

**Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa denominada “Creaciones Roar” dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes tipo peluche y artículos para regalo en la ciudad de Popayán**



**Ana María Guerrero Arturo**

**Corporación Universitaria ComfacaUCA - UnicomfacaUCA**

**Programa Contaduría Pública**

**Popayán, 2021**

**Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa denominada “Creaciones Roar” dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes tipo peluche y artículos para regalo en la ciudad de Popayán**



**Ana María Guerrero Arturo**

**Trabajo de grado para optar al título de Contadora Pública**

**Director:**

**Diego Velasco Hurtado**

**Corporación Universitaria ComfacaUCA - UnicomfacaUCA**

**Programa Contaduría Pública**

**Popayán, 2021**

## Nota de Aceptación

---

---

---

---

**Jurado**

---

**Jurado**

Popayán, fecha \_\_\_\_\_

## **Dedicatoria**

Me gustaría dedicar este párrafo principalmente a Dios, que nos colma de bendiciones todos los días y que con su bendición me ha permitido llegar hasta aquí. De igual manera, les dedico esta tesis a mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, a mi hija por ser la fuente de inspiración y a la Corporación Universitaria Comfacauca (Unicomfacauca) por brindarme las bases teóricas necesarias para ejercer con ética y profesionalismo mi rol como Contadora Pública ante la sociedad y por guiarme en este proceso de formación.

## **Agradecimientos**

Gracias a Dios por permitirme tener y disfrutar a mi familia, gracias a mi familia por apoyarme en cada decisión y proyecto, gracias a la vida por demostrarme que, aunque tengamos momentos difíciles Dios se encarga de caminar de nuestra mano y levantarnos para dar gracias por estar vivos y lo justo que es con cada cosa que pone en nuestra vida diaria.

Del mismo modo, agradezco de manera muy especial a mis profesores, quienes se tomaron el arduo trabajo de enseñarme y trasmitirme sus diversos conocimientos, especialmente en el ámbito de mi carrera profesional, además han sido quienes me ayudaron a caminar por el camino correcto y me brindaron sus conocimientos. Finalmente, gracias a mi director de programa Dennis Lara por su paciencia, dedicación y acompañamiento en el desarrollo de la presente investigación.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	1
Capítulo I: Problema .....	2
1.1 Título .....	2
1.2 Planteamiento del Problema.....	2
1.3 Justificación.....	4
1.4 Objetivos .....	6
1.4.1 Objetivo General. ....	6
1.4.2 Objetivos Específicos.....	6
Capítulo II: Marco Teórico .....	7
2.1 Antecedentes .....	7
2.2 Marco Referencial .....	12
2.3 Marco Legal .....	14
2.4 Marco Conceptual .....	16
Capitulo III: Metodología .....	20
Capitulo IV: Resultados Obtenidos.....	24
4.1 Estudio de Mercado.....	24

4.1.1 Identificación de la Competencia.....	26
4.2. Mezcla del Mercado 4p.....	30
4.3 Estudio Técnico.....	35
4.4 Aspectos Institucionales, Legales y Jurídicos .....	46
4.5 Estudio financiero .....	59
4.6 Evaluación financiera.....	72
Impactos .....	76
5.1 Impacto Regional .....	76
5.2 Impacto Ambiental.....	76
Conclusiones .....	77
Recomendaciones.....	79
Anexos.....	80
1.1 Anexo 1: Formato de Encuesta .....	80
1.1.1 Ponderación de Resultados.....	81
1.2 Anexo 3: Índices de Precios al Consumidor .....	87
Bibliografía .....	88

## Listado de Imágenes

<b>Imagen 1:</b> Fórmula matemática de cálculo muestral .....	25
<b>Imagen 2:</b> Logo empresa Exporemate .....	27
<b>Imagen 3:</b> Logo PePe Ganga.....	28
<b>Imagen 4:</b> Logo MegaFam .....	28
<b>Imagen 5:</b> Logo Dulce Encanto .....	29
<b>Imagen 6:</b> Logo de Miniso.....	29
<b>Imagen 7:</b> Planta de producción.....	40
<b>Imagen 8:</b> Máquina de coser marca brother prestigio 30.....	43
<b>Imagen 9:</b> Fileteadora industrial typical gn795 516m2-35 .....	44
<b>Imagen 10:</b> Termo fijadora .....	44
<b>Imagen 11:</b> impresora Epson L3110 .....	45
<b>Imagen 12:</b> Caladora .....	45
<b>Imagen 13:</b> Logotipo de la empresa.....	52
<b>Imagen 14:</b> Organigrama "Creaciones Roar" .....	54
<b>Imagen 15:</b> Diagrama de flujo .....	73

## Listado de Tablas

<b>Tabla 1:</b> Intervalos de confianza por porcentaje de nivel de confianza .....	25
<b>Tabla 2:</b> Comparativa de publicidad .....	29
<b>Tabla 3:</b> Comparativa de mercado .....	30
<b>Tabla 4:</b> Precios de los productos de la microempresa "Creaciones Roar" .....	32
<b>Tabla 5:</b> Requerimiento de maquinaria y equipo .....	45
<b>Tabla 6:</b> Gastos de constitución .....	49
<b>Tabla 7:</b> Matriz DOFA .....	58
<b>Tabla 8:</b> Estrategias según matriz DOFA .....	59
<b>Tabla 9:</b> Inversiones fijas de la empresa .....	60
<b>Tabla 10:</b> Inversiones, gastos de instalación y puesta en marcha de la empresa .....	61
<b>Tabla 11:</b> Inversión de capital de trabajo por año .....	62
<b>Tabla 12:</b> Ventas proyectadas en unidades para la empresa .....	63
<b>Tabla 13:</b> Precios por año para la empresa .....	63
<b>Tabla 14:</b> Ventas proyectadas en valores para la empresa .....	64
<b>Tabla 15:</b> Costos unitarios por año para la empresa .....	64

<b>Tabla 16:</b> Costos totales de la empresa .....	65
<b>Tabla 17:</b> Gastos operacionales de la producción de detalles personalizados .....	65
<b>Tabla 18:</b> Depreciaciones utilizando el método de la línea recta.....	67
<b>Tabla 19:</b> Licencia del costo del software .....	67
<b>Tabla 20:</b> Estado de resultados proyectados en pesos colombianos .....	68
<b>Tabla 21:</b> Estado de situación financiera en pesos colombianos .....	69
<b>Tabla 22:</b> Indicadores financieros de la empresa .....	71
<b>Tabla 23:</b> Flujo de caja libre en pesos colombianos .....	73
<b>Tabla 24:</b> Evaluación financiera de la empresa.....	74
<b>Tabla 25:</b> Portafolio de servicios para la empresa .....	75

## **Listado de Mapas**

<b>Mapa 1:</b> Macro localización.....	36
<b>Mapa 2:</b> Municipio de Popayán .....	38
<b>Mapa 3:</b> Micro localización punto de venta.....	38
<b>Mapa 4:</b> Micro localización planta de producción .....	39

## Glosario

**Almacenaje:** Se refiere a la administración del espacio físico necesario para el mantenimiento de las existencias, en definitiva, se refiere al diseño y gestión operativa de los almacenes y de las diferentes herramientas y tecnologías que deben utilizarse para optimizar la operación.

**Bodega:** Lugar donde se almacena la mercancía para la respectiva distribución.

**Capital de trabajo:** Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar a corto plazo, para cubrir sus necesidades a tiempo.

**Distribución:** La distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo. Su misión es poner el producto a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desea adquirirlo

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

**Entrega de la mercancía:** Acto por el cual se pone la mercancía a disposición efectiva y material del destinatario.

**Felpa:** Tejido de fibra sintética, parecido al terciopelo, usado para la confección muñecos de peluche.

**Flete:** El término puede hacer referencia al precio del alquiler, a la carga que se transporta o al vehículo utilizado.

**Innovación:** La innovación se considera como sinónimo de producir asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas. (Sánchez, 2008)

**Logística:** Ese el arte y la ciencia de obtener, producir y distribuir materiales y productos en el lugar apropiado y en cantidades requeridas.

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

**Peluche:** Tela, generalmente de seda, lana o alguna fibra sintética, parecida al terciopelo, pero de pelo más largo y aspecto más brillante; se utiliza sobre todo para forrar prendas de invierno y confeccionar muñecos.

**Pedido:** Conjunto de artículos solicitados por parte del cliente final al cliente corporativo.

**Relleno siliconado:** Algodón con fibra siliconada para llenar algo. (El relleno de un peluche).

## **Introducción**

Actualmente, el mercado se ha venido modificando de acuerdo a las nuevas demandas de los consumidores, ya que estos tienden cada día a ser más exigentes, al tener no solo en cuenta el factor de calidad en el momento de la prestación del servicio, sino que también hoy en día se valora mucho el factor innovador y de personalización de los productos adquiridos, que tiene como finalidad cumplir con las expectativas de los clientes. A lo anterior, se le suma que cada persona es un mundo diferente, por lo cual el mercado no debe centrarse en un solo tipo de público, generalizando en la idea de que existe un solo perfil de comprador, por el contrario, existe una pluralidad de estos.

