio.....	27
Gestión del mercado	28
Estudio de mercado.....	28
Mercado consumidor	32
Tamaño del mercado	32
Segmentación del mercado.....	33
Competencia	34
Mercado proveedor	36
Proyección de ventas.....	38
Estrategia de mercadeo	39
Presentación del producto o servicio.....	39
Estrategia de precios.....	39
Estrategia de distribución	40
Estrategia de comunicación.....	40
Servicio postventa	41
Gestión de operaciones.....	41
Objetivos de producción u operativos.....	41
Materiales necesarios	41
Activos fijos	42
Diseño del diagrama de compras	44

Distribución de planta.....	45
Localización.....	45
Buenas prácticas.....	46
Gestión organizacional.....	47
Estructura organizacional.....	47
Funciones de los cargos.....	48
Necesidades de personal.....	50
Proceso de vinculación.....	51
Gestión legal.....	51
Tipo de empresa.....	51
Patentes, marcas y licencias.....	52
Autorizaciones y permisos.....	52
Documentos necesarios para registrarse como persona natural ante la CCB:.....	52
Normas que regulan el desarrollo de la actividad.....	53
Gestión financiera.....	56
Inversiones.....	56
Depreciación.....	57
Costo total.....	58
Costos Variables.....	58
Costos Fijos.....	59

Presupuesto de ventas	59
Estado de resultados.....	60
Flujo de efectivo o flujo de caja.....	62
Indicadores de viabilidad	64
Punto de equilibrio	64
Utilidad líquida.....	64
Rentabilidad	65
Tiempo de retorno de la inversión.....	65
Valor presente neto o VAN.....	66
Tasa interna de retorno.....	67
Análisis e interpretación de resultados	67
Conclusiones.....	68
Prospectiva.....	69
Referencias	70
Anexos	72

Lista de tablas

Tabla 1	Tabla de categorías y productos representativos por categorías	24
Tabla 2	Tabla rangos de edades.....	33
Tabla 3	Tabla de mercado objetivo del sector	34
Tabla 4	Tabla de análisis de la competencia.	35
Tabla 5	Tabla de proyección de ventas a cinco años.....	38
Público Objetivo: Ver. Tabla 6	Tabla de mercado objetivo del sector.....	39
Tabla 7	Tabla de materiales o productos necesarios	41
Tabla 8	Tabla de activos fijos.....	42
Tabla 9	Tabla de inversión inicial	56
Tabla 10	Tabla de depreciaciones	57
Tabla 11	Tabla de costos variables.....	58
Tabla 12	Tabla costos fijos.....	59
Tabla 13	Tabla de estado de resultados	60
Tabla 14	Tabla de flujo de caja	62

Lista de figuras

Figura 1 Análisis interno DOFA	25
Figura 2 Análisis externo DOFA.....	26
Figura 3 Grafica poblacion comuna dos.....	28
Figura 4 Grafica compras para el hogar	29
Figura 5 Grafica compras en el sector	29
Figura 6 Grafica categorias.....	31
Figura 7 Grafica recurrencia de compras	32
Figura 8 Grafica aceptacion en el mercado	32
Figura 9 Imagen externa presentacion del punto de venta	39
Figura 10 Diagrama de compras de la comercializadora	44
Figura 11 Distribucion de planta local Camilo Torres	45
Figura 12 Diagrama estructura organizacional.....	47
Figura 13 Cuadro funciones cargo administrativo.....	48
Figura 14 Cuadro funciones cargo auxiliar de linea.....	49
Figura 15 Cuadro funciones cargo mensajero	50
Figura 16 Cuadro asignacion salarial	50
Figura 17 Cuadro necesidades de personal.....	50
Figura 18 Van	66
Figura 19 Tasa interna de retorno.....	67

Resumen ejecutivo

El proyecto consiste en la creación de una empresa comercializadora "REMATE" en el municipio de Soacha Cundinamarca más exactamente barrio Camilo torres ubicada en la comuna 2 denominada como Soacha central el cual consta de cuatro categorías representativas, con esto se busca satisfacer la demanda de la totalidad de la población de la comuna, teniendo una segmentación específica de clientes para cada una de ellas. Con dicho proyecto se contribuye en políticas públicas expuestas en el plan de desarrollo municipal en el sector económico, donde se busca promover la inserción de los ciudadanos a las dinámicas económicas municipales, desde puntos como el emprendimiento y la empleabilidad.

Como sector para la implementación de la comercializadora se selecciona el municipio puesto que de 10.662 empresas activas con las que cuenta el municipio el 42.8% de estas se encuentran en el sector comercio en el cual se incursiona, donde se fija un portafolio de productos subdividido en cuatro categorías o secciones, para garantizar los manejos de inventarios. Dicha subdivisión por categorías se implementa con la finalidad de atacar la totalidad del mercado objetivo que consta de 45.547 habitantes.

La fuente de ingresos está basada en la comercialización de productos al por menor o consumidor final, puesto que en esta parte de la cadena desde la elaboración es donde se genera la mayor parte de ganancias por producto. Dado que el margen de ganancia fijado de acuerdo a los estudios de mercado es del 100% sobre cada producto destinado a la venta.

Para la puesta en marcha del proyecto se necesita un monto de \$14.496.000 los cuales se distribuyen entre activos fijos y stock e inventarios, con esta inversión se obtienen un saldo neto acumulado durante el primer semestre del 2019 por un monto de \$17.673.562, el cual permite un tiempo de retorno de la inversión de 4 meses y 17 días.

Identificación y descripción del problema o necesidad

Identificación y descripción del problema o necesidad u oportunidad

En la actualidad los nuevos graduados o empleados se ven enfrentados a la falta de ofertas laborales o ausencia de cargos adecuados para su perfil profesional con una remuneración digna. Esto debido a que el desempleo actualmente en Colombia asciende según datos del DANE al 10,2%, por lo tanto es necesario buscar formas de emprendimiento en áreas donde sea posible aplicar conocimientos adquiridos en algún campo teórico practico en busca de independencia económica y creación de empresa.

El municipio de Soacha está ubicado en el centro del país, en el departamento de Cundinamarca, y de acuerdo a diversos estudios (Diagnóstico Local Empresarial de la Región de Soacha, Cundinamarca de Escandón y Bonilla; Estudio Técnico, Económico Y Ambiental Que Oriente El Redescubrimiento De La Vocación Económica Del Municipio De Soacha Cundinamarca, UNAL; Soacha, caracterización económica y empresarial, Cámara y Comercio Bogotá, CCB) generados para este territorio, se ha logrado evidenciar que es un mercado potencial para la comercialización de diversos bienes y servicios, esto debido a que durante la

última década su crecimiento demográfico ha tenido un gran aumento basado en el auge de nuevas zonas residenciales tanto para habitantes soachunos como habitantes de la ciudad vecina de Bogotá que lograron identificar en el territorio una oportunidad de acceder a vivienda digna y de calidad.

Este crecimiento poblacional evidencia las oportunidades de negocio tanto para nuevos empresarios como para los que están actualmente en el mercado; tomando como base el planteamiento anterior, se propone la implementación de una empresa comercializadora de productos para el hogar, papelería, juguetería, bisutería y demás que requieren continuamente los consumidores, estos productos tendrán un precio asequible para los habitantes del municipio, se caracterizará por una atención de calidad y una unidad productiva dispuesta a satisfacer las necesidades del consumidor con productos de calidad; además de lo expuesto anteriormente, la presente propuesta desea aprovechar que el mercado nacional cuenta con diversos distribuidores de productos importados que garantizan productos de calidad nacionales e internacionales y con precios favorables para empresarios, y que continuamente se verán reflejados en el consumidor.

Antecedentes del problema, necesidad u oportunidad

Kirzner (1995) define la empresarialidad como un elemento de perspicacia, que tiene como fin identificar nuevos proyectos a partir de los recursos disponibles con los que cuentan los empresarios y asimismo evidenciar las oportunidades ocultas que se encuentran en el mercado; partiendo del planteamiento anterior realizado por el autor, se puede complementar, que la empresarialidad es una oportunidad de aumentar o generar nuevos ingresos desde la concepción

de ideas de negocios que permitan satisfacer las necesidades del consumidor a partir de bienes o servicios que satisfagan las necesidades de estos.

De acuerdo a la UNAL (2017) en el municipio de Soacha se cuenta con 10.662 empresas activas de las cuales el 42,8% se dedican a la comercialización de bienes de diversa índole en el territorio y adicionalmente, la CCB (2010) logró identificar que esta actividad se desarrolla principalmente en la Comuna I – Compartir y la Comuna II – Centro Soacha; sin embargo, es necesario aclarar que en la Comuna II el sector comercial se encuentra ubicado entre las carreras 6 y 10 y las calles 18 y 22^a.

De aquí los múltiples proyectos de emprendimiento y creación de empresas dentro del departamento de Cundinamarca por parte de futuros graduados y recién egresados:

- PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA “VALVULAS S.A.S”, universidad EAN, implementado en León XII, Soacha, Cundinamarca.
- ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA EMPRESA PUNTO A PUNTO, UNIMINUTO, a implementar Bogotá, Cundinamarca.
- ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE POSTRES, UNIMINUTO, a implementar Chía – Cundinamarca.
- PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS DEPORTIVAS ELABORADAS CON TEJIDO INTELIGENTE, UNIMINUTO, a implementar Bogotá – Colombia.

