

UNIVERSIDAD MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESPECIALIZACION EN FINANZAS

VIABILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACION DE COMICS STORE
BASADAS EN LA TENDENCIA CULTURAL “GEEK” EN BOGOTA “GEEK-
SHOP”

ESTUDIANTE
CHRISTIAN ENRIQUE MAYORGA HUERFANO

TUTOR
JHONATAN DAVID FRANCO OSPINA

BOGOTA, NOVIEMBRE 2016

RESUMEN:

Se realizará un *estudio de viabilidad financiera* con el objetivo de conocer si es factible la creación de Comics Store en la ciudad de Bogotá, basado en la tendencia cultural “Geek”¹, estructurando así un emprendimiento social que busca acoplarse con las necesidades del mercado y ser un generador de empleo en la ciudad.

.

Palabras claves:

Estudio de viabilidad financiera, Geek.

ABSTRACT:

A *financial feasibility study* will be carried out with the objective of knowing if it is feasible to create a Comics Store in Bogota, based on the cultural trend "Geek", structuring a social enterprise that seeks to match the needs of the market and be a generator of employment in the city.

¹ “Geek” – Es un término que se le da a aquellas personas que tiene cierta fascinación por la tecnología y fantasía abarcando comics, manga, anime y videojuegos.

INTRODUCCION

Actualmente la cultura “Geek” está determinada por la fascinación hacia temas tecnológicos como los videojuegos, computadoras dispositivos móviles, comic, anime y manga, entre otros, los simpatizantes a esta tendencia suelen ser personas jóvenes; la palabra “Geek” es un término inglés que significa “friki” siendo en la actualidad usado para personas que no sienten atracción por temas musicales o deportivos, al contrario prefieren temas como los anteriormente mencionados. Esta tendencia cada día suma más adeptos atado al crecimiento de los avances tecnológicos a nivel mundial como también a los fanáticos de los Comics, los cuales a través de sus películas, Comic-Books, series animadas y mercadeo en general han logrado llamar más la atención del mercado. Entorno a este crecimiento se han generado oportunidades de negocio que específicamente se van a relacionar en esta investigación en la cual tiene como objetivo principal evaluar la viabilidad de la creación de marcas relacionadas con estos mercados y ser aplicados concretamente en la ciudad de Bogotá.

Hoy en día la ciudad de Bogotá ha presentado un aumento importante en los seguidores de estas tendencia viéndose reflejado en la evolución que han tenido los eventos realizados a través de los años como lo son (Comic-con Colombia 2016, SOFA 2016, Campus Party Colombia 2015), adicional para el 2015 Según reporte de Agencia EFE “Casi 172.000 personas visitaron el Salón del Ocio y la Fantasía 2015 de Bogotá”² en Bogotá existen alrededor de 230 tiendas de este tipo, las cuales fueron expositoras en este evento, ofreciendo productos como comics, accesorios, figuras coleccionables, manga, videojuegos y sobre todo una experiencia de cultura enfocada a la lectura y entretenimiento, en muchas de estas encontramos espacios dedicados a compartir prácticas tanto de lectura o de interacción con videojuegos, como también se presta como espacio para compartir en familia, entre las cuales se destacan de manera notable (Imperio Otaku, Spooky House y Ciudad Manga), adiciona uno de los factores fundamentales en el crecimiento de la economía colombiana son las pymes, según informe de Mipymes en col de Businesscol³ generan alrededor de 67% del empleo y aportan 28% del Producto Interno Bruto (PIB), como también según el Registro Único Empresarial (Rues) en Colombia para el primer trimestre del 2016 el 94.7% de las empresas registradas son microempresas y el 4.9% son medianas y pequeñas, de las cuales la mayor concentración se encuentra en Bogotá, Atlántico, Antioquia, Valle del cauca y Santander, las cuales representan el 66%.Para Bogotá existen 740.069 que representa 29.38% de la totalidad nacional.

² Para leer reporte de registro de SOFA 2015 Agencia EFE diríjase <http://www.efe.com/efe/america/cultura/casi-172-000-personas-visitaron-el-salon-del-ocio-y-la-fantasia-2015-de-bogota/20000009-2754433>

³Para ver informe de Businesscol sobre Mipymes Ver - <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/#numero>

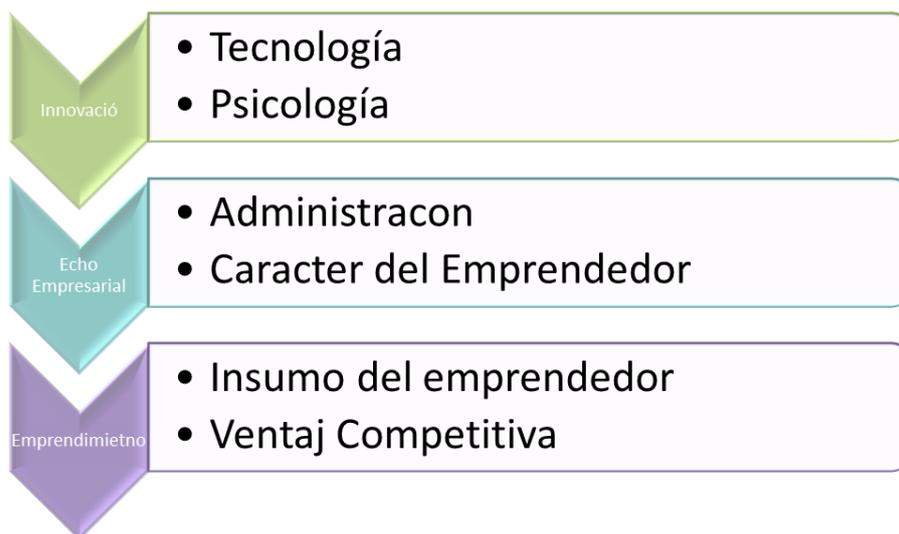
Realizar un estudio de viabilidad financiera se refiere al estudio de mercados, donde se encontrara la tendencia y el estado actual de esta cultura en la ciudad de Bogotá, adicional se elaborará un plan de negocios el cual determinara la inversión necesaria como también la rentabilidad esperada y el tiempo requerido con el objetivo de llegar a la viabilidad del proyecto y poder ejecutarlo para poder generar un impacto social en la ciudad buscando la generación de empleo y el fomento de la economía del país, ya que estaría clasificada dentro de las pymes colombianas que son en la actualidad un pilar para esta.