Por esta razón, el presente trabajo tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes tipo peluches y artículos para regalo en la ciudad de Popayán. Es así como, a partir de la factibilidad de la creación de la empresa, se pretende que esta participe en el desarrollo de la región y además de que sea una fuente de empleo más para la ciudad, esto mediante los productos a ofertar, los cuales se basaran en el factor de calidad, innovación y personalización. Y así, a un plazo largo de dos años poder alcanzar un sólido posicionamiento de la marca en el mercado, logrando satisfacer las necesidades de los clientes en la compra de un detalle para un ser querido.

De igual manera, el presente trabajo se divide en cuatro capítulos: Primero, se realiza una contextualización del problema abordado, la justificación y objetivos; segundo, está el marco teórico, los antecedentes y el marco de referencias; tercero, se presenta la metodología del trabajo, para finalizar con el capítulo de los resultados, en el cual se presenta el estudio de mercado, técnico y financiero. De igual manera, en este se determina si el presente emprendimiento es factible o no realizarlo.

## **Capítulo I: Problema**

### **1.1 Título**

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa denominada “Creaciones Roar” dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes tipo peluche y artículos para regalo en la ciudad de Popayán.

### **1.2 Planteamiento del Problema**

En un estudio realizado por Confecámaras (2017), se menciona que “más de la mitad de las empresas nuevas fracasan en los primeros cinco años de vida. Sólo en el primer año desaparecen, en promedio, entre el 20 y 30% de las empresas nacientes” (pág. 6). Y con respecto a las MiPymes en “Colombia cerca del 98% de los emprendimientos que mueren cada año pertenecen a la categoría de microempresas” (Confecámaras, 2017, pág. 8).

Es así como, a partir de esta cifra se puede deducir que aquellos que tienen como iniciativa crear un negocio, cierran al poco tiempo, lo anterior puede estar asociado a diferentes factores, siendo los más comunes: la falta de conocimiento en el área a emprender o porqué en muchas ocasiones, estos emprendimientos se desarrollan por necesidad y no por convicción, a lo anterior se le suma la competencia en el mercado con empresas extranjeras, las cuales compiten con precios muy bajos casi imposibles de igualar, lo que lleva a que los comerciantes busquen siempre la manera de innovar en los productos ofertados, para así poder tener valor agregado en la elaboración de cada producto y lograr posicionarse en el mercado.

Es relevante mencionar que, en la mayoría de los casos para la creación de una empresa, no se tiene definida una idea de negocio y esto ocurre debido a que no se tiene la experiencia o el

conocimiento necesario para la puesta en marcha de la misma y que a su vez permita alcanzar el éxito y sea auto sostenible. Cabe mencionar que, existen diversos factores que influyen de manera negativa en el resultado deseado, entre ellos se encuentra el desconocimiento del cliente potencial, pues desconocer acerca de a quién vender un producto es un error de dimensiones excesivas, para que el negocio pueda funcionar, al igual que la falta de capital como factor condicionante para el desarrollo del plan de negocio, también influye mucho los altos costos de los impuestos que se manejan en Colombia para las Pymes.

Sin embargo, actualmente los emprendimientos para el país representan un gran aporte a la economía tanto nacional como local, ya que generan nuevos empleos al momento de crear nuevas empresas, en el contexto nacional para el 2020 “el tercer trimestre del año (julio–septiembre) la creación de empresas se incrementó en un 2,9%, al pasar de 82.371 unidades en 2019 a 84.724 en 2020” (Gaitán, 2021), lo que convierte al emprendimiento en una opción de empleo importante para el país.

Por lo cual es posible mencionar que, mediante la realización del presente estudio de factibilidad se lograra determinar si es viable la creación de la empresa “Creaciones Roar” y con ello la oportunidad de aportar a la economía y empleabilidad del país a nivel local, específicamente en el municipio de Popayán Cauca. Y es así como, una vez mencionado el contexto anterior, el presente trabajo tiene como propósito, dar respuesta a la siguiente pregunta de investigación:

**¿Es factible crear una microempresa denominada “Creaciones Roar” dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes tipo peluche y artículos para regalo en la ciudad de Popayán?**

### 1.3 Justificación

La realización de un estudio de la factibilidad, para la creación de una microempresa denominada “Creaciones Roar” dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes tipo peluches y artículos para regalo, resulta indispensable para llevar a cabo una idea de negocio y así crear una microempresa que aporte al desarrollo de la región y que finalmente llegue a posicionarse dentro del mercado de manera fuerte.

Ahora bien, con respecto al contexto donde se pretende crear el emprendimiento, es la ciudad de Popayán conocida como “la ciudad blanca”, la cual es fue consolidada como un atractivo destino turístico para colombianos y extranjeros, donde uno de los eventos más importantes es la Semana Santa, ya que esta es considerada por la Unesco como patrimonio material e inmaterial de la humanidad. Además, cuenta con “cinco plazas de mercado, más de 240 cocinas y más de 1.200 personas vinculadas que fueron merecedoras de que la Unesco reconociera a Popayán como ciudad creativa de la gastronomía, sumándose a esto, el Congreso Gastronómico de Popayán como otra de las iniciativas gastronómicas” (Semana, 2018).

A partir de lo mencionado anteriormente, se puede analizar que las principales actividades económicas de la ciudad hacen referencia al turismo, la agricultura y el comercio, más no al sector de la industria, representando un 64% de participación según los registros del CIIU de las empresas del municipio de Popayán, por lo cual la ciudad no se caracteriza por ser fuerte en el sector industrial. Algunos factores, que de igual manera han imposibilitado el desarrollo empresarial en la ciudad, podría estar relacionado a que a nivel departamental el Cauca presenta un alto índice de conflicto armado, además de que, a nivel local, Popayán tiene problemas de orden público, lo que dificulta el desarrollo de la zona, la inversión y apoyo por parte del

Gobierno a las Pymes, así como también a la adquisición de materia prima que garantice una buena producción a las empresas.

Por otra parte, es relevante mencionar que la idea de la creación de un emprendimiento relacionado a una microempresa denominada “Creaciones Roar”, se eligió después de analizar diversas alternativas de negocio, donde se logró encontrar que el mercado de los juguetes tipo peluches y artículos para regalo, son importantes para determinado nicho de mercado, dando como resultado una opción para los clientes, basados en la personalización de los juguetes tipo peluches, así como también de artículos para regalo, por lo cual no solo se tendrá en cuenta el factor de calidad, sino también el de personalización.

Por ende, este emprendimiento se enfoca en brindar una alternativa diferente para aquellas personas o empresas que desean tener modelos únicos y originales al momento de solicitar un regalo. Es de mencionar, que las plataformas digitales son un gran aliado para la empresa, ya que, a través de Facebook e Instagram, los clientes podrán encontrar o solicitar de manera más fácil el catálogo de los productos ofertados, las opciones de personalización, el diseño, las características de peluche o accesorios para la elaboración y el valor total del producto.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General.**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa denominada “Creaciones Roar” dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes tipo peluche y artículos para regalo en la ciudad de Popayán.

### **1.4.2 Objetivos Específicos.**

- Elaborar un estudio de mercado que permita conocer la viabilidad comercial de juguetes tipo peluche y artículos para regalo en la ciudad de Popayán.
- Realizar un estudio técnico que permita el buen uso de los recursos disponibles.
- Diseñar un estudio organizacional que permita una gestión eficiente y eficaz.
- Elaborar un estudio de viabilidad financiera y económica que permita establecer la factibilidad de la creación de la microempresa denominada “Creaciones Roar”.

## Capítulo II: Marco Teórico

### 2.1 Antecedentes

Los siguientes antecedentes, responden al marco de investigaciones que serán la base investigativa del trabajo. Por ende, los documentos aquí presentes se obtuvieron a partir de una búsqueda, revisión y clasificación sistemática de documentos institucionales, artículos, centros de investigación y trabajos académicos de diferentes autores que han trabajado el tema de la factibilidad para la creación de una empresa, permitiendo así conocer el estado actual en el que se encuentra el tema.

Por lo cual, es indispensable comenzar con el informe de la Cámara del Comercio del Cauca, en el cual se menciona la distribución de la industrial empresarial en el departamento del Cauca, de la siguiente manera:

En el departamento del Cauca existen alrededor de 189 empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir, confección de artículos textiles y acabado de productos textiles, de las cuales 119 se encuentran ubicadas en la ciudad de Popayán, 14 en Santander de Quilichao, 12 en Puerto Tejada y 8 en el municipio de Timbío. Es importante resaltar que en Popayán se encuentran las empresas más grandes del sector en cuanto a producción y cobertura del mercado se refiere. De igual forma, el resto de empresas se concentran en los municipios del norte del Cauca (Cámara del Comercio del Cauca, 2017, pág. 26).