Adicionalmente, el municipio de Soacha ha evidenciado un crecimiento demográfico durante las dos últimas décadas debido al aumento de espacios residenciales en el territorio, según el DANE (2005) la población de Soacha sería cercana a los 570.000 habitantes, pero la UNAL (2017) establece que el municipio cuenta con un poco más de 1.000.000 de habitantes y Escandón y Bonilla (2018) evidencian que la población superaría el 1.300.000 habitantes; este crecimiento poblacional aunque se visualice como una problemática para el gobierno local debido a la carencia de recursos que garanticen el diseño y aplicación de políticas que mejoren la calidad de vida, es una oportunidad de negocio para empresarios del municipio.

Partiendo de lo expuesto anteriormente, se logra visualizar esa oportunidad oculta en el mercado propuesto por Kirzner a partir de la implementación de una empresa comercializadora que brinde al consumidor productos para el hogar, papelería, juguetería, bisutería y demás a precios asequibles y con diversos estándares de calidad según las necesidades de la población residente en la Comuna II y comunas cercanas; por lo cual, es necesario preguntarse ¿Cuál es la viabilidad existente para la creación de una empresa comercializadora en el municipio de Soacha?

Contribución del proyecto a políticas públicas

Por parte de la comercializadora se contribuye en políticas públicas, desde el plan de desarrollo municipal, territorial y planes de desarrollo de CCB, incursionando en los planes propuestos por las diversas organizaciones:

Desde el plan de desarrollo territorial:

Artículo 42° Objetivo del Desarrollo Económico: Promover la inserción de los ciudadanos a las dinámicas económicas municipales, tanto desde la mirada del emprendimiento como desde la mirada de la empleabilidad, nuestros ciudadanos logren de manera autónoma la satisfacción de sus necesidades de carácter personal. Bajo esa lógica se promoverá la consolidación de las economías locales que propendan por la generación y distribución de bienes y servicios en nuestro territorio de modo que se fortalezcan las economías vecinales, barriales y municipales con la mirada puesta en la sostenibilidad ambiental y la generación de valor agregado de orden municipal.

Artículo 43° Pensando en el Desarrollo: En el marco de la ejecución del presente programa la Administración Municipal adelantara proyectos orientados a impulsar y consolidar el desarrollo económico del municipio de Soacha por medio del acompañamiento constante de la administración a los procesos empresariales novedosos y fomenten el fortalecimiento del sector y de la dinámica económica interna. El presente programa se encuentra compuesto por los siguientes proyectos con sus respectivas estrategias de desarrollo:

2. Fortalecimiento empresarial. El presente proyecto contempla la estructuración y ejecución de estrategias orientadas a la consecución del Desarrollo Integral de la ciudadanía particularmente en materia de fortalecimiento empresarial que fomente la constitución de empresas, el mejoramiento de los procesos productivos y el reconocimiento a los mejores esfuerzos. Para tal efecto se plantean las siguientes estrategias de desarrollo:

- a. Diseñar e implementar estrategias orientadas al fortalecimiento Empresarial que fomenten la aplicación de nuevas tecnologías en sus procesos (Reconversión Tecnológica, Aplicación de Tics, Procesos productivos, nuevos mercados, entre otros)
- b. Realizar muestras de negocio para la promoción y el impulso de la producción local, por medio de ventas al detal.

1. En Soacha Ciudadanía Emprendedora. El presente proyecto contempla la estructuración y ejecución de estrategias orientadas a la consecución del Desarrollo Integral de la ciudadanía, particularmente en el campo del fomento del emprendimiento con el ánimo de lograr su efectiva formación y su sostenibilidad en el tiempo. Para tal efecto se plantean las siguientes estrategias de desarrollo:

- a. Diseñar e implementar estrategias de Formalización Empresarial.
- b. Establecer un modelo de acceso a incentivos orientado al mejoramiento y/o ejecución del plan de Negocios para emprendedores, contemplando: Planes de Capacitación previos, Garantías de Formalización del emprendimiento y Requisitos específicos para su entrega.
- c. Articular acciones con entidades financieras y de fomento empresarial para facilitar canales de intermediación financiera y productiva a emprendedores y MIPYMES.
- d. Diseñar e implementar un sistema de control, seguimiento y evaluación a las unidades productivas vinculadas a los procesos de emprendimiento y desarrollo.

Con la creación de nuevas empresas en Colombia se contribuye a la disminución de índices de desempleo los cuales Según el Plan de Desarrollo Departamental 2016-2020 en su apártate especial 1.0 designado a Soacha emana en cuanto al empleo, se presenta una situación crítica en el municipio que llega al 15,6% de desempleo, en la población económicamente activa, equivalente a 149.803 personas. El rango de edad más afectado está entre 15 a 24 años, especialmente las mujeres. El 58% de los ocupados corresponde a obreros o empleados del sector privado; el 15% a trabajador por cuenta propia.

Por otra parte la CCB en su plan estratégico para el 2019 dentro de sus proyectos para el presente año desea aumentar ingresos privados a \$3.733 millones, lo que representa un incremento del 3% frente al 2018, de aquí que con la creación de y legalización de nuevos

proyectos se contribuye a ese monto de recaudo meta por parte de la CCB.

Al igual la CCB en su plan estratégico en la parte de Fortalecimiento Empresarial tiene como metas:

- Lograr que 5.000 empresas se creen con apoyo de los servicios CCB, de aquí que el proyecto entra a ser parte de esa meta de creación de nuevas empresas.

- Lograr que más del 60% de los empresarios vinculados al servicio de acompañamiento cumplan sus sueños empresariales.

- Cumplir 11.498 sueños dentro de los que se destacan: incrementar ventas (955), exportar (220) y aumentar productividad (550).

De aquí que con la creación de la comercializadora se contribuye a aumentar la cifra en estos cuatro indicadores planteados por parte de ellos como ente legal.

Justificación

La idea de la creación e implementación de la comercializadora nace como alternativa para atacar el desempleo que afecta a los nuevos profesionales en Colombia el cual según el DANE al 2018, existen 12'768.157 jóvenes (entre 18 y 28 años), de los cuales 3'400.000 no tienen empleo. De aquí surge una necesidad primaria de creación de empleo aplicando los conocimientos adquiridos en el transcurso académico y aplicar teorías de emprendimiento y generación de empleo.

Por ende se aplican diversos planteamientos, teorías para la implementación de un plan de negocios de un proyecto productivo. Con la finalidad de reducir el riesgo al fracaso el cual según CONFECAMARAS tan solo el 29.7% de los emprendimientos nuevos en el país sobreviven y el 70% de las empresas fracasan en los primeros cinco años de existencia, por esto la importancia de hacer los estudios necesarios antes de materializar el proyecto. Esto con el fin de poder evaluar los factores internos y externos que afectan ha dicho emprendimiento, la población a la cual se va a dirigir y poder visualizar su viabilidad económica y capacidades de ser competitiva y perdurar en el mercado.

Objetivos

General

Implementar un plan de negocio para una empresa de comercialización de productos de consumo en el Municipio Soacha a través de un análisis del mercado local.

Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita la implementación de la propuesta.
Identificar la oferta y demanda de los productos ofertados en el portafolio al mercado objetivo.
- Visualizar la rentabilidad y sostenibilidad en el mercado de la empresa, a través de un estudio financiero.
- Identificar las alternativas de operatividad de la comercializadora por medio de un estudio técnico.
- Identificar los trámites necesarios para la constitución e implementación de una empresa comercializadora.

Direccionamiento estratégico

Definición del sector

Según Escandón y Bonilla (2018) el municipio de Soacha está localizado en el centro del departamento de Cundinamarca y en el suroccidente de la Sabana de Bogotá, limita al norte con los municipios de Bojaca y Mosquera, al oriente con la ciudad de Bogotá DC., al sur con los municipios de Sibaté y Pasca y al occidente con los municipios de Granada y San Antonio del Tequendama; su extensión territorial es de 184,45 kilómetros de los cuales el 85% es rural y tan solo el 15% equivalen a zona urbana; cabe resaltar que actualmente el municipio ha desarrollado una expansión de la zona urbana debido al continuo crecimiento del sector de la construcción que ha visto en su territorio la oportunidad de ofertar viviendas de interés social y de interés prioritario a sus habitantes, habitantes de la ciudad vecina y población víctima del conflicto armado del país.

El municipio de Soacha cuenta con una división política y administrativa compuesta en el área urbana por seis comunas y en el área rural en dos corregimientos. Según CCB en Soacha el 79% de las empresas se encuentran en las actividades de comercio y reparación de vehículos automotores; industria; hoteles y restaurantes, y transporte, almacenamiento y comunicaciones.

No obstante, el presente proyecto tendrá como eje central de operatividad inicialmente el Barrio Camilo Torres, que se encuentra ubicado en la Comuna II.