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

Para la generación de una marca hay diversas teorías que veremos a continuación, sin embargo es bueno empezar en como las cifras mencionadas anteriormente generan la sensación de ser una buena idea de cómo la economía está cada vez más concentrada en este tipo de proyectos por lo cual se ilustran diversas metodologías de emprendimiento para poder seguir una en específico para el proyecto.

En primer lugar (Brazeal y Herbert, 1999) denomina al emprendedor como el agente del cambio que para poder desarrollarse como persona y empresa que está al tanto de su entorno y adaptándose a sus cambios, como primer modelo Brazeal y Herbert presentan el modelo simple del emprendedor, que se observa en el primer gráfico, en el cual encontramos el concepto de innovación que está ligada a la tecnología y psicología, por otra parte el eco empresarial proviene de la administración y del carácter del emprendedor que provee de creatividad como insumos del ser humano y la innovación como ventaja competitiva de la compañía.

Gráfico 1



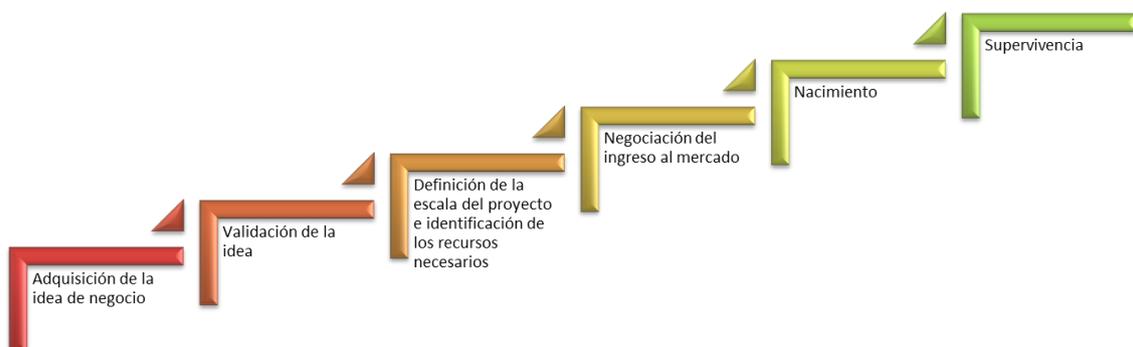
Fuente: Realización propia.

Según (Covin y Slevin, 1991) el emprendimiento se ve reflejada en tres tipos de comportamiento organizacional, en primer lugar se observa la postura frente al riesgo, lo que se ve reflejado en la toma de decisiones, en segundo lugar está la frecuencia y tamaño de las inversiones y por último la competitividad frente a los rivales, dejando así una continua interacción con el entorno interno y externo siendo otro modelo de

emprendimiento que se basa en esta relación de forma que se pueda analizar como interactúa una organización con estos dos factores, empezando por el factor interno viéndolo desde la perspectiva en cómo funciona esta y como son los comportamientos antes mencionados, por otro lado se analiza el entorno externo siendo un entorno que no se controla y pueden ser factores determinantes en la creación y sustentabilidad de las empresas, este se analiza por medio de la macro economía y dejando en evidencia la capacidad de adaptabilidad de la compañía.

Por otra parte existe el modelo de Gibb (1988) Grafico 2, el cual cuenta con seis etapas, 1) Adquisición de la idea de negocio 2) Validación de la idea 3) Definición de la escala del proyecto e identificación de los recursos necesarios 4) Negociación del ingreso al mercado 5) Nacimiento 6) Supervivencia.

Gráfico 2



Fuente: Realización propia.

Este modelo propuesto por Gibb presenta como primer paso adquirir la idea de negocios, siguiendo por la verificación de esta, entendiéndose por el análisis del mercado y si esta idea podrá satisfacer esa necesidad, después de ver la necesidad del mercado y entenderla se pasa a definir el tamaño del proyecto, su magnitud e impacto en la sociedad, esto con el fin de encontrar presupuestos y verificar como funcionará, pasando luego al análisis de la puesta en marcha, en donde se contemplaran las fechas de iniciación del proyecto, lugares y el cómo se realizara esta inauguración en el

mercado, dejando por último la realización de este análisis denominado como el nacimiento y el sostén del proyecto.

Ahora para el entrono colombiano a parte de poder aplicar una de estas teorías es necesario conocer como poder financiar un proyecto, a que entidades se puede acudir y como es el funcionamiento de ellas, las cuales son:

- 1- **Fondo Nacional de Garantías:** Como entidad que respalda operaciones de crédito que tiene como objetivo promover la competitividad y sustento de las Mipymes fortaleciendo el desarrollo del país, esto mediante el fácil acceso a créditos a personas naturales o jurídicas que no posean garantías suficientes para otras entidades financieras, esto mediante la emisión de un certificado de garantía emitido por esta entidad según lo descrito en el decreto 6868 del 20 de Abril de 1999. Este respalda todas las actividades económicas de cualquier sector exceptuando el sector agropecuario, sus créditos son destinados a la compra de activos, capital de trabajo, capitalización de empresas y reestructuración de pasivos, otro servicio que ofrece y beneficia a la creación de empresas o proyectos emprendedores es la generación de garantías, la cual tiene como único fin generar una garantía que pueda respaldar y sea idónea para otras entidades financieras, las cuales son línea empresarial, dirigida a mipymes, línea vis, para personas naturales que deseen adquirir vivienda y por último la línea institucional que va dirigida a las entidades que le otorguen créditos a estos dos tipos de población mipymes y personas naturales para casos de vivienda.
- 2- **FINDETER:** Es una unión entre (La financiera de desarrollo territorial S.A.S., Findeter, Asociación colombiana de medianas y pequeñas industrias, ACOPI, para las cuales cuentan con las garantías ofrecidas por el fondo nacional de garantías que buscan otorgar dinero para infraestructura, capital de trabajo, desarrollo institucional, compra de terrenos o viene inmuebles, compra de tecnología, Findeter direcciona sus recursos solo a los siguientes casos: 1- Medianas empresas, cuyos activos sean entre 5001 SMLV y 15000 SMLV 2- Pequeñas empresas cuyos activos sean de 501 SMLV y menos de 5001 SMLV.
- 3- **BANCOLDEX:** Programa “a progresar” el cual cuenta con un cupo de crédito de 1.5 billones para apoyar la Mipymes, la cual permite financiar en pesos colombianos y dólares bajo la modalidad de leasing, las Mipymes que cuenten con un plan de acción o estén desarrollando un plan de mejoramiento de productividad serán las que puedan acceder a estos créditos.
- 4- **FOMIPYME:** Tiene como objetivo el desarrollo y la modernización tecnológica de las Mipymes a través de programas de desarrollo tecnológico.