Es así como, las empresas textiles es el tipo de industria que prevalece en la región, donde estas tienen una “participación del 8,09% dentro del sector comercio y del 6,32% dentro del total del Departamento” (Cámara del Comercio del Cauca, 2017, pág. 30). Y, por otra parte, con

respecto a la comercialización de las prendas de vestir al por mayor, estas “suman un total de 34 organizaciones, concentrándose principalmente en la ciudad de Popayán y en los municipios de Santander de Quilichao, Puerto Tejada, El Tambo y Bolívar” (Cámara del Comercio del Cauca, 2017).

La anterior información, es relevante para la presente investigación en la medida en que se evidencia que el área de confección textil a nivel departamental y especialmente del municipio de Popayán es fuerte, permitiendo así la creación de nuevas empresas en este sector, las cuales al mismo tiempo aportarían al crecimiento económico de la región.

Ahora bien, otro informe relevante para la presente investigación es la del boletín del DANE, citado en uno de los artículos del periódico el Espectador, en el cual se menciona que “en el contexto colombiano las micro, pequeñas y medianas empresas (Pymes) representan y aportan al país el 35% del Producto Interno Bruto (PIB), además de representar el 80% del empleo a nivel nacional, así como el 90% del sector productivo” (El Espectador, 2018). Siendo estos datos, importantes para resaltar el aporte y el valor que tienen las pymes en el sector económico del país, al mismo tiempo que sirve como referente para fortalecer e incentivar la creación de nuevas microempresas en el país.

De igual manera, el equipo de Investigaciones Económicas del Grupo Bancolombia menciona que la demanda interna del país para el año 2019, represento el principal aporte a la economía colombiana, lo anterior citado por el portal web denominado Portafolio, en el cual se alude que:

Entre los principales componentes se destaca el consumo público y la inversión, para los cuales proyectamos variaciones un poco menos acentuadas pero superiores al PIB agregado (4,6% y 4,3%, respectivamente) Entre tanto, asevera que después de expandirse 4% en el

primer trimestre, se prevé que el consumo privado crecerá 3,3% en todo el año. Esta desaceleración estará explicada por la baja confianza del consumidor y el aumento del desempleo (Portafolio, 2019).

Por consiguiente, la anterior información aporta a la investigación en el sentido de que evidencia que Colombia tiene una tendencia estable de crecimiento económico en el Producto Interno Bruto (PIB), lo que permite crear nuevas oportunidades de negocio. Los datos de estas dos variables macroeconómicas pueden ser un índice para reflejar el potencial que tiene la práctica de emprender en el país, pues por su capacidad de generación de empleo, puede contribuir a la disminución de la tasa de desempleo.

Por otra parte, referente a trabajos de grado que han optado por realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización ya sea de juguetes tipo peluche o de artículos para regalo se encontraron los siguientes:

- **Internacional**

A nivel internacional, está el trabajo de grado de Orellana Rodrigo (2016) para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas, denominado “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes didácticos de madera, en la ciudad de Loja” de la Universidad de Loja, Ecuador, en el cual se establece como objetivo medir la factibilidad que tendrá la implementación de una empresa fabricante y comercializadora de juguetes didácticos de madera, en la ciudad de Loja. Estableciendo así una metodología de carácter mixta, es decir cuantitativa y cualitativa, con técnicas de recolección como la observación y la encuesta, las cuales permitan una adecuada recolección de datos necesarios para llevar a cabo la investigación.

La conclusión más relevante a la que llega esta investigación, es que “mediante los resultados de los estudios de mercado, técnico, financiero y de la evaluación financiera, se pudo determinar que es factible la implementación de una empresa fabricante y comercializadora de juguetes didácticos de madera en la ciudad de Loja” (pág. 154). Siendo esta investigación, un aporte valioso al presente trabajo, debido a la similitud en el tema a tratar, respecto a la fabricación de juguetes, lo que permite conocer algunas pautas que son necesarias para realizar un estudio de factibilidad con respecto a componentes claves como el estudio de mercado, financiero, técnico, organizacional y económico.

- **Nacional**

Con respecto al contexto nacional, se evidencia el trabajo de grado de Arenas Juan David (2004) para optar por el título de Ingeniero Industrial, titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de entretenimiento a partir del suministro de juguetes de peluche personalizados en Colombia” de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, en la cual se establece como objetivo “elaborar un plan de negocios basado en la creación de una empresa de servicios de entretenimiento a partir del suministro de juguetes de peluche personalizados en Colombia, con el fin de satisfacer las necesidades sociales en este sector bajo el concepto de servicios personalizados, desarrollando y ofreciendo así nuevas formas de entretenimiento y experiencias de consumo” (pág. 11). Y en esta, se llega a las siguientes conclusiones relevantes:

El proyecto es factible en todos sus aspectos y legalmente el proyecto no presenta ningún tipo de restricciones y económicamente es factible, dejando márgenes de utilidad a los socios, y a

donde a partir del tercer año, debido al manejo del endeudamiento y al apalancamiento de la empresa se puede expandir el proyecto o desarrollar nuevos (pág. 90).

Es relevante mencionar que, la relación existente entre este trabajo con el presente estudio, radica en el riguroso análisis respecto al producto o servicio que se pretende brindar, al igual que un detallado estudio de mercado, técnico, administrativo, jurídico y legal, al igual que el estudio económico y financiero; aspecto que se quiere llevar a cabo en la investigación, por lo cual sería una guía de implementación de los diferentes estudios que se requieren para ratificar la factibilidad en la creación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes tipo peluche y articulo para regalo.

De igual manera, está el trabajo de las autoras Ramírez María del Pilar y Vargas Sandra (2013) para optar por el título de Administradoras de Empresas, denominado “Estudio de viabilidad para la creación de una comercializadora de detalles para ocasiones especiales en la comuna 17 de la ciudad de Cali” de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Cali, en el cual se establece como objetivo “estudiar la viabilidad para la creación de una comercializadora de detalles para ocasiones especiales, ubicada en la comuna 17 de la ciudad de Cali” (pág. 19), esto teniendo en cuenta que:

Cada fecha especial o celebración en la vida de una persona es trascendental, con el pasar del tiempo los seres humanos se alimentan de los recuerdos, con la implementación de la tecnología y sus avances se ha perdido la costumbre de celebrar o agasajar a una persona en ocasiones especiales con obsequios o detalles (Ramírez & Vargas, 2013, pág. 12).

Por lo cual, a partir de la problemática mencionada anteriormente, es indispensable que en este aspecto de los detalles para ocasiones especiales se creen nuevas microempresas que ayuden

a fortalecer este sector, a través de la personalización de productos de este tipo. Por ende, la investigación de las autoras es importante para la presente investigación en el sentido de que primero, es un estudio que aborda uno de los aspectos que se quiere implementar en la presente investigación, como lo es los detalles de regalo personalizados para personas y segundo porque también aborda los estudios de mercado, técnico, organizacional, económico y financiero, los cuales son indispensables para un estudio tanto de factibilidad como de viabilidad, lo que daría una guía y metodología clara para desarrollar la presente investigación.

## **2.2 Marco Referencial**

Actualmente, la economía colombiana se ha venido recuperando después de una gran crisis de recepción económica producida por la emergencia sanitaria del COVID-19 a nivel mundial, la cual impacto negativamente en muchos de los sectores de la sociedad, donde uno de ellos es el económico, hablando específicamente del sector manufacturero, ya que su actividad productiva y su capacidad de generar empleo se vio afectada por las restricciones emitidas a nivel nacional para frenar la propagación del virus, lo cual es posible evidenciarlo a través del informe emitido por ACOPI (2020) acerca de las Pymes, donde se menciona que

Para el periodo abril-agosto del 2020 se estableció que el 69% de los participantes cesó operaciones, de estos el 22% cesó por más de tres meses, el 36% cesó entre 2 y 3 meses, el 12% por un mes o menos, mientras que el 31% aún no ha reactivado operaciones (pág. 8).

Afectando así, a las Pymes ya que para el primer y tercer trimestre del año “el 78% y el 62% de las MiPymes señalaron una reducción de más del 50% de sus ingresos traduciéndose en un obstáculo para desarrollar las operaciones al 100% de su capacidad instalada, al igual que

mantener la nómina, por lo que han tenido que adoptar medidas de suspensión y terminación de contratos, deteriorando el mercado laboral” (ACOPI, 2020, pág. 8).

Sin embargo, el anterior panorama ha venido mejorando para el año 2021, ya que “en el segundo trimestre (...) la cantidad de micronegocios aumentó 9,5% en comparación con el mismo periodo del año 2020. Asimismo, el personal ocupado por estas unidades económicas aumentó 8,5% y las ventas o ingresos crecieron 57,5% en este intervalo de tiempo” (DANE, 2021).

Por lo cual, es posible hablar acerca del emprendimiento como uno de los factores relevantes actualmente para reactivar la economía nacional, ya que para el caso propio del sector manufacturero, esta emergencia sanitaria ha representado también una oportunidad para crecer e innovar en la venta y promoción de los productos ofertados, adaptándose así a las nuevas demandas de un mercado cada día más digital, producto de los nuevos hábitos de los consumidores en tiempos de aislamiento donde la mayoría de procesos se digitalizaron, siendo esta la única opción para no frenar actividades económicas, políticas, de educación, salud y económicas.