Según Escandón y Bonilla (2018) el municipio de Soacha cuenta con 10.662 empresas activas, donde el 42,8% de estas se dedicaban al comercio, el 34,6% a servicios, 16,2% a actividades industriales, 6% a actividades de construcción, 0,2% a actividades mineras y el 0,2% a actividades agrícolas; de estas organizaciones el 96,4% son microempresas, el 1,9% son pequeñas empresas, el 0,5% medianas empresas y el 1,2% son grandes empresas. No obstante, también son estos autores los que logran evidenciar que el sector empresarial del municipio durante la última década ha evidenciado una disminución del 19% comparado con el estudio “Censo Empresarial en el Municipio de Soacha” realizado por la CCB en 2010.

El sector en el cual se ejecutara el proyecto está comprendido en la Comuna dos, denominada como Soacha central, barrio camilo torres. El cual cuenta con una vía “principal “carrera octava” y de alto flujo vehicular en ambos sentidos sobre la cual se instaure el establecimiento comercial. Dicho sector contiene el 85% del comercio del barrio conformado por talleres automotrices y mini mercados. En el área educativa cuenta con cinco colegios distribuidos en el barrio, La comisaria segunda de familia y la CAR (Corporación Autónoma Regional), seccional Soacha.

Definición de la empresa (negocio)

El municipio de Soacha está ubicado en el centro del país, en el departamento de Cundinamarca, y de acuerdo a diversos estudios (Diagnóstico Local Empresarial de la Región de Soacha, Cundinamarca de Escandón y Bonilla; Estudio Técnico, Económico Y Ambiental Que Oriente El Redescubrimiento De La Vocación Económica Del Municipio De Soacha Cundinamarca, UNAL; Soacha, caracterización económica y empresarial, CCB) generados para este territorio, se ha logrado evidenciar que es un mercado potencial para la comercialización de

diversos bienes y servicios, esto debido a que durante la última década su crecimiento demográfico ha tenido un gran aumento basado en el auge de nuevas zonas residenciales tanto para habitantes soachunos como habitantes de la ciudad vecina de Bogotá que lograron identificar en el territorio una oportunidad de acceder a vivienda digna y de calidad.

Es entonces, que este mismo crecimiento poblacional evidencia las oportunidades de negocio tanto para nuevos empresarios como para los que están actualmente en el mercado; tomando

Por ende, se propone la implementación de una empresa comercializadora de productos para el hogar, papelería, juguetería, bisutería y demás que requieren continuamente los consumidores. Puesto que en la definición del sector se visualiza la carencia de un establecimiento de este tipo de productos dentro del barrio Camilo Torres.

Misión

Somos una empresa del sector comercial que ofrece un amplio portafolio en categorías como: hogar, papelería, juguetería y bisutería con la mejor calidad, generando rentabilidad a los accionistas, motivación, sentido de pertenencia y compromiso en sus empleados

Visión

En el 2023 LAS MIL Y UN COSITAS será vista en el sector como referente para compras de productos para el hogar, juguetería y papelería, gracias a su calidad y portafolio, ampliando su participación en el mercado con cuatro sedes o puntos de venta en el municipio de Soacha, a través de calidad, precio y servicio al cliente.

Valores

Liderazgo: Situación de superioridad en que se halla una institución u organización, un producto o un sector económico, dentro de su ámbito.

- Colaboración: Es todo proceso donde se involucra el trabajo de varias personas en conjunto tanto para conseguir un resultado muy difícil de realizar individualmente
- Pasión: La pasión es una emoción intensa que engloba el entusiasmo o deseo por algo.
- Diversidad: Conjunto de actuaciones, adaptaciones al currículo, medidas organizativas, apoyos, y refuerzos que un centro educativo diseña, selecciona y pone en práctica, para proporcionar respuestas adecuadas

- Calidad: La calidad es una herramienta básica e importante para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que la misma sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

Definición del producto o servicio

El producto generalmente, busca satisfacer necesidades o por medio de algún bien ya sea físico o intangible. Los bienes a comercializar son bienes que se encuentran clasificados como bienes de consumo dentro de los cuales los podemos sub-clasificar en bienes de conveniencia o no buscados, los cuales se caracterizan por bajos costos y compras frecuentes y además por ser productos o bienes que el cliente no ha pensado en comprar, bien porque los desconoce o porque no los necesita.

Los productos a manejar en la comercializadora se subdividen en cuatro secciones o categorías para su resurtido y manejo de stock de inventarios y de reposición como son: hogar, juguetería, papelería y bisutería teniendo un promedio de 60 referencias por categoría aproximadamente, manejando un mínimo de 2 unidades para reposición del producto y máximo 6 para vestido de la tienda con ello se busca un manejo óptimo de los inventarios de producto y poder optimizar el espacio, con el fin de ofrecer más número de referencias y poder establecer qué tipo de productos cuentan con mayor rotación y depurar inventario que no presente venta o rotación en 30 días por medio de ofertas sin incurrir en pérdidas por daño de productos y almacenaje.

Para estudios del plan de negocios marketing mix y estudios de mercado se trabaja seleccionando los cinco productos más representativos o de mejor rotación en cada una de las categorías.

Tabla 1

Tabla de categorías y productos representativos por categorías

CATEGORIA	PRODUCTO
Juguetería	Slime
	Fommy moldeable
	muñecas (tipo Barbie)
	tío rico (genérico)
	juegos acción (pistolas)
Papelería	Cuaderno cosido
	Plumones doble punta
	Colores doble punta
	Cartuchera lona
	Esferos gel * 4

Bisutería	Labiales mágicos Aretes acero Moñas colegiales Piercing Cepillo cabello
Hogar	Recipientes plásticos Botella para hidratación Vaso plástico Botillo personajes Cortina para baño

Datos obtenidos por rotación de productos (Fuente: Elaboración Propia)

Análisis DOFA del negocio

Análisis interno

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>El modelo de negocio: tiene la posibilidad de aumentar sus ventas (en \$ y unidades) sin necesidad de grandes aumentos en sus costos directos.</p> <p>Diversificación de portafolio, la variedad de productos en nuestro portafolio nos permite estar cambiantes en</p>	<p>Falta de reconocimiento de marca, al ser nuevos en el mercado.</p> <p>Complejidad del negocio: al aumentar la variedad de productos se hace más compleja la distribución y consecución de productos de vanguardia para el mercado “novedad”, sin alterar los márgenes de ganancia esperados y</p>

<p>el mercado, atacando cada una de las fechas durante el año.</p> <p>Amplio portafolio de proveedores de productos chinos a nivel nacional.</p> <p>Estrategia basada en bajos precios: el mayor incentivo de la empresa son sus bajos precios.</p>	<p>poder cumplir nuestras primicias de precios bajos.</p> <p>Riesgo de inventario, la empresa tiene que mantener un stock de inventario importante, para satisfacer la demanda de ciertos productos.</p>
---	--

Figura 1 Cuadro análisis interno DOFA (Fuente: Elaboración Propia)

Análisis externo

OPRTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Captar el mercado de habitantes del sector de Soacha la amistad, ya que se encuentra con una demanda insatisfecha en las cercanías de sus hogares, en cierto portafolio de productos.</p> <p>Estrategia multi-proveedor, dependiendo del producto podemos</p>	<p>Creciente competencia en el sector comercial del municipio de Soacha y aumento de vendedores informales a causa de la tasa de desempleo y migración dentro de la región.</p>

<p>realizar la compra a diversas importadoras, dependiendo de la calidad y precio que ellos nos brinden.</p> <p>Servicios Web o creación e implementación de páginas en redes sociales en las cuales difundiremos nuestro portafolio, productos nuevos y ofertas semanales.</p> <p>Bajos aranceles para las importaciones de productos chinos, gracias a tratados de libre comercio.</p>	<p>Cambios del dólar (Tendencia al alza), Puesto que al trabajar con productos importados afecta el precio final.</p> <p>Tiempos de almacenaje, los cuales pueden llegar a reducir los márgenes de ganancias.</p>
--	---

Figura 2 Cuadro análisis externo DOFA (Fuente: Elaboración Propia)

Objetivos estratégicos del negocio

- Ofrecer la más completa gama de productos dentro de nuestras diversas categorías con estándares de calidad y precios asequibles.
- Obtener utilidades netas anuales superiores a \$ 50.000.000 a partir del tercer año de apertura al público.
- Para nuestro quinto año poder contar con cinco sucursales dentro del municipio.

Gestión del mercado

Estudio de mercado

La finalidad es dimensionar el nivel de aceptación de un almacén destinado a la comercialización de productos para el hogar, papelería y juguetería en el sector de Soacha la amistad, observar a que mercado objetivo dirigirlo y el precio adecuado para dicha comunidad.

Tipo de estudio

Se empleara para el estudio la investigación exploratoria para recolectar información relacionada con el comercio el sector y también se empleara la investigación descriptiva para conocer los comportamientos de compra y la acogida de ciertos productos dentro de estratos sociales 2 y 3 en el barrio Camilo Torres municipio de Soacha.