- 5- **FONADE:** Ofrece servicios de diagnóstico empresarial para la innovación e implementación de desarrollo para estas.
- 6- **ANGELES INVERSIONISTAS:** Es una red de inversionistas y emprendedores, la cual sirve de puente para estos dos y poder emprender una idea que necesite más de \$ 100 millones COP para la materialización del proyecto.
- 7- **FONDO EMPRENDER SENA:** Esta centrado en proyectos de estudiantes pasantes o con máximo dos años de graduados para poder proporcionarles los recursos necesarios para la puesta en marcha de sus ideas.
- 8- **FINAMERICA:** Ofrece un estudio de viabilidad de proyectos con la asesoría para poder financiarlos.
- 9- **INCUBADORAS DE EMPRESAS:** Apoyan emprendedores que tengan ideas creativas y que deseen solucionar problemáticas del país mediante sus proyectos, lo hacen mediante el financiamiento y seguimiento de estos.

METODOLOGIA

Para la creación del proyecto y el estudio de viabilidad del mismo se utilizara el modelo de Gibb dentro del cual encontraremos la descripción de la idea del negocio, su validación mediante estudios de mercado (Encuesta, Matriz FODA, análisis de la competencia) definición de la escala del proyecto que tendrá el análisis financiero de cuánto será la inversión, la TIR que se presentará, El valor presente Neto, Flujos de caja, margen de ventas y ganancias, y cuál será la financiación necesaria del proyecto con su margen de retorno, luego se analizara en que parte física de la ciudad de Bogotá se encontrara y cuál era la mejor forma de lanzarla al mercado con sus respectivos precios y evento de inauguración, para así poder llegar al nacimiento y por último se determinara el mantenimiento y como será a través del tiempo.

Descripción de la idea:

El proyecto consiste en la creación de una marca “Geek-Shop” que se dedicará a comercializar productos de la cultura “Geek” que ofrecerá un ambiente y experiencias únicas para sus clientes, que encontraran en esta espacios y oportunidades de compartir con otros aficionados actividades de lectura, dibujo, juegos interactivos, juegos de roll, concursos y una amplia variedad de productos que para adquirir a precios bajos con una excelente calidad.

La idea surge debido al incremento que se percibe en la afición de esta cultura, esto dado a la gran fuerza que están implementando las dos marcas estándar en el tema que son MARVEL y Dc comics, las cuales con un mayor número de lanzamientos en comics-book y películas en la última década ha logrado llegar a más personas y hogares a nivel mundial, en Bogotá se ha observado un gran aumento en esta cultura, viéndose reflejado en el nivel de asistencia y constancia en la realización de eventos culturales de este tipo.

Matriz FODA:

Gráfico 3



Fuente: Realización propia.

Tabla 1

FODA

Fortalezas		Oportunidades	
1	Talleres de dibujo y porcelanicon	1	Negociacion con proveedores con operaciones de cobertura frente a la tasa cambiaria
2	Ambiente dedicado a la cultura Geek enfocado a experiencias	2	Participacion en eventos como SOFA , Comic-con
3	Precios más bajos que en el mercado	3	Creacion de eventos de dibujo,cosplay,juegos de roles, juegos en linea, ETC
4	Variedad en los productos	4	Fidelizacion de clientes
5	Zona para acompañantes	5	Creacion de productos
Debilidades		Amenazas	
1	Mercado muy joven	1	Tasa de cambio
2	Cientes esporádicos	2	Compras en linea
3	Mercado emergente	3	Contrabando

Fuente: Realización propia

Fortalezas

- 1- Talleres de dibujo: En Geek-Store se fomentara el talento colombiano en búsqueda de la creación de productos nacionales, este taller se realizará los días sábados y domingos en las mañanas, contará con un profesional en diseño gráfico y uno en la técnica del porcelanicon enfocado en la cultura Geek que dará clases de como poder llegar a dibujar y construir técnicamente este tipo de personajes con el fin de fomentar la creación de productos nuevos y nacionales que lleguen al mercado.
- 2- Ambiente: el ambiente estará dedicado a la cultura Geek, en búsqueda de generar experiencias, para esto la tienda contara con espacios únicos donde se podrá compartir la fascinación por esta cultura con otros aficionados, se contara con figuras de tamaño real, pantallas que proyectaran películas o series, espacios de lectura que contara con pufs y un ambiente calmado para esta actividad, zona de videojuegos donde podrán encontrar una consola de Microsoft y una de Sony que podrán usar con los juegos más vigentes.
- 3- Precios bajos: en este sentido Geek-Store entendienddo que muchos de sus clientes son jóvenes que aún no tiene ingresos fijos brindara sus productos con precios bajos y muy buena calidad, esto basado en la oportunidad de negociación con los proveedores y el uso de operaciones de cobertura frente a las tasas cambiarias ya que muchos productos serán importados, por otro lado los precios bajos también se basaran en productos realizados por Geek-Store a partir de los talleres que se brindarán.
- 4- Variedad en los productos: Para esta fortaleza se contara con la opción de poder importar figuras, comics y accesorios que no sean comunes en el mercado nacional, al igual que prendas de vestir con estampados personalizados (por medio de pedido), esto también basado en las negociaciones con los proveedores extranjeros.
- 5- Zona de acompañantes: este punto será el que mas valor genere frente a la competencia ya que Geek-Store contara con un espacio que estará fuera del ambiente Geek pensando en los acompañantes de nuestros clientes, entendienddo que esta es una cultura que no le va a todo el mundo, esta zona tendrá la imagen de una cafetería en la cual los acompañantes o mismos clientes tendrán la oportunidad de encontrar bebidas refrescantes, alcohólicas y calientes que podrán disfrutar con literatura normal y un ambiente cálido en el cual podrán disfrutar de un momento único y refrescante.