Y por consiguiente, se puede evidenciar que en Colombia se están presentando nuevas oportunidades de negocio, lo cual es posible evidenciarlo a través del potencial que tiene la práctica de emprender en el país, pues por su capacidad de generación de empleo, puede contribuir a la disminución de la tasa de desempleo, y además al tratarse de crear nuevas empresas con ideas innovadoras, esta práctica permite adoptar nuevos negocios, tomando las nuevas oportunidades y fronteras que el país está abriendo al ingresar en mercados globales y tener más recursos para inversiones a largo plazo en el sector económico.

### 2.3 Marco Legal

Ahora bien, teniendo en cuenta que a nivel internacional y nacional el emprendimiento ha venido tomando fuerza en sectores como la industria empresarial y académica, al representar una oportunidad de investigación e inversión que permita un desarrollo integral de la economía, ha llevado a que los diferentes gobiernos creen toda una normatividad respecto a este tema, para así fortalecer e incentivar la creación de microempresas en los ciudadanos, lo que al mismo tiempo aporta al crecimiento interno del país.

Esto teniendo en cuenta que, un estudio de factibilidad es según Córdoba (2011) una “decisión de emprender una inversión, la cual tiene cuatro componentes básicos: 1. El decisor, un inversionista, financiero o analista; 2. Las variables controlables por el decisor; 3. Las variables no controlables por el decisor y 4. Las opciones o proyectos que se deben evaluar” (pág. 6). Igualmente, señala que existe diferentes tipos de factibilidad, los cuales son recomendables para “lograr la aprobación de cualquier proyecto, siendo preciso estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionarán el éxito o fracaso de una inversión: la factibilidad técnica, la legal y la económica. Otras factibilidades son las de gestión, política, social y ambiental” (Córdoba, 2011).

Por consiguiente, en Colombia existe una regulación normativa frente al empleo en temas de emprendimiento y la educación, los cuales son considerados en la Constitución Política de Colombia como un derecho fundamental, necesarios para el llevar una vida digna y aportar al desarrollo económico del país, es por eso que:

Mediante la ley 1014 de 2006 (de fomento a la cultura de emprendimiento) mediante su artículo 2 y su inciso (a) nos indica que los planteles educativos del país deben promover el

espíritu emprendedor y la creación de empresas, además el Estado tiene como obligación buscar recursos económicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Secretaría General del Senado de la República de Colombia, 2006).

Lo anterior, al considerar el emprendimiento como una de las actividades económicas más relevantes de la economía colombiana, como se ha venido mencionando en apartados anteriores, esto teniendo en cuenta que, como lo menciona Cardona citado por Patiño y Ruiz (2018) el emprendimiento da la oportunidad de:

Ser empresarios y distribuir riqueza a través de la generación de empleo, hasta contribuir que, en muchas regiones, afectadas por distintos fenómenos sociales, hayan encontrado la opción de sostenerse, formarse y lucrarse, a través de una idea o innovación desde su identidad y sitio de habitación” (pág. 26).

Por lo cual, a nivel de educación universitaria la misma ley (1014 de 2006) en el artículo 6 estipula que “las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad con los principios establecidos en esta ley, en reemplazo de los trabajos de grado” (Secretaría General del Senado de la República de Colombia, 2006).

Seguidamente, está la Ley 1429 de 2010, la cual tiene como objetivo “la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos

de formalizarse” (Congreso de la República, 2010). Introduciendo así, diferentes cambios de tipo tributario, los cuales benefician a las microempresas.

De igual manera, está la Ley 1450 de 2011 mediante la cual se creó el Fondo de Modernización e Innovación para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, hoy en día llamado Innpulsa, convirtiéndose a nivel nacional como una:

Agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional, que, junto al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, acompaña la aceleración de emprendimientos de alto potencial y a los procesos innovadores y de financiación que permiten escalar a las empresas del país para generar más desarrollo económico, equidad y oportunidades para todos los colombianos (Innpulsa, s.f)

Y finalmente, la ley más reciente respecto a emprendimiento en Colombia es la Ley 2069 de 2020, por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia, teniendo como objetivo “establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Dicho marco delinearé un enfoque regionalizado de acuerdo a las realidades socioeconómicas de cada región” (El Congreso de Colombia, 2020).

## **2.4 Marco Conceptual**

A continuación, se mencionan los conceptos que se aplicaran en el presente trabajo, siendo necesario y fundamental conocer en qué consiste un plan de negocio, en qué radica su importancia y como se puede llevar a cabo.

- **Plan de negocio**

Es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. “Se emplea internamente por la administración para la planificación de las tareas, y se evalúa la necesidad de recurrir a bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al negocio” (Olivares, 2019).

De igual manera, en este se estudia el entorno de la empresa, analizando y evaluando los posibles resultados, en pro del cumplimiento de los objetivos propuestos en el proyecto. Para ello, es importante que “el plan de negocio contenga en sus páginas las diversas variables que conforman sus objetivos y los recursos que serán necesarios dedicar a los mismos para iniciar su funcionamiento y para conseguir alcanzar esos objetivos” (Galan, s.f.).

- **Importancia de un plan de negocios**

La relevancia de un plan de negocios, radica en que el emprendedor logre tener una visión específica a donde pretende llegar, teniendo como punto de partida todas aquellas estrategias que se ejecutaran a través de acciones específicas, administrando recursos y tiempo. Por lo cual, al tener claridad del plan de negocios podremos saber cuánto necesitamos vender para llegar al punto de equilibrio, donde la finalidad del emprendimiento sea dar utilidad.

- **Microempresa**

Este concepto, acoge de igual manera los conceptos de micro, famiempresas, pequeña y mediana empresa, las cuales se denominan como “toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana” (Secretaria del Senado, 2007).

- **Mercado**

Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto a partir del concepto de oferta y demanda, se dan a conocer las organizaciones y personas con necesidades a satisfacer, dinero para gastar y voluntad para gastarlo.

- **Diseño**

Actividad creativa, que implica programar, proyectar, coordinar una larga lista de factores naturales y humanos que permitan la elaboración de sistemas o técnicas orientadas a la construcción de productos útiles y estéticos.

- **Comercialización**

La comercialización es el proceso mediante el cual, se logra hacer llegar los productos al consumidor. Y para lograr un excelente proceso de comercialización, se debe partir de un estudio y selección de mercados, definir las cuatro p's y trabajar en el posicionamiento de la marca que se pretende colocar en marcha.

- **Emprendimiento**

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Congreso de Colombia, 2006).

- **Estrategia**

Es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos (Westreicher, 2020).

- **Proyecciones financieras**

La proyección financiera es un instrumento importante utilizado para el control y toma de decisiones a futuro de una organización, basándose en la situación financiera actual o de años anteriores con el fin de pronosticar los ingresos, gastos e inversiones que tendrá la empresa o negocio en un tiempo determinado (Hidalgo, 2012, pág. 4).

### Capítulo III: Metodología

Para un adecuado desarrollo de la presente investigación, es necesario que esta se aborde a partir de una metodología de carácter mixta, es decir tanto cuantitativa como cualitativa, debido a que ambos tipos de metodologías aportan en gran medida al desarrollo de la investigación; por ejemplo, el enfoque cuantitativo es relevante en el sentido que “privilegia la información o los datos numéricos, por lo general datos estadísticos que son interpretados para dar noticia fundamentada del objeto, hecho o fenómeno investigado” (Rocha, pág. 9), siendo esto muy importante al momento de elaborar el estudio de mercado para conocer la viabilidad comercial de juguetes tipo peluche y artículos para regalo en la ciudad de Popayán, siendo este uno de los factores más relevantes en un estudio de factibilidad.

Además, un análisis relacionado al mercado es de gran importancia dentro de un estudio de factibilidad, ya que “la investigación de mercados puede evaluar la satisfacción y el comportamiento de compra de los clientes, y medir la eficacia de la fijación de precios, de los productos, de la distribución y de las actividades de promoción” (Cloter & Armstrong, 2003, pág. 160)

Por consiguiente, la técnica de recolección de este tipo de metodología cuantitativa es la de la encuesta, debido a que permitirá obtener datos y resultados factibles que permitan una buena interpretación de los mismos, esto en la medida en que se logra conocer de primera mano las oportunidades de venta, como también las preferencias de los posibles clientes.

Ahora bien, respecto a la metodología cualitativa, la cual “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006, pág. 8), se pretende realizar un análisis

completo del comportamiento de los posibles clientes potenciales al momento de indagar respecto a los factores que tienen en cuenta al momento de dar un regalo o elegir un detalle para una persona u ocasión especial, esto es posible mediante la técnica de recolección de datos denominada análisis documental, se trata entonces de analizar más allá de los datos numéricos algunas de las respuestas obtenidas en la encuesta, logrando determinar las preferencias, necesidades y la periodicidad de consumo de los productos que se quieren elaborar como lo son juguetes de tipo peluche y artículos para regalo.