Proceso metodológico empleado para la investigación

Toma de datos por medio de encuestas a los habitantes del barrio la amistad que pertenece a la comuna dos del municipio, denominada como Soacha central, con una distribución de población según el DANE:

Edades	< 1	1 a 4	5 a 14	15 a 44	45 a 59	> 60	Total
Numero de habitantes	750	3.265	9.785	22.035	6.458	3.259	45.547

Figura 3 Grafica población comuna dos (Fuente; Elaboración Propia)

Mercado Objetivo El tamaño del mercado objetivo es 45 547 habitantes aproximadamente.

Corresponden a los Estratos 3 y 4 del barrio la amistad.

Tamaño Muestra: 100 personas a encuestar.

Método de Muestreo: Encuestas a los habitantes del barrio la amistad entre un rango de edades entre los 18 y 45 años de edad, de manera aleatoria.

Fecha de Aplicación: del 13 al 16 de noviembre del 2018

Modo de Aplicación: Se abordó a las personas a encuestar exponiendo la idea de negocio propuesta por parte nuestra informando portafolio a manejar y ubicación dentro del sector, solicitando aprobación para la toma de datos y realización de dicha encuesta.

Pregunta 1

¿Realiza usted compras de artículos, para el hogar, útiles escolares o bisutería?

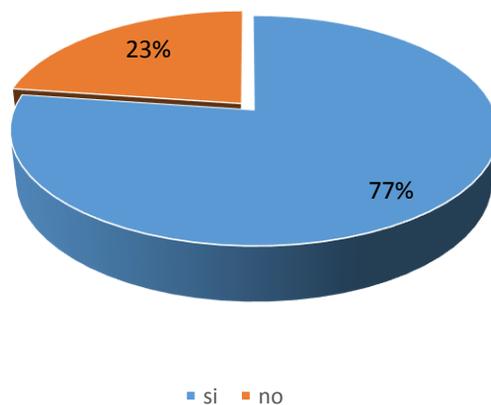


Figura 4 Grafica Compras para el hogar (Fuente: Elaboración Propia)

Se observa que el 78% de las personas encuestadas realiza compras para el hogar, en su mayoría son mujeres.

Pregunta 2

¿En el sector supe usted las necesidades de productos para hogar, papelería y bisutería sin necesidad de realizar desplazamientos mayores a 15 minutos desde su hogar?

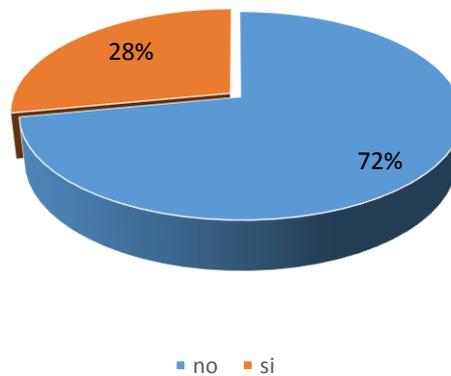


Figura 5 Grafica Compras en el sector (Fuente: Elaboración Propia)

Como resultado se observa que los habitantes deben realizar desplazamientos largos desde sus hogares para suplir las necesidades en estos tipos de productos.

Pregunta 3

¿En qué categorías de productos estaría más interesado?

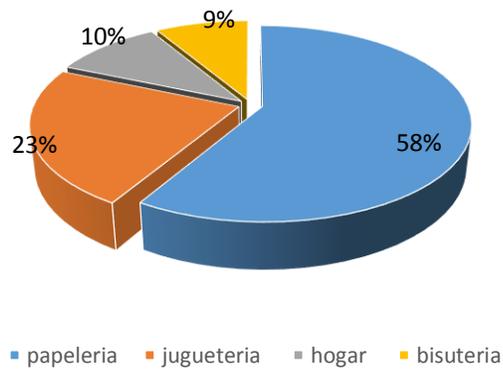


Figura 6 Grafica Categorías (Fuente: Elaboración Propia)

Pregunta 4

¿Con que frecuencia realiza usted compras de este tipo?

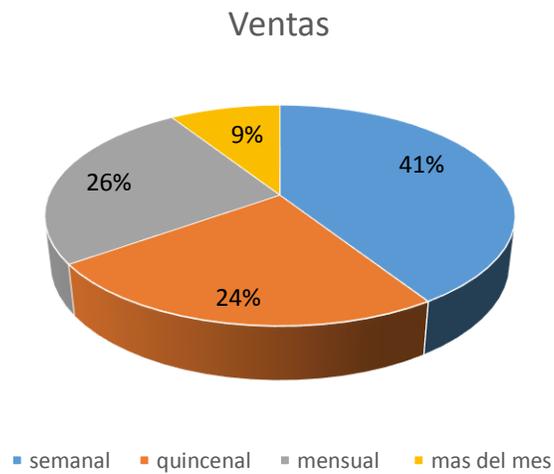


Figura 7 Grafica Recurrencia de compras (Fuente: Elaboración Propia)

Pregunta 5

¿Cree usted necesaria la implementación de un “remate” en el sector?

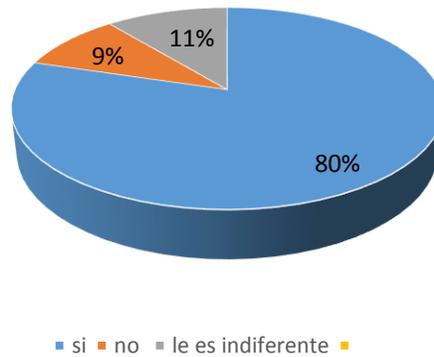


Figura 8 Grafica aceptación en el mercado (Fuente: Elaboración Propia)

Acá observamos que por parte de la comunidad, el punto de venta se ve como una necesidad para poder satisfacer sus necesidades en las categorías ofrecidas.

Mercado consumidor

Tamaño del mercado

Según datos obtenidos en el estudio del mercado objetivo, se toma una demanda total de 45.547 habitantes en la comuna dos, denominada como Soacha central, manejando un método de investigación primaria ejecutando encuestas a una muestra poblacional de 100 habitantes tamaño muestral tomado teniendo en cuenta un 30% de los estudiantes del colegio Camilo torres, empleando un muestreo aleatorio por conglomerados “salida colegio Camilo Torres” consiguiendo como resultado una óptima acogida de la comercializadora. Dentro de los productos con mayor demanda se encuentran los contenidos en las áreas de papelería, juguetería y bisutería.

Datos demográficos

Edad: 9 a 60 Años.

Lugar de residencia: Camilo Torres.

Segmentación del mercado

Los productos o portafolio están dirigidos a la totalidad de habitantes del sector del barrio la amistad que pertenece a la comuna dos del municipio denominada como Soacha central, con una distribución de población según el DANE en los siguientes rangos de edad:

Tabla 2

Tabla rangos de edades

EDADES	<1	1 a 4	5 a 14	15 a 44	45 a 59	>60	TOTAL
Número de habitantes	750	3.265	9.785	22.035	6.458	3.259	45.547

Datos según DANE (Fuente: Elaboración Propia)

Tabla 3

Tabla de mercado objetivo del sector

CATEGORIA	PUBLICO OBJETIVO	CLIENTES
Juguetería	1-14 Años	Padres de familia con hijos entre 1 a 14 años que en la comuna dos comprenden un total de 13.800 habitantes dentro de ese rango de edades.
Papelería	3-20 Años	Padres de familia con hijos que estén desempeñando labores escolares en el sector.
Hogar	18>60 Años	Mujeres y hombres del sector.
Bisutería	0>60 Años	Padres de familia de menores del sexo femenino y mujeres residentes del sector

Información obtenida del estudio de mercados (Fuente: Elaboración Propia)

Competencia

Para el análisis de la competencia se toma como referente cinco competidores en el sector dos dentro de la zona de influencia “Soacha Camilo Torres”, dos ubicados en el sector de Soacha central y uno en el centro comercial mercurio como referente en la categoría de juguetería:

Tabla 4

Tabla de análisis de la competencia.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES	ESTRATEGIAS	PERSONAL SERVICIO POSTVENTA
Remate Manhattan	Trayectoria en el comercio del sector, alto portafolio en artículos para el hogar.	Productos obsoletos y excesos de inventario, negando espacios para nuevas categorías.		Dos personas de manera constante en el punto de venta, no se realizan cambios ni garantías.
Variedades la bebe	Gran variedad de portafolio de papelería, referente en el sector para dicha categoría.	Precios altos de acuerdo al sector de la ubicación.	Especialización en una categoría definida.	Tres personas en turnos rotativos, garantías en una mínima parte del portafolio.
La caleta de los gallos	Cuenta con buena ubicación y amplio portafolio en diversas categorías además de precios asequibles.	Falta de atención y servicio al cliente.	Perifoneo y volanteo durante los fines de semana en el sector de Soacha central.	16 Empleados en dos turnos diarios, no se realizan cambios ni devoluciones.