Oportunidades:

- 1- Negociación con proveedores: Este punto es fundamental para la rentabilidad del negocio, entendiendo que la gran mayoría de productos son importados de Japón y USA, teniendo en cuenta esto y la tasa cambiaria que es muy volátil, se negociaran operaciones de cobertura con los proveedores para la tasa cambiara realizando compras con tasas definidas y que generen valor, al igual que descuentos financieros por la compra al por mayor.
- 2- Participación en eventos de promoción: En Colombia existen pocos eventos que fomentan esta cultura, los cuales son SOFA Bogotá, Campus Party Bogotá, Comic-con Medellín, Oz Fest Barranquilla, los cuales se enfocan en el fomento de productos y tiendas de este tipo, como a mediano plazo uno de los objetivos es participar en la Comic-con San Diego.
- 3- Creación de eventos: Como oportunidad e impulso para la marca “Geek-Store” y productos, se crearán diversos eventos que se desarrollan en la infraestructura de la tienda, eventos de dibujo, en el cual se premiaran los mejores dibujos con productos, cursos y/o viajes para enfocar estos a la creación de productos y poderlos comercializar en la tienda mediante contrato de exclusividad, la igual que con los productos realizados mediante el porcelanicron. Por otra parte se producirán eventos de cosplay, donde se harán desfiles y premiaran a los cosplayers más originales y reales con productos de la tienda o membrecías oficiales que otorgan descuentos especiales en la tienda, concursos de videojuegos con premios de consolas o videos o membrecías de las diversas compañías de este medio y eventos de juegos de roles donde los grupos ganadores tendrán premios de experiencias grupales en diversos sitios de Bogotá y Colombia.
- 4- Fidelización de clientes: Este punto surge puesto que el mercado al cual nos dirigimos es muy esporádico, lo cual combatiremos mediante membrecías oficiales que tendrán un costo anual de \$ 70.000 los cuales los harán poseedores por un año de esta que les otorgaran el 5% de descuento en todos los productos de la tienda en cualquier momento o día del año en vigencia.
- 5- Creación de productos: Este punto va a ser una de las bases de la marca, puesto que a través de los talleres de dibujo y porcelanicron inicialmente se buscará la creación de productos nacionales que se comercialicen por medio de la tienda generando un mayor margen de rentabilidad y apoyando el talento y producto nacional.

Debilidades

- 1- Mercado Joven: esta debilidad hace referencia al tipo de mercado y como se ha desarrollado en Colombia, esta cultura es fomentada y tiene mayor fuerza en países como Japón, Francia, USA entre otros, lo cual deja a Colombia como un país que

empieza a sentirse atraído por estas tendencias, lo que hace un mercado joven que empieza a crecer, dejando una gran oportunidad de explorar este mundo.

- 2- Clientes esporádicos: Hace referencia a la poca continuidad de los clientes, dado al tipo de productos tenemos que los clientes compran muy pocas veces al año, exceptuando a los coleccionistas que en nuestro país no son mayoría, para este punto se creara el plan membrecía.
- 3- Mercado emergente: Este es un mercado que en Latinoamérica y más específicamente en Colombia hasta ahora empieza a mostrarse y que esta joven mostrando una oportunidad pero así mismo un gran riesgo.

Amenazas

- 1- Tasa de cambio: Esta amenaza es recurrente debido a la procedencia de muchos de los productos que se comercializaran, ya que estos son de países como Japón y USA, lo que deja una exposición que se piensa cubrir mediante los acuerdos con proveedores.
- 2- Compras en Línea: Esta es nuestra mayor competencia y es las compras on line, en este mundo modernizado y globalizado, cada día las compras de este tipo son más frecuentes, dejando compradores sin la experiencia de la compra como tal, por esto es que Geek-Store se enfocará en generar una experiencia y que su atractivo principal sea ir a la tienda, en donde puedan compartir, divertirse y poder adquirir los productos que más desean.
- 3- Contrabando: Esta amenaza es muy fuerte en el mercado dado que este tipo de productos tienen un costo implícito en la importación por lo que se genera el contrabando de estos dejando productos a menor precio de venta, lo cual se combatirá mediante el GoodWill que se generara Geek-Store.

Mercado:

Clientes:

Con el fin de descubrir y poder enfocar la mayoría de esfuerzos para la generación de un GoodWill se segmentara el mercado de la siguiente manera gracias la encuesta realizada.

Tienes un **plan BÁSICO** (Ver Detalles)

Para eliminar los límites de tu plan, y recibir una cantidad ilimitada de respuestas, [cambia a un plan superior ahora](#).

CREAR ENCUESTA

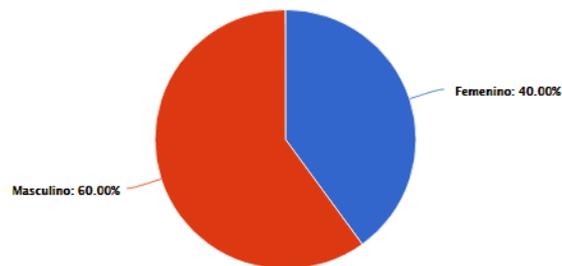
Carpeta: Todas las encuestas [Gestionar Carpetas](#)

Estado	Título de la encuesta	Creada	Vista previa	Diseñar	Recopilar	Analizar
ABIERTA	Geek-Store	26/11/16				150

Mostrar Todos [encuestas por página](#)

Grafico 4

1 Género.

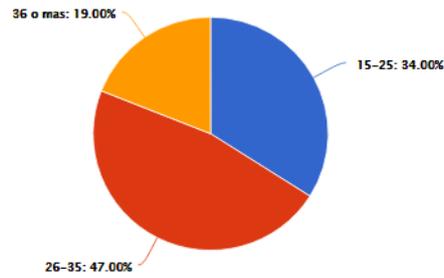


Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Femenino	40.00%	40	Total de respondentes 100
Masculino	60.00%	60	Suma 0.00
Total de respondentes			Promedio 0.00
			Desviación estándar 0.00
			Mínimo 0.00
			Máximo 0.00

En primer lugar se segmentará el mercado por género, para lo cual se obtiene como resultado el 60% de los encuestados son hombres y el 40% restante son mujeres, lo que nos indica y fortalece la tendencia de crecimiento en la cultura Geek y como las mujeres se han hecho una parte importante de esta.