Por otra parte, para determinar la muestra representativa para el presente trabajo, fue importante realizar una segmentación adecuada dentro de los habitantes de la ciudad de Popayán, lo cual permitió obtener resultados óptimos para llevar a cabo la investigación.

Lo anterior, teniendo en cuenta que en cualquier investigación que se realice, se debe tomar una muestra de sujetos que serán quienes participen de la misma, la cual debe ser representativa, “ya que este es uno de los aspectos que serían necesarios para asegurar la validez externa de la investigación” (Argibay, 2009, pág. 14).

Al mismo tiempo, se realiza un estudio técnico que permita llegar a los requerimientos de la puesta en marcha con respecto a la producción, los insumos y maquinaria; además se analiza el sector y los posibles competidores, para así lograr comprender en qué nivel se encuentra el proyecto y así fortalecerlo de forma que pueda ser competitivo en el mercado, tanto en precios, como en producto, calidad, personalización y servicio al cliente.

El objetivo del estudio técnico, consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo “se determinarán los costos de inversión requeridos y los de

operación, que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero. Este incluye: tamaño del proyecto y localización” (Santos, 2008).

Además, se estudia la micro y macro localización de modo que sea compatible con los resultados del estudio de mercado, verificando que tanto la planta de producción como los puntos de venta sea de fácil acceso para el mercado potencial.

Y es importante mencionar que, para realizar el estudio financiero se utilizó la herramienta ofimática Microsoft Office Excel, en la cual se determinaron los costos de infraestructura, inversión, mano de obra, gastos, estados financieros, flujos de caja e indicadores financieros. Siendo importante recalcar que, cuando un proyecto se analiza desde el punto de vista financiero, la cuantificación de los ingresos y los egresos se hace con base en las sumas de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir, es decir que “cuando se estudia un proyecto de inversión con el criterio financiero, el análisis se adelanta con la óptica microeconómica de cada inversionista” (Gallardo, 2010).

De igual manera, para el desarrollo de la evaluación financiera de la microempresa denominada “Creaciones Roar” se realizó el cálculo de indicadores esenciales para establecer la factibilidad del proyecto, entre ellos está el Valor Presente Neto-VPN el cual es “un método que permite determinar el valor actual de los flujos de caja futuros estimados o proyectados en una inversión” (Gerencie, 2020); la Tasa Interna de Retorno-TIR, “representa la rentabilidad que genera un proyecto” (Gerencie, 2020); el Periodo de Recuperación de la Inversión -PRI, “es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial” (Gerencie, 2020). Y es así

como, el análisis de los anteriores indicadores permitirá tomar la decisión de que si el proyecto es factible financieramente.

Por otra parte, el estudio de un posible impacto ambiental, es un documento técnico de carácter interdisciplinar que está destinado a predecir, identificar, valorar y considerar medidas preventivas o corregir las consecuencias de los efectos ambientales que determinadas acciones antrópicas pueden causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno. Su finalidad es que la autoridad de aplicación tome decisiones respecto a la conveniencia ambiental y social de la generación de nuevos proyectos en un determinado ámbito geográfico (Coria, 2008).

## Capítulo IV: Resultados Obtenidos

### 4.1 Estudio de Mercado

En el presente capítulo, se presenta el diseño del estudio de mercado que es un “conjunto de acciones que se ejecutan con el fin de conocer la respuesta del mercado (de tu target o público objetivo, de tus proveedores e, incluso, de tu competencia) ante un nuevo producto o servicio” (Nuño, 2017). Y a partir del cual, se podrá analizar aspectos fundamentales como: el precio de los productos, modo de comunicación, así como la debida distribución de los mismos.

- **Mercado potencial**

Los consumidores potenciales de la microempresa denominada “Creaciones Roar” no son compradores estandarizados, puesto que la población es bastante diversa, sin embargo, según el último informe entregado por el DANE (2019). “Se estima que Popayán cuenta con una población total de 277.270 habitantes de los cuales cuenta con 143.988 mujeres y 133.282 hombres, de los cuales el 146.046 se encuentran en el rango de edades entre 20 a 54 años”, siendo este el mercado potencial entre hombres y mujeres con un poder adquisitivo considerable, ya que cuenta con la capacidad económica para poder adquirir los productos ofertados.

- **Cálculo muestral**

Para llegar a la determinación del tamaño de la muestra, se toma como base el mercado potencial delimitado de mujeres y hombres entre 20 y 54 años de edad habitantes de la zona urbana de la ciudad de Popayán. El cálculo de la muestra se toma para una población finita definiendo el número de habitantes para ser objeto de estudio, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% basándose en la siguiente fórmula matemática:

*Imagen 1: Fórmula matemática de cálculo muestral*

$$\text{TAMAÑO DE LA MUESTRA} = \frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} = 383$$

Donde:

N = tamaño de la población

e = margen de error (porcentaje expresado con decimales)

$\alpha_c$  = Valor del nivel de confianza (varianza)

z = puntuación z. La puntuación z es la cantidad de desviaciones estándar que una proporción determinada se aleja de la media.

*Tabla 1: Intervalos de confianza por porcentaje de nivel de confianza*

Valores Z (valor del nivel de confianza)	80%	85%	90%	95%	99%
Varianza (valor para reemplazar en la fórmula)	1,28	1,44	1,64	1,96	2,58

Fuente: Elaboración propia.

Ahora bien, teniendo en cuenta que la población es un total de 146.046, el cálculo arroja una muestra de 383, siendo el total de encuestas realizadas para la presente investigación.

- **Análisis de la encuesta**

La encuesta que se realizó se evidenció que la mayoría de personas están interesadas en un 40% en diseñar los peluches y detalles a sus gusto y un porcentaje mínimo del 10% no les interesa los bienes personalizados; también un 50% de los encuestados les gustaría la existencia

de una empresa que les brinde la oportunidad de vivir esta experiencia; en cuanto a sus gustos a un 75% les agradan los juguetes tipo peluche y un 60% los artículos para regalos personalizados, es decir, tenemos un buen segmento de mercado en el cual se puede incursionar.

Además, en el análisis de la investigación se puede observar que en una quinta proporción (20%) de las personas están dispuestas a pagar menos de \$20.000 por un detalle personalizado, un 40% de personas que están dispuestas a pagar entre \$20.000 y \$40.000, un 15% desean pagar entre \$40.000 y \$60.000; un 10% están dispuestos a pagar entre \$60.000 y \$80.000; un 5% desean pagar entre \$80.000 y \$100.000; y otro 5% desean pagar más de \$100.000 por un detalle personalizado. Información útil que nos sirve para decidir los precios de los diferentes productos a ofrecer.

El 35% de los encuestados respondieron que compran menos de 10 veces al año peluches y detalles para regalar, lo que es un buen indicador para el emprendimiento, porque tenemos clientes potenciales. Adicional el 30% de las personas dicen que el mes en que más compran peluches y detalles es en septiembre, seguido del mes de mayo con el 19%, esta información es útil para determinar la producción en diferentes fechas del año.

De igual manera, otro punto a favor que se evidencio para el estudio de mercado, es que la mayoría de los encuestados manifestó que son pocas las empresas en el mercado que ofrecen estos productos personalizados.

#### **4.1.1 Identificación de la Competencia.**

La microempresa denominada “Creaciones Roar” trata de incursionarse en el mercado con una atención más especializada a sus clientes, a pesar de que ya existen algunas organizaciones que ofrecen detalles personalizados, ROAR pretende vender una experiencia con diseños de

peluches y detalles al gusto del consumidor final. A continuación, se analizarán algunas organizaciones que tienen actividades similares y que de alguna manera representa competencia:

- **Empresa 1: Exporemate**

*Ubicación:* Popayán, Cauca, en la carrera 9 entre calles 4 y 5 en el centro de la ciudad, con una sucursal en la calle séptima entre carreras 5 y 6.

Es una tienda que vende variedad de productos, desde tecnología, hasta cosméticos, se divide internamente en secciones, en donde hay una sección de peluches y ahí se encuentran productos de diferente tamaño y diseño, algunos de marcas y otros son peluches chinos. Su decoración es muy sobria, en color blanco, es un almacén que no brinda espacio de visibilidad por estar atafagado de productos, es un sitio grande pero estrecho.

*Imagen 2: Logo empresa Exporemate*



Fuente: página oficial de facebook ExpoRemate

- **Empresa 2: Pepe Ganga**

*Ubicación:* Popayán, cauca, se encuentra en el centro comercial Campanario al norte de la ciudad de Popayán.

Esta empresa, vende variedad de productos y se divide en secciones con estante dentro del establecimiento, además cuenta con una sección bastante amplia de peluches y está ligada a muñecos de reconocimiento por programas de televisión como Disney, Marvel, entre otros. Su decoración es buena y el espacio para caminar es adecuado y no se ve multitud de productos.