Remates la tormenta	Cuenta con buena ubicación y amplio portafolio en diversas categorías además de precios asequibles.	Excesos de inventario en ciertos productos que incurren en deterioro de la mercancía, No tienen ubicación categorizada dentro del establecimiento.	Perifoneo en el punto de venta de manera constante resaltando ofertas y promociones.	9 Empleados en dos turnos diarios, no se realizan cambios ni devoluciones
Todo en juguetería	Cuenta con módulos de venta en centros comerciales con amplio portafolio en juguetería.	Precios altos debido al costo de operación de los módulos dentro de los centros comerciales.	Especialización en una categoría definida.	2 Empleados por punto venta, cambios en juguetería de alto valor.

Benchmarking de los competidores (Fuente; Elaboración Propia)

Mercado proveedor

Para la elección de proveedores en el área de papelería se selección por los beneficios brindados que radican en las facilidades de pago (45 días) y entrega a domicilio sin incurrir en sobrecostos. En las otras categorías que son las que manejan productos importados se seleccionan

por calidad del producto (AA y AAA) y por servicio postventa (cambio de productos antes de 30 días).

Papelería

Distri once (Soacha)

Carrera 7 No. 12 – 54 C.C Del Parque LC 102-112

Tel. 7656996 – 7657105

ventas-soacha@distrionce.com

Cacharrería Medellín

Dirección: Cl. 11 #82, Bogotá

Teléfono: (1) 2011119

Papelería La Ocasión

Dirección: Cra 12a #10-54, Bogotá

Teléfono: 316 4584579

Bisutería productos hogar y juguetería

Distribuidora maju wwo sas

Dirección: Cl. 16 #16 24, Bogotá

Teléfono: (1) 3429785

Importadora Mago sas

Dirección: calle 6 a 17 60 local 101 Bogotá

Teléfono: (1)4073020

Importadora & Distribuidora Bet-el

Dirección: Cl. 11 #10-39, Bogotá

Distribuciones JO

Dirección: tercer piso, Cra. 13 ##10-88, Bogotá

Teléfono: 316 7548892

Importadora El Manero

Dirección: Cl. 11 #12a-45, Bogotá

Teléfono: 315 6120321

Proyección de ventas

Se realiza una proyección de ventas a partir de datos obtenidos en el flujo de caja para el primer semestre según datos históricos, las unidades necesarias para obtener el punto de equilibrio mensual se visualizan en la Tabla 7 (Tabla de materiales o productos necesarios)

Tabla 5

Tabla de proyección de ventas a cinco años.

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$35.347.124	\$36.513.579	\$37.718.527	\$38.963.238	\$40.249.024

Saldo acumulado proyectado a partir del flujo de caja (Fuente; Elaboración Propia)

Estrategia de mercadeo

Presentación del producto o servicio

Presentación al mercado (Imagen externa)



Figura 9 Imagen externa presentación del punto de venta

Productos orientados a clientes individuales.

Público Objetivo: Ver. Tabla 3 Tabla de mercado objetivo del sector

Estrategia de precios

Para la asignación de los precios en la categoría de Papelería se establece el sistema de paridad competitiva, esto con el fin de brindar un precio equivalente al de la competencia el cual oscila en el mercado a un 75% sobre el valor de adquisición del producto por parte de la comercializadora,

se establece este sistema para dicha categoría puesto que este mercado es muy competitivo y los productos no se diferencian mucho con los de la competencia.

Para el resto de las categorías se instaura el sistema de precios por debajo del nivel competitivo de los competidores del sector, sin llegar así a afectar el margen de ganancia por producto que es del **100%**, en la comercializadora, dicho margen se obtiene gracias a los proveedores de productos importados, “chinos”, la compra se realiza directamente con el “importador – distribuidor” rompiendo con intermediarios y canales logísticos de distribución.

Estrategia de distribución

Se implementa un sistema de distribución directa (canal minorista), desde el punto de venta establecido en el barrio Camilo torres, esto con el fin de crear frente al cliente una óptima experiencia de compra, y precios más bajos.

Estrategia de comunicación

Eventos en el punto de venta demostrando las bondades o novedades de los nuevos productos del portafolio y creación e implementación de páginas en redes sociales en las cuales se difunde el portafolio, productos nuevos y ofertas semanales.

Explotar mercados en zonas aledañas como son san mateo y ciudad verde por medio de volanteo, ofreciendo el portafolio y facilitando la elección de productos por medio de WhatsApp, brindando a los consumidores por compras desde cierto monto de en adelante servicio a domicilio totalmente gratis para así evitar a los compradores desplazamientos desde su lugar de residencia o de trabajo y de esta manera que vean la comercializadora como un referente de

compra por estos servicios, brindados para su mayor comodidad, además de ofrecer un horario de punto de venta de 8am a 9:30 pm.

Servicio postventa

El servicio postventa de garantías depende de la categoría y producto en específico, el cual dependerá del criterio del administrador del punto de venta. Pero siempre garantizando una óptima respuesta a nuestra clientela esto con el fin de fidelizar los clientes.

Gestión de operaciones

Objetivos de producción u operativos

Debido al amplio portafolio se contemplan cinco productos por categoría para tener así un referente, dichos productos son los de más alta rotación durante el primer semestre ver (Tabla 1).

Materiales necesarios

Como materiales o productos se traen los cinco productos representativos por categoría con la finalidad de cumplir con las ventas requeridas para alcanzar el punto de equilibrio:

Tabla 6

Tabla de materiales o productos necesarios

	PRODUCTO	CANTIDAD	V/UNITARIO	V/TOTAL
JUGUETERIA	slime	200	\$ 1.600,00	\$ 320.000,00
	fommy moldeable	140	\$ 3.000,00	\$ 420.000,00
	muñecas	60	\$ 4.500,00	\$ 270.000,00
	juegos de caja (tío rico)	60	\$ 5.000,00	\$ 300.000,00

	juegos acción	48	\$ 7.000,00	\$ 336.000,00
PAPELERIA	Cuaderno cosido	250	\$ 1.900,00	\$ 475.000,00
	plumones doble punta	48	\$ 3.000,00	\$ 144.000,00
	colores doble punta	40	\$ 50.000,00	\$ 2.000.000,00
BISUTERIA	cartuchera lona	34	\$ 2.500,00	\$ 85.000,00
	labiales mágicos	300	\$ 1.000,00	\$ 300.000,00
	aretes acero	200	\$ 1.500,00	\$ 300.000,00
	moñas colegiales	400	\$ 1.000,00	\$ 400.000,00
	piercing	140	\$ 1.000,00	\$ 140.000,00
HOGAR	cepillo cabello	58	\$ 3.500,00	\$ 203.000,00
	recipientes plásticos	72	\$ 2.000,00	\$ 144.000,00
	botella para hidratación	58	\$ 3.500,00	\$ 203.000,00
	vaso plástico	80	\$ 1.500,00	\$ 120.000,00
	botillo personajes	120	\$ 1.800,00	\$ 216.000,00
	cortina para baño	24	\$ 8.000,00	\$ 192.000,00
			TOTAL MES	\$ 6.178.000,00

Productos necesarios tomando como base los de más alta rotación para alcanzar el punto de equilibrio (Fuente: Elaboración Propia)

Activos fijos

Tabla 7

Tabla de activos fijos

	TIPO	CANTIDAD	VALOR
ACTIVOS FIJOS	Caja registradora(Casio t-280)	1	\$350.000
	Panel ranurado mdf (180*240)	4	\$840.000
	Estantería metálica	8	\$400.000
	Equipo de cámaras	2	\$260.000
	Televisor	1	\$450.000
	Ganchera metálica	240	\$96.000

ACTIVOS

\$2.396.000

FIJOS:

Activos fijos requeridos para el montaje inicial (Fuente; Elaboración Propia).

Diseño del diagrama de compras



Figura 10 Diagrama de compras de la comercializadora (Fuente: Elaboración Propia)

Distribución de planta

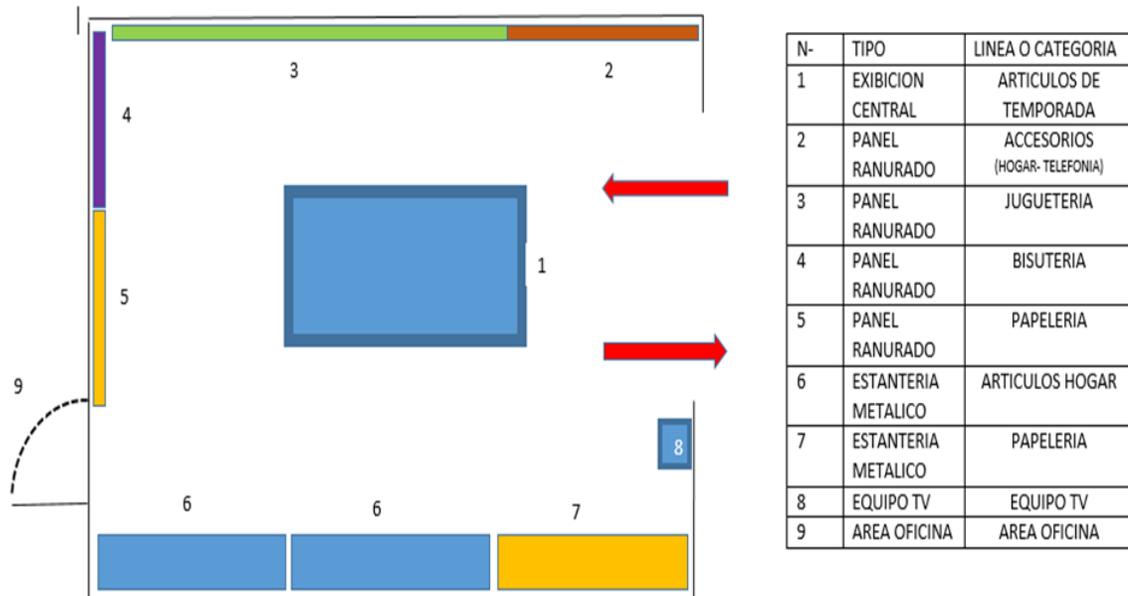


Figura 11 Distribución de planta local camilo torres (Fuente: Elaboración Propia)