Grafico 5

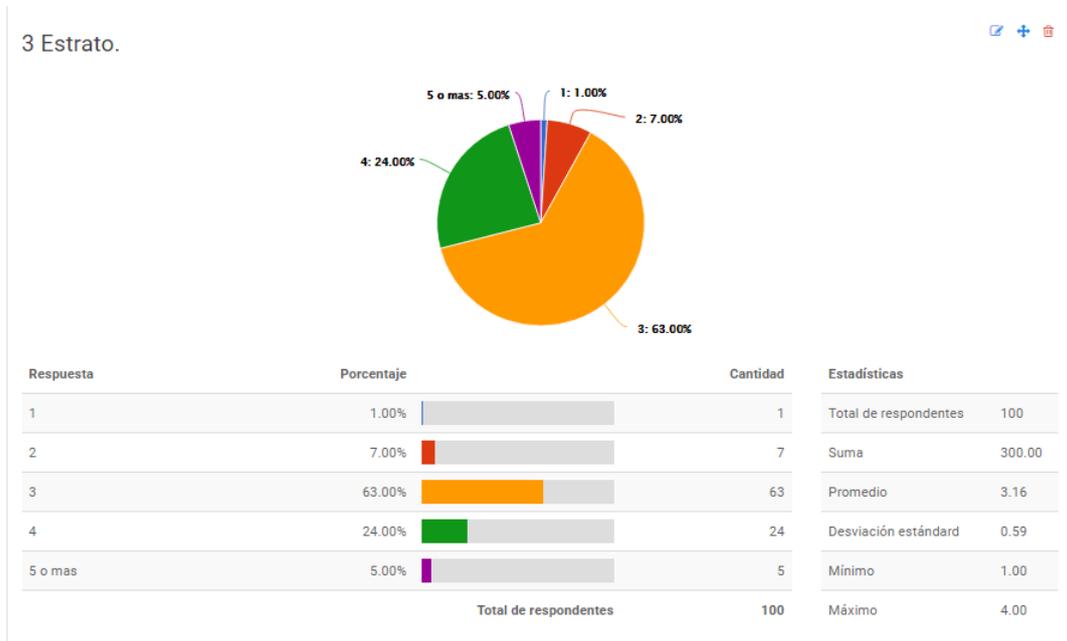
2 Edad.



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
15-25	34.00%	34	Total de respondentes 100
26-35	47.00%	47	Suma 0.00
36 o mas	19.00%	19	Promedio 0.00
Total de respondentes			Desviación estándar 0.00
			Mínimo 0.00
			Máximo 0.00

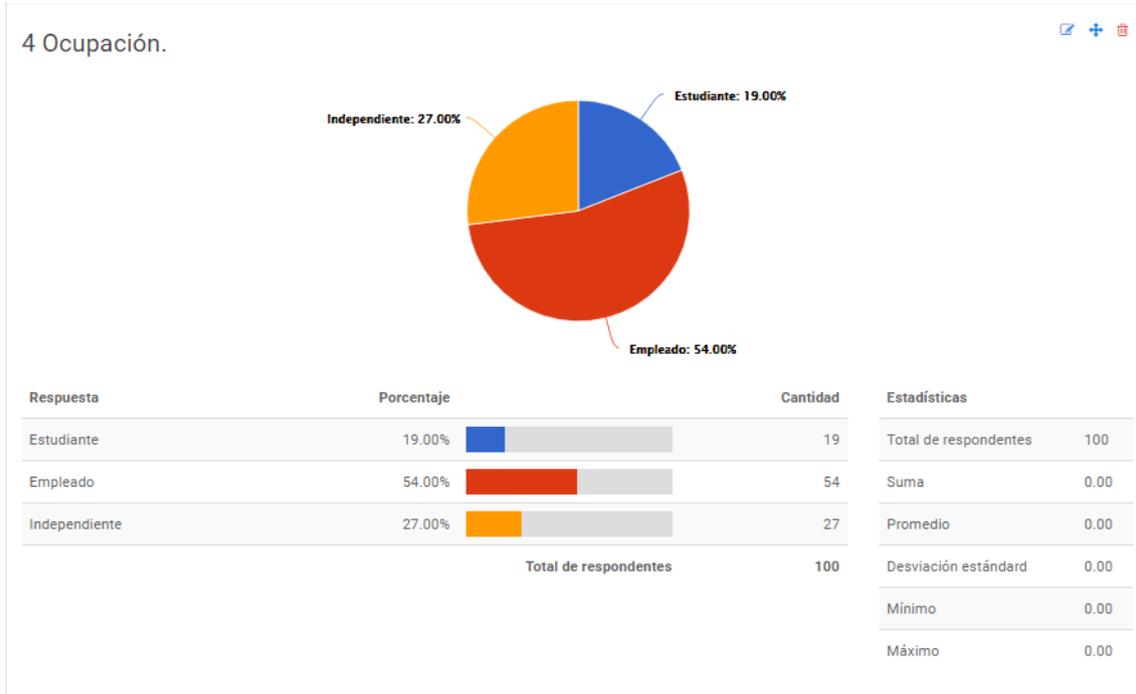
Como segunda referencia de análisis se tiene la edad de los encuestados para la cual se deduce que el foco de la tendencia Geek está entre los 26 y 35 años que son personas nacidas a fines de los 80s e inicios de los 90s, época en la cual se empiezan a producir series y comics destacas, como segundo escalón se encuentran las personas de 15 a 25 años que son personas de los 90s reafirmando la tendencia tecnología y modernización con la que crecieron y dejando más en claro la fuerza que tiene esta cultura.

Grafico 6



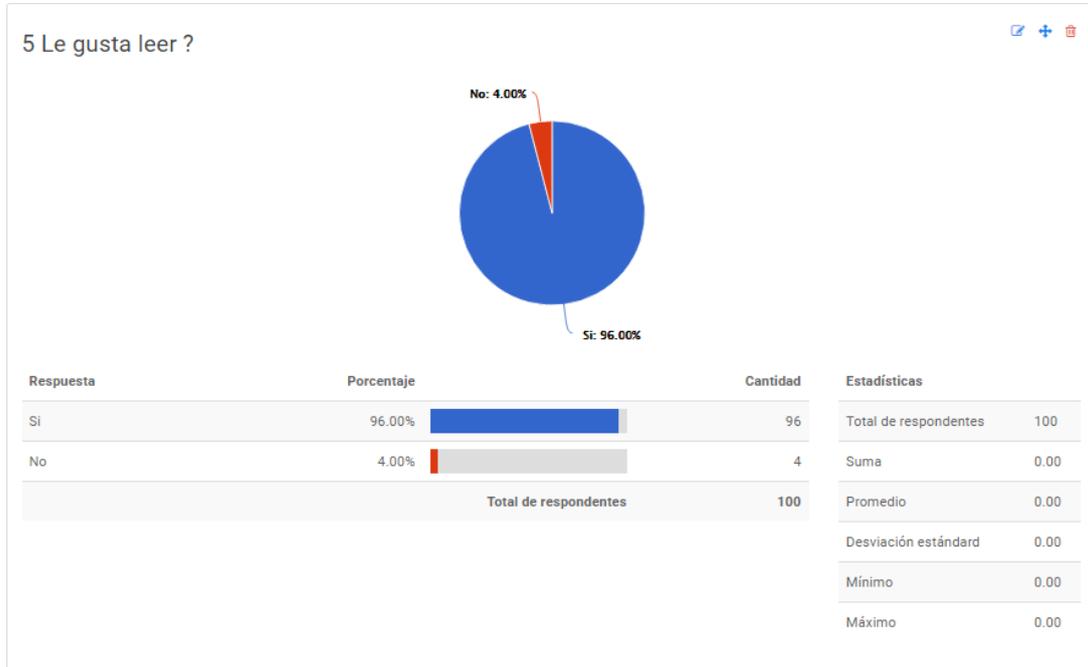
La tercer variable presentada es el estrato socioeconómico al cual pertenecen los encuestados siendo notable mayoría las personas pertenecientes al estrato 3 lo que nos indica que la ubicación para la Geek-Store será propicia y adecuada para llegar a este sector.