*Imagen 3: Logo Pepe Ganga*



Fuente: página web Pepe Ganga

▪ **Empresa 3: MegaFam**

*Ubicación:* carrera 5 entre calles 4 y 5 en el centro de la ciudad, con una sucursal en la calle séptima entre carreras 5 y 6. Es una tienda que vende variedad de productos, pero especializada en artículos para fiestas y útiles escolares, la sucursal se dedica a la comercialización de productos para bebe.

*Imagen 4: Logo MegaFam*



Fuente: Google

▪ **Empresa 4: Dulce Encanto**

*Ubicación:* Popayán, Cauca, en la calle 10, es una tienda especializada en la elaboración de detalles para toda ocasión.

**Imagen 5:** Logo Dulce Encanto

Fuente: página oficial de Facebook

- **Empresa 5: Miniso**

*Ubicación:* Popayán, Cauca, Campanario Centro Comercial, es una cadena china de tiendas de bajo costo que se especializa en mercancía para el hogar y de consumo, incluyendo cosméticos, papelería, juguetes y utensilios de cocina.

**Imagen 6:** Logo de Miniso

Fuente: página oficial de Facebook

**Tabla 2:** Comparativa de publicidad

<b>Empresa</b>	<b>Página web</b>	<b>Redes sociales</b>	<b>Catalogo virtual</b>	<b>Tienda física</b>
<i>Exporemate</i>	No	si	No	Si
<i>Pepe ganga</i>	Si	Si	Si	Si

<i>MegaFam</i>	No	Si	No	Si
<i>Dulce encanto</i>	No	Si	Si	No
<i>Creaciones Roar</i>	No	Si	Si	Si
<i>Miniso</i>	Si	Si	Si	Si

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 3:** *Comparativa de mercado*

<i>Empresa</i>	<b>venta al detal</b>	<b>venta por mayor</b>
<i>Exporemate</i>	si	si
<i>Pepe ganga</i>	si	no
<i>MegaFam</i>	si	si
<i>Dulce encanto</i>	si	si
<i>Creaciones Roar</i>	si	si
<i>Miniso</i>	si	si

Fuente: Elaboración propia.

A partir de las anteriores tablas, se hace un comparativo de la microempresa denominada “Creaciones Roar” con la competencia más directa, logrando evidenciar que se está en la capacidad incursionar en el mercado y ser un buen competidor para las demás microempresas de la ciudad de Popayán.

#### **4.2. Mezcla del Mercado 4p**

Las 4p de mercado que son producto, precio, promoción y plaza permiten una visión más global y acertada de todos los aspectos que componen el plan de negocio. Con esa comprensión más amplia, se quiere diseñar una estrategia mucho más específica y enfocada.

- **Producto:**

En la microempresa denominada “Creaciones Roar” se van a ofrecer dos clases de productos: el primero es peluches de juguete, donde el plus diferenciador de este bien, es que el cliente va poder vivir la experiencia de diseñarlo según sus expectativas y necesidades. El segundo producto del portafolio, son los artículos para regalo, en donde el cliente también tendrá la oportunidad de escoger el diseño, su temática, además estos se entregarán de manera inmediata.

Y es así como, los clientes van a estar involucrados en los diferentes procesos, para que sientan como si ellos realmente estuvieran haciendo el producto. De igual manera, las etapas del proceso, para la elaboración del peluche son las siguientes:

**Elígeme:** consiste en elegir el peluche además puede escoger la piel del peluche, cuyos motivos son personajes zoológicos o personajes animados de películas o series como los gatos, micos, osos, tigres, leones, conejos, entre otros.

**Relleno:** después de haber elegido la piel, consiste en rellenar el peluche por uno de los empleados del almacén y así darle forma al producto.

**Vísteme:** vestir el peluche consiste en elegir ropa, zapatos y accesorios, de acuerdo a gustos o preferencias.

**Empacado:** se empacará de acuerdo a las especificaciones del cliente, ya sea en caja de regalo o en papel celofán, culminando el detalle con un moño elaborado en cinta de agua.

Y las etapas del proceso, para la elaboración de artículos para regalo son las siguientes:

**Elígeme:** consiste en elegir la temática que llevara el producto.

**Empacado:** se empacará de acuerdo a las especificaciones del cliente.

- **Precio**

El precio se va establecer teniendo en cuenta factores como: los costos de producción y la rentabilidad esperada, precios en el mercado local de productos similares y las condiciones estipuladas por el cliente. Por tanto, su precio puede variar según sea la complejidad del diseño el tipo de material y la cantidad de accesorios que solicite el cliente, además estos productos llevan un valor agregado por ser de primera mano.

Para realizar el análisis financiero se establecieron 6 productos establecidos así:

**Tabla 4:** Precios de los productos de la microempresa "Creaciones Roar"

 <b>PRODUCTOS ROAR</b>		
Producto	Nombre	Precios
Producto 1	peluche pequeño	\$6.000
producto 2	peluche mediano	\$13.000
producto 3	peluche grande	\$30.000
Producto 4	detalle pequeño	\$20.000
Producto 5	detalle mediano	\$50.000
Producto 6	detalle grande	\$120.000

Fuente: Elaboración propia.

Los precios para estos seis productos se establecieron con la formula:

$$\text{Precio} = \frac{\text{costos}}{1 + \% \text{rentabilidad}}$$

Se trabajo con un margen de rentabilidad del 16,67% aproximadamente, en cuanto a los costos se detallan en el apartado del análisis financiero. Teniendo en cuenta los costos y precios de la competencia se determinó ese margen de utilidad, para que los precios fueran acordes a los del mercado.

En cuanto a la forma de pago va ser de contado en un 75% y un 15% a crédito. Las ventas a crédito van hacer autorizadas para los clientes que tengan un año de antigüedad, pero se debe hacer un estudio antes de otorgar el crédito y no se puede exceder el 15% a crédito de las ventas totales, para evitar tener problemas de liquidez.

Los momentos de pago son las siguientes:

***Productos normales:*** se entrega el producto en el local y se recibe el efectivo o firma del crédito. Si desea separa el producto se hace con un 30% del valor y el 70% se da plazo de un mes, si el cliente no viene por el producto pierde el 30%.

***Productos personalizados:*** para empezar a realizarlos se solicita un adelanto del 30% y el otro 70% en el momento de la entrega. Si el cliente no reclama el detalle dentro de un mes pierde su adelanto.

***Productos a domicilio:*** se cobrar un excedente de \$2.000 por domicilio.

#### ▪ **Promoción**

La idea es posicionar la marca de modo que, el producto no se vea como un producto de consumo masivo, sino que por el contrario sea un producto “especial” debido el peluche es personalizado o por el detalle que llevara la temática que desee el comprador. Del mismo modo, dentro de las estrategias que se implementan para lograr los objetivos de promoción están las siguientes:

**Publicidad:** al utilizar esta herramienta en conjunto con las nuevas tecnologías como redes sociales (Facebook, WhatsApp, e Instagram) es más factible llegar a más usuarios, las redes se han convertido en un aliado estratégico a la hora de obtener reconocimiento sin fronteras.

**Promoción de ventas:** Actualmente, dentro de las estrategias de marketing digital, se ha implementado una estrategia de promoción para aumentar seguidores y ventas de un producto determinado, por medio de una herramienta llamada Giveaway, la cual se implementará para el presente emprendimiento, y que consiste en realizar un sorteo de uno o varios de los productos elaborados por la microempresa y donde las condiciones del sorteo por lo general son: etiquetar a dos o tres amigos que quieran participar en el sorteo, al mismo tiempo que estos amigos etiquetados también deben seguir las páginas del concurso, que en este caso sería la de “Creaciones Roar”, darle me gusta a la publicación donde se explica el sorteo y usar algún tipo de hashtag como por ejemplo #CreacionesRoar. Este sorteo, se realizará en vivo para agradecer por la participación y apoyo al emprendimiento, para finalmente dar a conocer el nombre del ganador.

Por lo cual, el objetivo de aumentar seguidores y ventas se logrará en un lapso de tiempo de 15 días, ya que este se encuentra relacionado a la duración del Giveaway.

Adicional a lo anterior, el ganador o ganadora deberá tomar un video con el premio, mencionar a “Creaciones Roar” en la publicación y compartirlo en sus redes sociales con el hashtag #CreacionesRoar.

La implementación de este tipo de herramientas genera un crecimiento de seguidores de más del 30% o ventas de más del 15%, la implementación de esta estrategia no solo permite que los

usuarios sean los que hagan la publicidad sino también permite que el producto sea reconocido en mayores dimensiones.

**Eventos:** se asistiría a ferias locales, lo que permitiría entrar al mercado, ya que son eventos de alto nivel de afluencia de personas, entre ellas se encuentran las artesanías de Semana Santa, Feria de Artes y Noche de Museos, entre otros eventos patrocinados por la Alcaldía Municipal con el fin de apoyar e incentivar el emprendimiento de la ciudad.

- **Plaza**

Los canales de distribución de los productos, es la manera por la cual se hace llegar el producto hasta el cliente final. La distribución tiene diferentes canales por los cuales el consumidor obtiene los productos. Nuestro principal canal de distribución es la venta directa, sin intermediarios, esto se hace posible por medio de las ventas en ferias, internet y el establecimiento comercial ubicado en el centro de Popayán.