Localización

Se establece el establecimiento comercial en Soacha Camilo Torres, en la calle 24 a No 8 - 03 según lo planteado en el marketing mix con el fin de suplir una necesidad en el mercado del barrio la amistad, que pertenece a la comuna dos del municipio denominada como Soacha central, con los siguientes límites: Norte: Vereda de Bosatama. Sur: Las comunas 5 de San Mateo y 6 de San Humberto por la Autopista NQS (Autopista Sur) Occidente: La Comuna 1 Compartir (calle 7 y carrera 8) Oriente: La Comuna 3 de La Despensa. Se selecciona dicha ubicación en base al alto flujo de clientes en horas escolares y facilidad de acceso puesto que la dirección geográficamente se sitúa sobre la cra 8 (avenida principal del barrio y secundaria para el acceso a Soacha centro) y una cuadra al occidente de la Autopista sur. Ver (anexo 1).

Buenas prácticas

- Implementar métodos de investigación para tener un sistema óptimo de atención al cliente y formación de los colaboradores.
- Crear un buen ambiente laboral e implementar salarios adecuados para generar asimismo sentido de pertenencia.
- En base a los sistemas de recolección de basuras implementados en el municipio, establecer la recolección de basuras y reciclaje.
- En el área de proveedores y productos tener más de un 60% de ellos que cuenten con certificación ambiental.
- Utilización y de bolsas reciclables para la venta de productos.
- Manejo de cargas y manipulación de elementos en base a reglamentos establecidos previamente por la ARL.

Gestión organizacional

Estructura organizacional

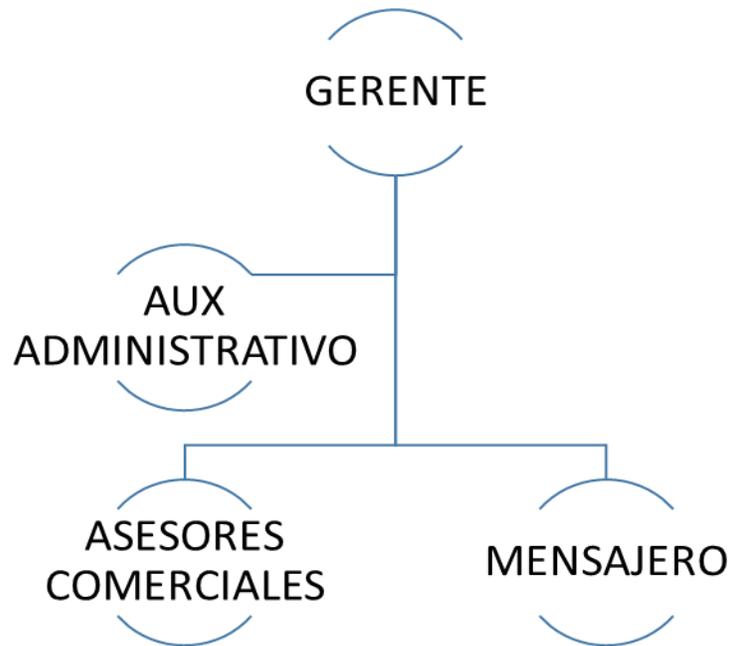


Figura 12 Diagrama estructura organizacional (Fuente: Elaboración Propia)

Funciones de los cargos

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Administrador (Administrador de Empresas)
AREA:	Administrativa
SOLICITA REPORTES A :	Aux. línea - Mensajero
OBJETIVO PRINCIPAL	
Garantizar el óptimo funcionamiento del punto de venta, gestión de inventarios y manejo del personal del punto de venta.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Supervisión del personal a cargo. - Arqueo diario de caja. - Manejo de inventarios y stock para el vestido de la tienda. - Optimizar los recursos a su cargo. - Manejo de nómina. 	

Figura 13 Cuadro funciones cargo administrativo (Fuente: Elaboración Propia)

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Auxiliar de línea (Bachiller)
AREA:	Comercial
REPORTA A :	Administrador
OBJETIVO PRINCIPAL	
Realizar las actividades necesarias para la óptima presentación del punto de venta, atención al cliente y manejo de inventarios.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Atención al cliente. - Manejo de stock necesarios para el vestido de la tienda. - Aseo del punto de venta y sección asignada. 	

Figura 14 Cuadro funciones cargo auxiliar de línea (Fuente: Elaboración Propia)

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Mensajero (Bachiller)
AREA:	Comercial - Administrativa
REPORTA A :	Administrador
OBJETIVO PRINCIPAL	

Realizar las actividades de entrega de pedidos y operaciones necesarias en el exterior del punto de venta.
FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> - Atención al cliente. - Entrega de pedidos a los clientes.

Figura 15 Cuadro funciones cargo mensajero (Fuente: Elaboración Propia)

AUXILIAR DE LINEA - MENSAJERO	
TIPO DE CONTRATACION :	Termino fijo.
SALARIO:	Salario mínimo legal vigente.

Figura 16 Cuadro asignación salarial (Fuente: Elaboración Propia)

Necesidades de personal

PERSONAL PUNTO DE VENTA	
ADMINISTRADOR:	1
AUXILIAR DE LINEA:	1

Figura 17 Cuadro necesidades de personal (Fuente: Elaboración Propia)

Se maneja una nómina inicial de requisición de personal, la cual se evalúa antes del inicio de temporadas comerciales (calendario escolar, amor y amistad, Halloween y navidad), además se ajusta semestralmente dependiendo del crecimiento en ventas que se refleje.

Proceso de vinculación

El proceso realiza por medio del Administrador el cual consta de varias etapas:

- Reclutamiento.
- Selección de personal.
- Entrevista formal.
- Exámenes médicos.
- Contratación.
- Inducción.

Requisitos: se reclutan aspirantes bachilleres.

Tipo de contrato: termino fijo

Asignación salarial:

- Auxiliar de línea: Salario mínimo legal vigente.
- Mensajero: Salario mínimo legal vigente.

Gestión legal

Tipo de empresa

La CCB establece la persona natural comerciante: “Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles”. Por otra parte el Código de Comercio en el Artículo 10 enuncia: En lo que se refiere al Registro Mercantil, la persona natural es aquel individuo que, actuando en su propio nombre, se ocupa de manera profesional de alguna o algunas de las actividades que la ley considera mercantiles. Por ejemplo, la adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos de igual forma y la

enajenación de los mismos; la intervención como asociado en la constitución de sociedades comerciales, los actos de administración de las mismas o la negociación a título oneroso de las partes de interés, cuotas o acciones; asimismo, el recibo de dinero en mutuo a interés, con garantía o sin ella, para darlo en préstamo, y los préstamos subsiguientes, así como dar habitualmente dinero en mutuo a interés, etc., Por ende se constituye dentro de dicha figura legal de empresa preestablecida en el código de comercio de Colombia.

Patentes, marcas y licencias

En el área de patentes y marcas se realiza el registro del establecimiento comercial “Las mil y un cositas”, no hay lugar a más patentes y licencias por el tipo de portafolio de artículos que se comercializan.

Autorizaciones y permisos

Documentos necesarios para registrarse como persona natural ante la CCB:

- Original del documento de identidad.
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formularios disponibles en las sedes de la CCB.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) 2017.
- Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural).
- Consulta del nombre del establecimiento (homonimia).
- Información de certificado de pago o no pago de derechos de autor.

- Cumplir con el concepto de uso de suelo, ubicación y destinación.
- Cumplir con las condiciones de seguridad humana.
- Códigos CIU
- Procedimiento expedición del NIT.
-

Normas que regulan el desarrollo de la actividad

En Colombia la actividad comercial o el funcionamiento de los establecimientos comerciales está regulado por la LEY 232 DE 1995 la cual decreta:

Reglamentada por el Decreto Nacional 1879 de 2008

El congreso de la república decreta:

Artículo 1o. Ninguna autoridad podrá exigir licencia o permiso de funcionamiento para la apertura de los establecimientos comerciales definidos en el artículo 515 del Código de Comercio, o para continuar su actividad si ya la estuvieren ejerciendo, ni exigir el cumplimiento de requisito alguno, que no estén expresamente ordenado por el legislador.