Grafico7



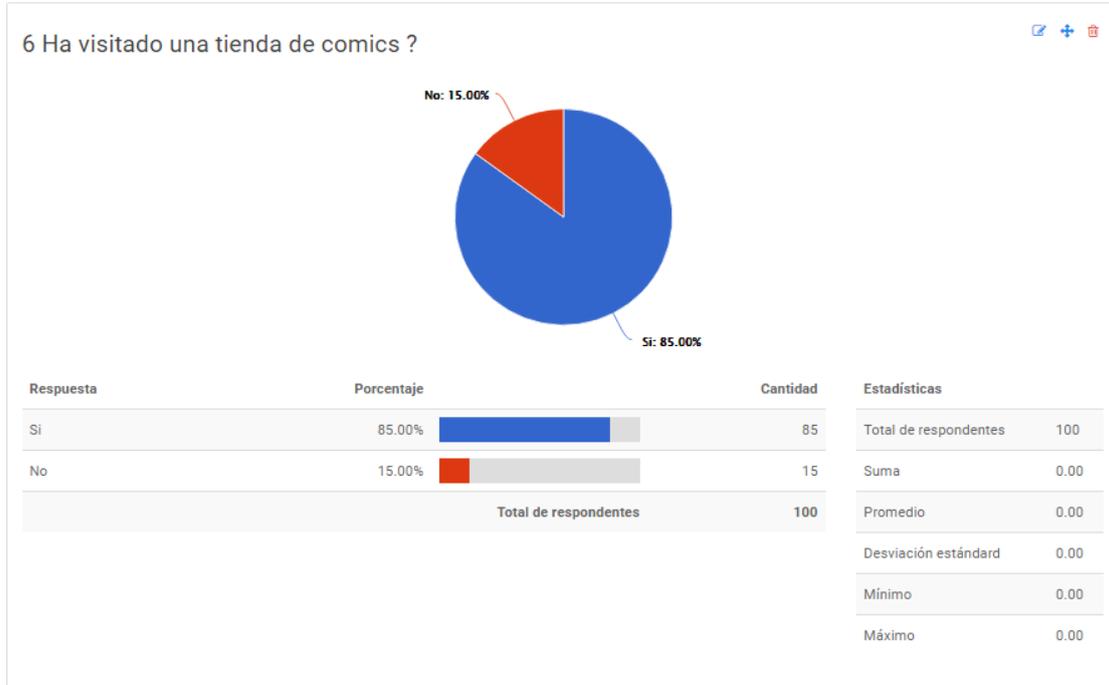
Para complementar la sectorización del cliente se realiza el análisis de la ocupación, lo que refleja la mayoría como empleados que junto con el análisis anterior fortalece la idea de la ubicación y concentración de la población.

Grafica 8



En ese orden de ideas se empieza a indagar sobre las costumbres culturales de los encuestados, para lo cual se pregunta sobre el hábito de la lectura para la cual la respuesta es rotunda dejando un primer paso sólido con respecto a la idea de emprendimiento desarrollada.

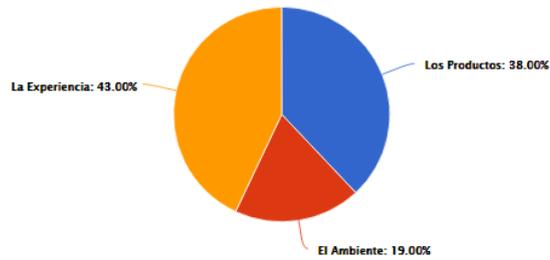
Grafica 9



Después se obtiene como dato quienes han visitado una tienda de comic anteriormente de lo cual se deduce favorablemente ya que el 85% lo ha hecho.

Grafico10

7 Que le gusta mas de una tienda de comics ?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Los Productos	38.00%	38	Total de respondentes 100
El Ambiente	19.00%	19	Suma 0.00
La Experiencia	43.00%	43	Promedio 0.00
Total de respondentes			Desviación estándar 0.00
			Mínimo 0.00
			Máximo 0.00

Siguiendo la línea en la encuesta se encuentra con las preferencias a la hora de entrar a una tienda de comic, para la cual la mayoría prefiere la experiencia de entrar a una tienda para ver diversos productos, compartir con otros fanáticos y tener el contacto físico y directo con esta cultura, seguido de los productos que es la base del negocio.

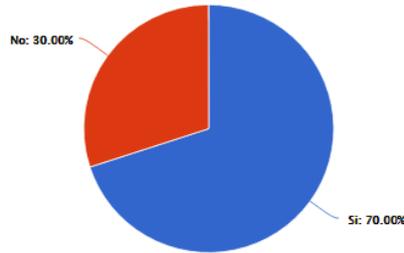
Grafico 11



Como siguiente pregunta se plantea la posibilidad de volverse miembro o cliente VIP de una tienda de comic, esta pregunta tiene como único fin ver la viabilidad de poder ofrecer membrecías y poder reproducir una idea de fidelización de clientes.

Grafico 12

9 ¿Estaría dispuesto a pagar \$ 70.000 por esta membresía a cambio del 5% Dto en toda la tienda anual ?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Si	70.00%	70	Total de respondentes 100
No	30.00%	30	Suma 0.00
Total de respondentes 100			Promedio 0.00
			Desviación estándar 0.00
			Mínimo 0.00
			Máximo 0.00

Para complementar la idea de fidelización de clientes, se entra más al detalle proponiendo una posible membresía que tiene un costo de \$70.000 a cambio del 5% de descuento en toda la tienda durante el año en vigencia de la misma, para la cual se obtiene un tendencia favorable con un 70% dispuesto a adquirir esta.