Por otro lado, para satisfacer más demanda en los picos de la curva de demanda, se alquilarán espacios en centros comerciales en donde se instalará una unidad móvil y práctica de la microempresa denominada “Creaciones Roa”. En el estudio de mercado se concluye que es *factible*, porque se determinó que el sector de servicios personalizados donde se desarrollara el proyecto está en pleno crecimiento, un momento oportuno para nosotros entrar en el mercado y ganar clientes con nuestro plus diferenciador.

#### **4.3 Estudio Técnico**

- **Macro localización**

La puesta en marcha de este proyecto se tiene destinada a realizarse en Popayán capital del departamento del Cauca.

**Mapa 1: Macro localización**



Fuente: (Instituto Geográfico Agustín Codazzi, s.f.).

Popayán se encuentra a una altitud de 1.738 metros sobre el nivel del mar y su extensión territorial es de 512 km<sup>2</sup>; mantiene con una temperatura media de 19° C, se localiza a los 2°27' norte y 76°37'18" de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Su extensión territorial, es de 512 km<sup>2</sup>, debido a que cuenta con una altura de 1.737 msnm (medidos en la plazuela de la iglesia de San Francisco) y muy cerca al Ecuador tiene una temperatura media de 18 ° a 19 °C durante todo el año, alcanzando temperaturas máximas en los meses de julio, agosto y septiembre en horas del mediodía, hasta 29 °C y mínimas de 10 °C en horas de la madrugada en verano.

La ciudad tiene como principales fuentes hídricas los ríos Blanco, Ejido, Molino, Las Piedras, Cauca, Negro, Mota, Pisojé, Clarete, Saté y Hondo, de los que de cuatro de estas abastece su

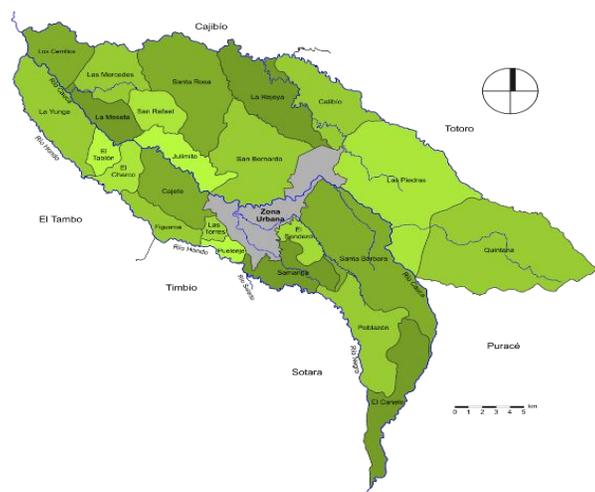
acueducto municipal para llevar agua potable a casi la totalidad de su población (Alcaldía de Popayan , s.f.).

Por otra parte, el departamento del Cauca respecto a su actividad económica para el tercer trimestre del año 2020

Tuvo una caída de 5% (entre -4,7% y -5,6%) en comparación con el mismo trimestre del año anterior y ajustado por estacionalidad y efecto calendario. Aunque el dato interanual sigue siendo negativo, la economía del Cauca mostró un repunte importante frente al segundo trimestre del año, al crecer inter-trimestralmente un 9,6%. Este resultado confirma el proceso de recuperación económica en el departamento del Cauca bajo el período de desconfinamiento y después de registrar la mayor contracción histórica durante el segundo trimestre de 2020 (-12,4% en términos interanuales) (IMAE, 2020).

De igual manera, la ciudad de Popayán cuenta con un alto grado de participación en temas de comercio, pero no se caracteriza por ser una ciudad industrial, es por esta razón que implementar y dar marcha al plan de negocio no solo fortalecería este sector de la economía sino también el mercado laboral.

**Mapa 2: Municipio de Popayán**

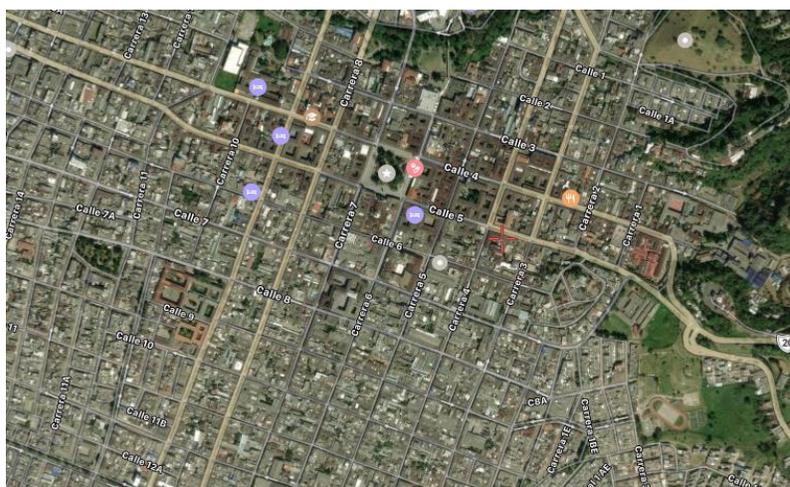


Fuente: Google maps.

▪ **Micro localización**

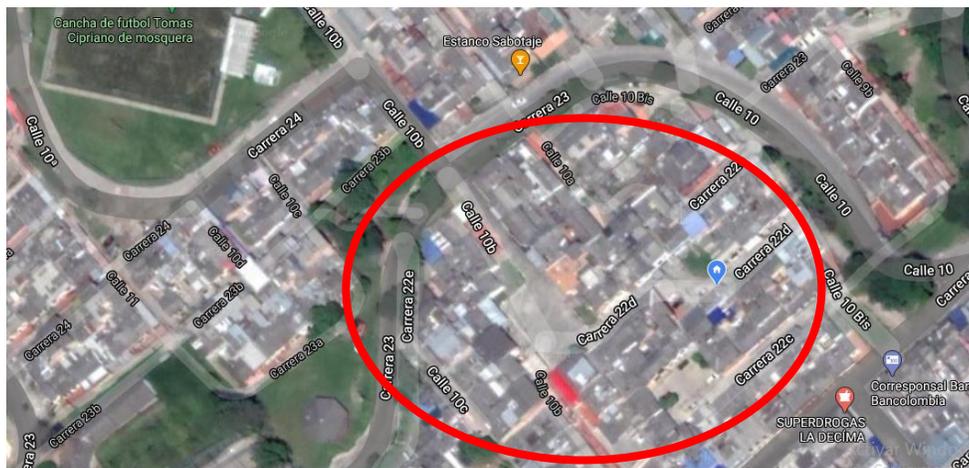
Se determina que, el centro de la ciudad ubicado en la comuna 4 de Popayán, es el punto ideal para la tienda física, debido a que a diario se concentra una gran afluencia de personas, además es la zona franca de la ciudad, ya que alrededor hay muchos sitios de interés comercial para la ciudadanía.

**Mapa 3: Micro localización punto de venta**



Fuente: Tomado de <https://satellites.pro/mapa-de-Popayan.Region-de-Cauca.Colombia#2.440512,-76.603997,16>

**Mapa 4:** Micro localización planta de producción



Fuente: <https://www.google.com/maps/@2.4436114,-76.6236414,196m/data=!1e3>

Y con respecto a la planta de producción, está ubicada en el barrio Tomas Cipriano de Mosquera en la manzana 3 # 3-17, ubicado al oriente y perteneciente a la comuna 7 de la ciudad de Popayán. Es importante mencionar que, las ventajas de la ubicación de la planta de producción radican en primer lugar a que es un lugar propio, reduciendo así costos de arrendamientos; recursos que pueden ser utilizados para la compra de materiales para la elaboración de los productos. Además es el lugar donde se encuentran la maquinaria requerida para la elaboración de los productos ofertados por la microempresa.

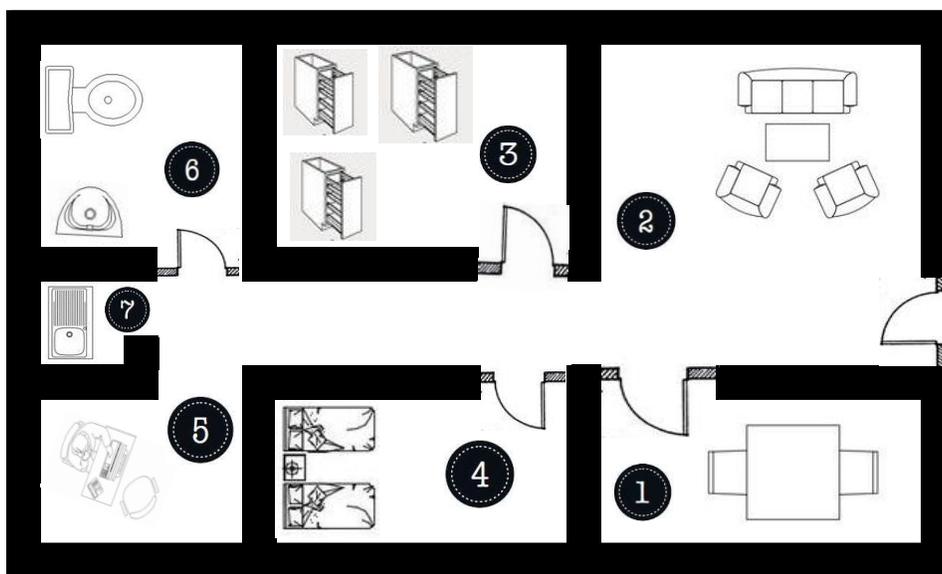
#### ▪ **Infraestructura**

La buena distribución de la planta de producción no solo permite tener un proceso ordenado, sino alcanzar unas condiciones óptimas de trabajo para así garantizar la buena calidad de los productos y de esta misma forma garantizar la seguridad de los trabajadores.