Artículo 2o. No obstante lo dispuesto en el artículo anterior, es obligatorio para el ejercicio del comercio que los establecimientos abiertos al público reúnan los siguientes requisitos:

a) Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedida por la autoridad competente del respectivo municipio. Las personas interesadas podrán solicitar la expedición del concepto de las mismas a la entidad de Planeación o quien haga sus veces en la jurisdicción municipal o distrital respectiva; Ver el Fallo del Tribunal Admón. De C/marca. De agosto 30 de

2007 (Exp. 2007-0339)

b) Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9ª de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia;

d) Tener matrícula mercantil vigente de la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción;

e) Comunicar en las respectivas oficinas de planeación o, quien haga sus veces de la entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento. Ver el art. 4, Decreto Nacional 1879 de 2008

Artículo 3o. En cualquier tiempo las autoridades policivas podrán verificar el estricto cumplimiento de los requisitos señalados en el artículo anterior.

Artículo 4o. El alcalde, quien haga sus veces, o el funcionario que reciba la delegación, siguiendo el procedimiento señalado en el libro primero del Código Contencioso Administrativo, actuará con quien no cumpla los requisitos previstos en el artículo 2º de esta Ley, de la siguiente manera;

1. Requerirlo por escrito para que en un término de 30 días calendario cumpla con los requisitos que hagan falta.

2. Imponerle multas sucesivas hasta por la suma de 5 salarios mínimos mensuales por cada día de incumplimiento y hasta por el término de 30 días calendarios.

3. Ordenar la suspensión de las actividades comerciales desarrolladas en el establecimiento, por un término hasta de 2 meses, para que cumpla con los requisitos de la ley.

4. Ordenar el cierre definitivo del establecimiento de comercio, si transcurridos 2 meses de haber sido sancionado con las medidas de suspensión, continúa sin observar las disposiciones contenidas en la presente Ley, o cuando el cumplimiento del requisito sea posible. Ver el art. 53, Decreto Distrital 854 de 2001, Ver el Concepto de la

Secretaría General 58 de 2002

Artículo 5o. Los servidores públicos que exijan requisitos no previstos ni autorizados por el legislador, incurrirán por ese solo hecho en falta gravísima, sancionable conforme a las disposiciones previstas en el Código Único Disciplinario.

Artículo 6o. La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga el artículo 117 del Código Nacional de Policía (Decreto 1355 de 1970), las disposiciones que autoricen o establezcan permisos o licencias de funcionamiento para los establecimientos de comercio y las demás que le sean contrarias.

Gestión financiera

Inversiones

Las inversiones y recursos necesarios requeridos para la puesta en marcha e implementación del proyecto residen en activos fijos (muebles y enceres) necesarios para la implementación:

Tabla 8

Tabla de inversión inicial

	TIPO	CANTIDAD	VALOR
ACTIVOS FIJOS	caja registradora (Casio T-280)	1	\$350.000
	panel ranurado mdf (180*240)	4	\$840.000
	estantería metálica	8	\$400.000
	equipo de cámaras	2	\$260.000
	televisor	1	\$450.000
	ganchera metálica	240	\$96.000
	TOTAL ACTIVOS FIJOS:		\$2.396.000
INVERSION	implementación del Proyecto		\$1.600.000
PREOPERATIVA			
	TOTAL INVERSION PREOPERATIVA:		\$1.600.000
CAPITAL DE TRABAJO	EXISTENCIAS (stock e inventarios)		\$8.000.000

DISPONIBLES (caja)	\$2.500.000
EXIGIBLES (créditos de proveedores)	\$0
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO:	\$10.500.000
TOTAL INVERSIONES:	\$14.496.000

Recursos necesarios implementación (Fuente: Elaboración Propia)

Depreciación

Se estipula la depreciación según lo preestablecido en el ARTÍCULO 137 del estatuto tributario el cual fija el tiempo en 10 años para los muebles y enseres empleados:

Tabla 9

Tabla de depreciaciones

TIPO	CANTIDAD	VALOR	TIEMPO	MONTO ANUAL
Caja registradora(Casio t-280)	1	\$350.000	10 años	\$35.000
Panel ranurado mdf (180*240)	4	\$840.000	10 años	\$84.000
Estantería metálica	8	\$400.000	10 años	\$40.000
Equipo de cámaras	2	\$260.000	10 años	\$26.000
Televisor	1	\$450.000	10 años	\$45.000
Ganchera metálica	240	\$96.000	10 años	\$9.600
TOTAL ACTIVOS FIJOS:		\$2.396.000	Total anual:	\$239.600,00

DEPRECIACIONES

TIPO	tiempo	monto	anual	mensual
Muebles y enseres	10 años	\$2.396.000	\$ 239.600	\$ 19.966

Depreciación de los activos fijos a 10 años (Fuente: Elaboración Propia)

Costo total

Costos Variables

Se implementa como costo variable la inversión mensual de mercancía, cuyo monto se calcula teniendo como base las ventas del primer semestre del 2019 obteniendo un valor promedio de \$7.033.333.

Tabla 10 *Tabla de costos variables*

MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
VALOR	\$6.000.000	\$8.600.000	\$7.600.000	\$7.000.000	\$6.000.000	\$7.000.000
				Promedio mensual:		\$7.033.333

Costos variables primer semestre (Fuente: Elaboración Propia)

Costos Fijos

Tabla 11

Tabla costos fijos

CONCEPTO	COSTO MES	COSTO MES INCLUYENDO CARGA PRESTACIONAL
Arriendo	\$550.000	
Servicios públicos	\$147.000	
Depreciación	\$19.966	
Impuestos	\$77.083	
Comisiones administrativas	\$100.000	
Honorarios aux. línea	\$925.148	\$1.497.000
Honorarios administrativos	\$925.148	\$1.497.000
TOTAL COSTOS FIJOS:		\$3.888.049

Costos fijos mensuales comercializadora (Fuente: Elaboración Propia)

Presupuesto de ventas

Con base al punto de equilibrio se estipula un presupuesto en ventas mensual de 6.176.098 según el punto de equilibrio para que el proyecto solviente el total de sus costos fijos y variables estipulados en las tablas 11 y 12.

Estado de resultados

Tabla 12

Tabla de estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS LAS MIL Y UN COSITAS		
enero 01 del 2019 al 29 de junio 2019		
INGRESOS OPERACIONALES	COMERCIO AL POR MENOR	\$83.200.000
	Inventario inicial	\$ 8.000.000
	Compras	\$42.200.000
	Inventario final	\$ 8.000.000
UTILIDAD EN VENTAS		\$41.000.000
BRUTAS=		
GASTOS OPERACIONALES	Salarios	\$17.964.000
	Bonificaciones personal	\$ 600.000
	administrativo	
	Depreciaciones	\$ 3.300.000
	Arriendo	\$ 3.300.000
	Servicios públicos	\$ 880.000
TOTAL G.OPERACIONALES		\$22.863.856
UTILIDAD OPERATIVA		\$18.136.144

INGRESOS NO OPERACIONALES	\$	----
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$18.136.144
Impuestos	\$	462.498
UTILIDAD DEL EJERCICIO PRIMER SEMESTRE 2019:		\$17.673.646
Estado de resultado ventas primer semestre 2019(Fuente: Elaboración Propia)		

Flujo de efectivo o flujo de caja

Tabla 13

Tabla de flujo de caja

FLUJO DE CAJA PRIMER SEMESTRE 2019						
DETALLE DE INGRESOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Ingresos por ventas	\$12.300.000	\$16.900.000	\$14.600.000	\$13.900.000	\$12.600.000	\$12.900.000
Cobro por deudas						
Otros ingresos						
TOTAL INGRESOS	\$12.300.000	\$16.900.000	\$14.600.000	\$13.900.000	\$12.600.000	\$12.900.000
DETALLE DE EGRESOS						
Luz	\$75.000	\$89.000	\$89.000	\$89.000	\$83.000	\$94.000
Agua	\$58.000	\$59.000	\$59.000	\$59.000	\$58.000	\$68.000
Arrendamientos	\$550.000	\$550.000	\$550.000	\$550.000	\$550.000	\$550.000
Compra de mercancía	\$6.000.000	\$8.600.000	\$7.600.000	\$7.000.000	\$6.000.000	\$7.000.000
Salarios						
Bonificaciones administrativas						
Impuestos	\$77.083	\$77.083	\$77.083	\$77.083	\$77.083	\$77.083

Depreciaciones	\$19.976	\$19.976	\$19.976	\$19.976	\$19.976	\$19.976
TOTAL EGRESOS:	\$9.874.073	\$12.489.073	\$11.489.073	\$10.889.073	\$9.882.073	\$10.903.073
SALDO NETO:	\$2.425.927	\$4.410.927	\$3.110.927	\$3.010.927	\$2.717.927	\$1.996.927
SALDO NETO ACUMULADO:	\$2.425.927	\$6.836.854	\$9.947.781	\$12.958.708	\$15.676.635	\$17.673.562

Flujo de caja primer semestre año 2019(Fuente: Elaboración Propia)

Indicadores de viabilidad

Punto de equilibrio

Se establece el punto de equilibrio a partir del flujo de caja obtenido el primer semestre del 2019 (Tabla 14), promediando los meses:

$$PE = \frac{\$ 3.088.049}{1 - \frac{7.033.333}{13.866.666}} = \$6.176.098$$

A partir de dicho periodo de tiempo se obtiene el punto de equilibrio estimado en \$6.176.098 mensuales para que el proyecto sea auto sostenible.