Grafico13



Como último enfoque se plantea la pregunta si al momento de ir a una tienda de comic asiste acompañado o no, dejando como resultado que una gran mayoría asiste en compañía de alguien.

Grafico 14



Para complementar y finalizar se analiza la posibilidad de realizar una zona de acompañantes dirigida principalmente a las personas que no les gusta esta tendencia y no tienen fascinación por los comic, la cual tendrá literatura de toda clase y todos los gustos con el servicio de café bar, para esto se pregunta si los acompañantes con los que suelen ir tiene la fascinación por la cultura Geek teniendo un resultado muy parcial pero inclinado por acompañantes que no tienen estos gustos apoyando la idea de la zona de acompañantes.

Competencia:

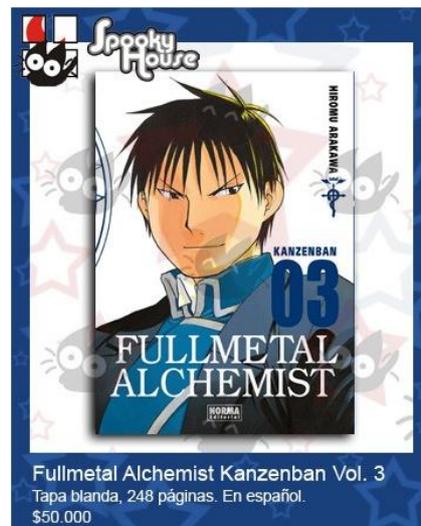
En Bogotá no existe un censo formal de las tiendas de comics, dado su mercado y la informalidad de este, sin embargo se cree que existen alrededor de 280 tiendas distribuidas entre lo formal e informal, en las cuales encontramos entre las más destacadas: Spooky House, Toogeek y Planeta Comics entre otros.

Ciudad Comics:

Spooky House: Esta es una tienda ubicada en la Carrera 7 No. 46-20 Local 104 Bogotá que inicio el 1 Abril 2004 que ofrece: Comics, manga, Anime y algunos accesorios, esta centrado en la cultura otaku (Japonesa, samurái, manga y anime) como los siguientes productos:



Superman - Mundos en Colisión
Tapa blanda, 408 páginas. En español.
\$60.000 set de 4 tomos



Fullmetal Alchemist Kanzenban Vol. 3
Tapa blanda, 248 páginas. En español.
\$50.000



Funko Pop - Rocket Raccoon
Audaz figura en vinilo de 10 cms de alto.
\$45.000

Toogeek: Esta tienda se encuentra ubicada en la cra 15 # 80 – 46 que se especializa en comics y está enfocado a un cliente de una posición socioeconómica alta que se ve reflejada en sus precios altos.



One Piece: Tony Tony
Chopper
\$58.900



Mug Lente Fotográfico
\$65.900



Harley Quinn: Figura Harley
Quinn DC Icons
\$139.900



Batman: The Killing Joke
\$74.900



One Punch Man: One Punch
Man # 1
\$50.000

Planeta Comics: Tienda en Medellín que se especializa en comics con una estrategia de precios enfocada en hacer asequibles todos los productos a todo el público.



Batman-Superman N 30 En Español
CO\$22.000.00

Batman-Superman N 29 En Español
CO\$22.000.00

Batman-Superman N 22 En Español
CO\$22.000.00

Batman-Superman N 21 En Español
CO\$22.000.00



Pop Funko Freezer
CO\$65.000.00



Pop Funko Pegajoso (Ghostbuster)
CO\$65.000.00



Pop Funko Deathstroke (Arrow serie)
CO\$65.000.00

Estrategia de mercado:

Para lograr la creación de una marca o GoodWill como tal llamado Geek-Shop se tendrá que realizar un gran esfuerzo, en primera instancia el evento de inauguración tiene que ser sin precedentes, para este se realizara un evento en la tienda donde los asistentes tendrán o siguiente:

- Todos los productos tendrán el 5% Dto.
- Las membrecías estarán al 50% Dto.
- Concurso de videojuegos (FIFA 2018) Con premios en productos de la tienda.
- Concurso de Cosplay Con premios en productos de la tienda.
- 2X1 en la zona de acompañantes para cualquier bebida.
- Suscripciones al 50% Dto para los talleres de Dibujo y creación de figuras coleccionables.

Por otra parte para mantener y generar fidelización en la clientela se tendrá la estrategia de membrecías, la cual consiste en generar estas anuales a un precio de \$70.000 que otorgará el 5% de Dto en todas los productos durante el año vigente de la membrecía,

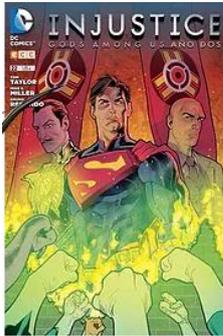
esto acompañado de cursos de dibujo y creación de figuras de colección los cuales serán un servicio adicional que se ofrecerá con el fin de apoyar el talento colombiano, generando fidelización de los participantes a estos y la opción de crear productos nacionales que se puedan comercializar, adicional y el foco de la marca se basará en la idea de volver a dar importancia a la experiencia de compra presencial soportada en las salas de lectura y salas de videojuego junto a los videos y películas proyectadas de películas y series, adicional y más importante la tienda contará con un espacio único para aquellos acompañantes los cuales no tienen esta fascinación se les ofrecerá un espacio donde podrán tomar cualquier tipo de bebida acompañada de lectura de literatura normal y un espacio muy cálido.

Los productos que se comercializarán serán:

Funko-Pop's: figuras de 10 cm de alto de todos los personajes de comics y anime que sean solicitadas



Comics-Books: de todos los personajes y todos los precios.



Injustice año 2 N 22



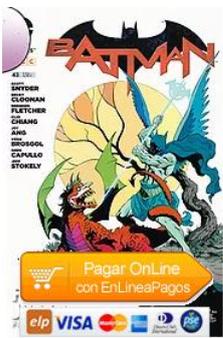
Injustice año 2 N 20



Injustice año 2 N 19



Injustice año 2 N 18



Batman N 43 en Español



Batman N 41 en Español



Batman N 40 en Español



Batman N 37 en Español



Superman N 16 en Español



Superman N 13 en Español



Superman N 12 en Español



Superman N 11 en Español



XMEN No 8 en Español



XFACTOR No 6 en Español



XFACTOR No 10 en Español



XFACTOR No 12 en Español

Accesorios: en este ítem se encontraràn llaveros, ropa, esferos, gorros o gorras, billeteras, afiches entre otros.



Figuras coleccionables: Para este ítem a parte de las figuras que se importaran contaremos con figuras de realizaci3n propia a precios m1s bajos.





Videojuegos



El valor agregado y diferenciador de la tienda estará centrado en retomar la experiencia de compra presencial, esto basado en el gusto que existe en poder visitar una tienda en la cual se encuentren los productos más novedosos y de mejor calidad, acompañados de poder vivir la experiencia Geek en su total esplendor, sustentada en poder compartir con otros aficionados, poder disfrutar de lecturas en un recinto adaptado para este, disfrutar experiencias gamers con un espacio para jugar videojuegos, espacios para participar de juegos de cartas y de rol, y un único espacio para aquellos acompañantes que no son fanáticos de esta cultura en el cual encontrarán bebidas de todo tipo como frías, calientes y alcohólicas de todo tipo y una librería de literatura general que podrán disfrutar mientras si acompañante disfruta de la experiencia Geek.

ESTUDIO FINANCIERO

Inversión: Se abarcaran los costos en los cuales se incurrirá para la creación y manutención de la tienda durante los primeros cinco años.

Planta o local de desarrollo: Según los resultados analizados anteriormente tenemos que la mayor demanda de estos productos se encuentra situada en personas de estratos 3 y 4 lo que nos deja como conclusión una ubicación central, para la cual se tomará un local en arriendo en el barrio Banderas, que cuenta con 170 mt² de estrato 3 que tiene un costo mensual de \$6.000.000 COP que cuenta con un baño 2 cuartos 1 cocina y un espacio libre, en los dos cuartos se ubicaran la zona de lectura, zona de videojuegos y en la cocina se remodelara ubicando un abarra y espacio para la zona de acompañantes y el espacio libre tendrá una pantalla, la zona de caja y distribuidos muestrarios para productos.

INVERSION INICIAL	
Articulo	Valor
Publicidad	5.000.000,00
Personal Impulso	500.000,00
Local	6.000.000,00
computador	1.300.000,00
TV	4.800.000,00
Consolas	3.000.000,00
Juegos	778.000,00
Pufs	400.000,00
Vitrinas	1.000.000,00
Vasos	500.000,00
Bebidas	1.000.000,00
Mercancia	40.000.000,00
Servicios Publicos	300.000,00
FigUras tamaño real	28.000.000,00
TeatroS en casa	900.000,00
Reserva	10.000.000,0
TOTAL	97.978.000,00

Costos mensuales:

Costos mensuales	
Servicios Publicos	500.000,00
Personal	5.500.000,00
Inventario	4.661.000,00
Arriendo	6.000.000,00
Total	16.661.000,0

Inventario:

Inventario	
Comic-book	501.000,00
Funco-Pop	1.250.000,00
Figuras coleccionable	1.800.000,00
Camisetas	100.000,00
Gorras	50.000,00
Llaveros	160.000,00
Billeteras	100.000,00
Peluches	300.000,00
Mugs	100.000,00
Videojuegos	300.000,00
Total	4.661.000,00

Personal:

Personal				
Funcion	Tipo de contrato	Horas de trabajo mensual	Costo x Hora	Costo total
Instructor Dibujo	Prestacion de servicios	16	50.000,00	800.000,00
Instructor de Porcelanicron	Prestacion de servicios	16	50.000,00	800.000,00
Encargado de tienda 1	Prestacion de servicios	210	5.714,29	1.200.000,00
Encargado de tienda 2	Prestacion de servicios	210	5.714,29	1.200.000,00
Encargado Zona acompaantes	Prestacion de servicios	210	7.142,86	1.500.000,00
Costo total personal				5.500.000,00

Punto de equilibrio:

Punto de equilibrio			
Articulo	Precio Venta	Cantidades a vender	Total
Comic-book	20.000,00	32	640.000,00
Funco-Pop	40.000,00	40	1.600.000,00
Figuras coleccionables	180.000,00	32	5.760.000,00
Camisetas	20.000,00	32	640.000,00
Gorras	15.000,00	32	480.000,00
Llaveros	18.000,00	32	576.000,00
Billeteras	40.000,00	32	1.280.000,00
Peluches	50.000,00	32	1.600.000,00
Mugs	25.000,00	32	800.000,00
Videojuegos	120.000,00	32	3.840.000,00
Total	528.000,00	328	17.216.000,00

TIR:

TIR	
Periodo	Ingreso
0	- 16.661.000,00
1	17.216.000,00
2	17.316.000,00
3	17.516.000,00
4	15.000.000,00
5	13.000.000,00
6	17.000.000,00
7	25.000.000,00
8	30.000.000,00
9	31.820.000,00
10	33.542.000,00
11	40.000.000,00
12	39.500.000,00
TIR TOTAL	103,04%

ANALISIS DE RENTABILIDAD

Dadas las cifras anteriormente relacionadas se tiene una tasa de retorno muy provechosa dejando un margen de rentabilidad operacional del 60%, sin embargo la inversión inicial es sustanciosa y considerable teniendo en cuenta que hay un porcentaje diferido de esta deuda, lo cual nos deja un margen de perdida en los primeros 8 meses después de impuestos, sin embargo la operación empezará a recuperarse en el 9 periodo recuperando las pérdidas generadas en el lapso de tiempo anterior, dejando 5 periodos después aun en pérdidas pero que tienen tendencias favorables y de recuperación, por lo tanto del periodo 14 en adelante se empezarán a ver cifras favorables y un margen de utilidad muy provechoso dejando así las puertas abiertas para un negocio rentable y que como mencionamos en este proyecto es un mercado en crecimiento generando sensaciones favorables y una gran rentabilidad.

BIBLIOGRAFIA

- SOFA 2015 Agencia EFE dirijase <http://www.efe.com/efe/america/cultura/casi-172-000-personas-visitaron-el-salon-del-ocio-y-la-fantasia-2015-de-bogota/20000009-2754433>
- de Businesscol sobre Mipymes <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/#numero>
- Covin, J., & Slevin, D. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. Entrepreneurship Theory and Practice, Fall, 16(1), 7-25.
- Brazeal, D., & Herbert, T. (1999). The genesis of entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, Spring, 23(3), 29-45
- Toogeek - <http://www.toogeek.co/>
- Planeta comic - <http://www.planetacomics.co/>