Utilidad liquida

Tomando el estado de resultados como referente se obtiene una utilidad neta disponible durante el primer semestre del 2019 de: \$ 17.673.562,00.

Rentabilidad

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad líquida}}{\text{Inversión inicial}} * 100$$

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\$ 17.673.562}{\$ 14.496.000} * 100 = 121.92$$

El factor de rentabilidad refleja que al finalizar el primer semestre del año 2019 el proyecto genera el 100% de la inversión inicial realizada y un 21% de ganancia agregado sobre lo invertido.

Tiempo de retorno de la inversión

Este indicador muestra un retorno de la inversión en un tiempo estimado de cuatro meses y diecisiete días según los datos plasmados en el flujo de caja obtenido para el primer semestre del año 2019 (Tabla 13). Dicho indicador se obtiene a partir de:

a = periodo anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial.

c = Flujo de Efectivo Acumulado del periodo anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$\text{PRI} = a + \frac{(b - c)}{d}$$

$$\text{PRI} = 4 + \frac{(\$14.496.000 - \$12.958.708)}{\$15.676.635} = 4.098$$

Se obtiene un total de 4 meses y 17 días como tiempo estimado para el retorno de la totalidad de la inversión destinada para la puesta en marcha del proyecto.

Valor presente neto o VAN

Para el cálculo del VAN se toman como referente los flujos de caja obtenidos durante el primer semestre del año 2019 y se proyectan a cinco años con un incremento anual del 3.3%, lo cual equivale al valor promedio de la inflación anual.

RENTABILIDAD:	40%				
INVERSION INICIAL	\$ 14.496.000,00				
VAN:	\$ 60.753.271,00				
FLUJO DE CAJA (SALDO ACUMULADO - PROYECCION A 5 AÑOS)					
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
\$ 35.347.124,00	\$ 36.513.579,00	\$ 37.718.527,00	\$ 38.963.238,00	\$ 40.249.024,00	

Figura 18 VAN (Fuente: Elaboración Propia)

A partir del resultado se observa que se obtiene un valor de \$60.753.271 por ende se recupera la inversión inicial realizada a una tasa de rentabilidad del 40% quedando un excedente de ganancias netas.

Tasa interna de retorno

INVERSION INICIAL:	\$ 14.496.000,00				
TIR:	246.47%				
FLUJO DE CAJA (SALDO ACUMULADO - PROYECCION A 5 AÑOS)					
AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
\$ 35.347.124,00	\$ 36.513.579,00	\$ 37.718.527,00	\$ 38.963.238,00	\$ 40.249.024,00	

Figura 19 Tasa Interna de Retorno (Fuente: Elaboración Propia)

De acuerdo al resultado obtenido el proyecto es viable puesto que la tasa de rendimiento obtenida, es mayor a la tasa mínima de rentabilidad planteada para el cálculo del VAN

Análisis e interpretación de resultados

Para determinar la viabilidad y el cumplimiento de los objetivos propuestos en el proyecto de **viabilidad, creación e implementación de una empresa comercializadora en el municipio de Soacha**, la elaboración del estudio de mercados nos permite visualizar los clientes objetivos y productos a comercializar con mayor rotación en el barrio camilo torres (Soacha – Cundinamarca), obteniendo una subdivisión por categorías claves con productos específicos con mayor rotación para cada una de ellas. De aquí se parte con el desarrollo del estudio financiero obteniendo un periodo de retorno de la inversión inicial para la puesta en marcha de la comercializadora de 4 meses y 17 días con un factor de rentabilidad del 121% el cual es mayor que las tasas de rentabilidad ofrecidas por fondos de inversión en Colombia. Teniendo la tranquilidad o garantía que durante el primer semestre de funcionamiento de la comercializadora ya se ha generado el retorno de la inversión inicial, por ende, se visualiza como factible el

proyecto para la inversión de capital, por sus dividendos generados durante los cinco primeros años. Ya sea para el retiro de dichos o para continuar con su visión de expansión dentro del municipio.

Conclusiones

- Al observar los datos obtenidos desde el estado de resultados y el flujo de caja del primer semestre se considera que el proyecto es factible, puesto que deja visualizar la rentabilidad que genera la comercializadora midiéndola tanto a corto como a largo plazo.
- Por el portafolio ofrecido y sus precios cómodos para el segmento de mercado objetivo el modelo de negocio permite el incremento constante de ventas y la expansión dentro del municipio.
- En el marco legal el proyecto es 100% viable y fácil de implementar puesto que según los parámetros establecidos por el Código de Comercio y la CCB cuenta con una fácil constitución, y al ser una comercializadora no se incurre en la generación de patentes.
- El constante crecimiento poblacional en el municipio ya sea por los megaproyectos de vivienda o por la migración contribuyen con el aumento de la demanda de productos ofrecidos por parte de la comercializadora en cualquiera de las categorías ofertadas.

- El proyecto contribuye a las políticas públicas con la reducción del desempleo y en las metas de la cámara y comercio con aportes desde el sector privado y aumento en la creación de micro empresas.

Prospectiva

De acuerdo con la visión “En el 2023 LAS MIL Y UN COSITAS será vista en el sector como referente para compras de productos para el hogar, juguetería y papelería, gracias a su calidad y portafolio, ampliando su participación en el mercado con cuatro sedes o puntos de venta en el municipio de Soacha, a través de calidad, precio y servicio al cliente”, para lograrla y poder perdurar en el mercado como empresa se deben plantear cambios o mejoras semestralmente, esto con el fin de hacer rotaciones de portafolio con esto se pretende seguir siendo competitivos y poder ofrecer constantemente soluciones al mercado objetivo esto enfocado más hacia los productos importados en algunas de las secciones al igual que en áreas de tecnología para tener bienes de vanguardia y mantener la perspectiva de novedad frente a nuestros clientes, otro punto importante a evaluar semestralmente son los canales de comunicación esto teniendo en cuenta los avances tecnológicos que pueden ir surgiendo.

Referencias

- Alcaldía Municipal de Soacha 2019. Secretaría de Hacienda de Soacha, Indicador Socio Económico.
- Cámara de Comercio de Bogotá (CCB). (2010d). Resultados Censo Empresarial Municipio de Soacha.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2015). Balance de la economía de la región Bogotá-Cundinamarca. Bogotá: Dirección de Gestión de Conocimiento. Disponible en:http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/13123/Balance_economia_%20region_Bogot%C3%A1_%20Cundinamarca_2014_CCB.pdf?sequence=1
- Cámara de Comercio de Bogotá (CCB). (2016). Base de datos de empresas matriculadas en el municipio de Soacha a 2016.
- Cancino, J. (1940) Monografía del municipio de Soacha. Bogotá, Colombia: Editorial Santafé.
- Caracol Radio, 2017. Personería de Soacha le solicita al DANE censo poblacional para el municipio.
- Escandón, J. y Bonilla, V. 2018. Diagnóstico del sector empresarial de la región de Soacha – Cundinamarca. Anales Iberoamericanos de Economía Aplicada.
- <http://www.alcaldiasoacha.gov.co/secretaria/secretaria-de-hacienda/38-nuestro-municipio/indicadores/370-indicador-socio-economico>.
- https://caracol.com.co/emisora/2017/02/16/bogota/1487202713_159663.html.

- Kirzner I. 1995. Creatividad, capitalismo y justicia distributiva, traducción de Basáñez, Federico, del original Discovery, Capitalism and Distributive Justice, Unión Editorial, Madrid.
- Luque, S. 2009. Historia del patrimonio rural y urbano del Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario Contexto cartográfico y valoración sociopolítica y económica de los habitantes de la ciudad, el altiplano y la vertiente 1650-1870. Editorial Universidad del Rosario.
- Revista Semana, 2017. “Soacha es una bomba de tiempo”: Alcalde Eleazar González. <https://www.semana.com/nacion/articulo/Soacha-con-problemas>.
- Rodríguez, F. 2017. Del poblamiento prehispánico al modelo territorial colonial en el municipio de Soacha, Cundinamarca: reflexión geohistórica de su configuración socio espacial. <http://www.scielo.org.co/pdf/pgeo/v22n1/0123-3769-pgeo-22-01-00069.pdf>.
- SAPAG CHAIN, N. y SAPAG CHAIN R. 2000. Preparación y Evaluación de Proyectos. Ed. Mc Graw Hill. Pág.1-3.
- Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. Plan de Negocio, ser empresario. [En línea] 2007 [citado el 12 de Abril de 2013] Disponible en: <http://www.unab.edu.co/emprendimiento/dinerosena/pasos/4-PlandeNegocio.pdf>.
- Universidad Nacional de Colombia. (2017). Estudio Técnico, Económico Y Ambiental Que Oriente El Redescubrimiento De La Vocación Económica Del Municipio De Soacha Cundinamarca.
- Weinberger, K. 2009. Plan de Negocios, Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. USAID, Peru.

Anexos

Anexo 1 localización