Se busca encontrar la distribución adecuada de los espacios, para así aprovechar a cabalidad cada uno de ellos según los requerimientos de la planta de producción, ya que para el área de

corte y armado las condiciones tanto de luz como de aire deben ser las más adecuadas pues se utilizan insumos químicos que pueden ser perjudiciales en espacios cerrados. Por ende, la planta estará distribuida de la siguiente manera:

*Imagen 7: Planta de producción*



Fuente: elaboración propia.

En la anterior imagen, se puede evidenciar los espacios en los que se distribuirá la planta de producción, los cuales son:

1. Área de Diseño, trazo, corte y ensamble
2. Sala
3. Bodega, área de empaque y control de calidad
4. Área de descanso
5. Área administrativa (oficina)
6. Baño
7. Cocineta

#### ▪ **Producción**

El área de operaciones, contara con un personal capacitado y especializado en cada una de los procesos requeridos para la producción de los productos, de igual manera se buscará adquirir las

materias prima de las mejores calidades y diseños que permitan entregar al mercado un producto no solo con factores diferenciadores sino de calidades optimas, además estos productos serán de gran durabilidad y calidad, para esto se establece un flujo grama de procesos para una óptima operación.

### **Descripción del proceso:**

El proceso productivo para la transformación de la materia prima permite establecer una planificación, para así poder tener una óptima operación y resultados. Donde este proceso se compone de etapas encadenadas, por lo que necesita de la disposición de ciertos elementos básicos como lo es la metería prima; finalizado el proceso de producción, se espera realizar un canal de comercialización que permita la entrega al cliente final. A continuación, se presenta paso a paso los procesos para llegar al producto terminado en el peluche.

- **Diseño:** para comenzar se realiza un boceto con los elementos básicos y las características que se quiere para cada producto nuevo a fabricar, siendo muy específicos a la hora de establecer medidas y demás patrones.
- **Adquisición de materia prima:** este proceso consiste en realizar el pedido según los requerimientos de cada diseño, verificar existencia suficiente de materia prima que permita a cabalidad cumplir con la producción.
- **Corte:** una vez seleccionada la materia prima que será usada en la producción, se procede al corte de la tela (peluche) según las características de los moldes y las indicaciones optimizando al máximo la materia prima para que no genere desperdicio de la misma.
- **Confección:** este es el proceso fundamental y más importante pues es aquí donde se le da forma a el producto, uniendo pieza por pieza encargándose de que cada puntada sea

asegurada y de buena calidad, para garantizar la calidad de este proceso es necesario utilizar maquinaria industrial que permita un mejor acabado.

- **Acabados:** finalizado el proceso de confección o durante este, es importante determinar la decoración faltante como el relleno del peluche, la puesta de ojos, de moños u otros accesorios.
- **Revisión de calidad:** es importante garantizar los buenos terminados de cada producto, tales como costuras y demás accesorios, asegurando que los materiales cumplen con los estándares de calidad
- **Almacenamiento y empaque:** cada uno de los productos terminados y verificados por control de calidad serán etiquetados y empacados en bolsas ecológicas y el proceso de almacenamiento se ejecutará ubicando los productos por referencias similares, ya que de esta manera será fácil elegir la mercancía para comercializar.

De igual manera, se presenta paso a paso los procesos para llegar al producto terminado con respecto a los artículos para regalo.

- **Diseño:** consiste en elegir la temática del detalle
- **Adquisición de materia prima:** este proceso consiste en verificar existencia suficiente de materia prima que permita a cabalidad cumplir con el detalle.
- **Elaboración:** este es el proceso fundamental y más importante pues es aquí donde se le da forma a el producto, es donde la creatividad debe salir a flote para que el detalle sea del agrado del receptor final.
- **Almacenamiento y empaque:** cada uno de los productos terminados serán etiquetados y empacados para proceder a su entrega.

**Descripción de la maquinaria:**

Es importante mencionar que, contar con la maquinaria necesaria resulta indispensable para un buen desempeño en la producción, pues esto permite que cada uno de los artículos sea elaborado en las mejores condiciones estéticas y de calidad, a continuación, se presentara los requerimientos de maquinaria para la elaboración de los productos.

- **Máquina de coser:** Esta permite la elaboración costuras y bordados mediante las siguientes características: 21 puntadas, cama plana, hace ojales automáticamente con una sola función, cose hacia adelante y hacia atrás, cuenta con motor exterior, puntada elástica, control de la tensión. puntada invisible, monogramas y aplicaciones.

*Imagen 8: Máquina de coser marca brother prestigio 30*



Fuente: Imagen propia.

- **Fileteadora:** Esta máquina cuenta con las siguientes características, es especial para trabajo en todo tipo de telas, cuenta con 5 hilos costura seguridad, 6.000 puntadas por minuto, siliconador de hilos, lubricación automática, ancho cadeneta 6 a 7 mm, arrastre diferencial, altura prénsatela de 4 mm.

*Imagen 9: Fileteadora industrial typical gn795 516m2-35*



Fuente: Imagen propia.

- **Termo fijadora:** Esta máquina cuenta con las siguientes características: es de tipo plana, temperatura máxima 240° c, temperatura mínima 25° c, largo del área de impresión 38 cm, estructura de acero soldado.

*Imagen 10: Termo fijadora*



Fuente: Google

- **Impresora:** Esta máquina cuenta con las siguientes características: imprime 100 hojas sin interrupción, escanea con gran calidad e imprime con rapidez.

*Imagen 11: impresora Epson L3110*



Fuente: Google

- **Caladora:** Esta máquina cuenta con las siguientes características: hoja de 133mm 18 dientes, escanea con gran calidad, interruptor con sistema de protección.

*Imagen 12: Caladora*



Fuente: Google

*Tabla 5: Requerimiento de maquinaria y equipo*

MAQUINARIA Y EQUIPOS				
ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ADMINISTRATIVA	Computador	2	\$ 1.700.000	\$ 3.400.000
	Muebles y enseres	1	\$ 600.000	\$ 600.000
	Archivador	1	\$ 500.000	\$ 500.000

	Impresora	1	\$ 500.000	\$ 500.000
	Software contable	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
	Computador	2	\$ 1.700.000	\$ 3.400.000
	Máquina de coser	2	\$ 900.000	\$ 1.800.000
	Fileteadora	2	\$ 2.500.000	\$ 5.000.000
<b>PRODUCCIÓN Y CORTE</b>	Termofijadora	1	\$ 800.000	\$ 800.000
	Impresora	1	\$ 600.000	\$ 600.000
	Caladora	1	\$ 900.000	\$ 900.000
	Mesa de corte	1	\$ 700.000	\$ 700.000
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 13.200.000</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.4 Aspectos Institucionales, Legales y Jurídicos

- **Apoyo a las MYPYMES**

**Artículo 12 de la Ley 905 de 2004:** Concurrencia de las MiPymes a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del Estado. Con el fin de promover la concurrencia de las micro, pequeñas y medianas empresas a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del Estado, las entidades indicadas en el artículo 2o de la Ley 80 de 1993 o de la ley que la modifique, consultando lo previsto en esa ley y en los convenios y acuerdos internacionales:

1. Desarrollarán programas de aplicación de las normas sobre contratación administrativa y las concordantes de ciencia y tecnología, en lo atinente a preferencia de las ofertas nacionales, desagregación tecnológica y componente nacional en la adquisición pública de bienes y servicios.
2. Promoverán e incrementarán, conforme a su respectivo presupuesto, la participación de micro, pequeñas y medianas empresas como proveedoras de los bienes y servicios que aquellas demanden.

3. Establecerán, en observancia de lo dispuesto en el artículo 11 de la presente ley, procedimientos administrativos que faciliten a micro, pequeñas y medianas empresas, el cumplimiento de los requisitos y trámites relativos a pedidos, recepción de bienes o servicios, condiciones de pago y acceso a la información, por medios idóneos, sobre sus programas de inversión y de gasto.
4. Las entidades públicas del orden nacional, departamental y municipal, preferirán en condiciones de igual precio, calidad y capacidad de suministros y servicio a las Mipymes nacionales (Secretaría del Senado, 2004).

**Artículo 17 de la Ley 905 de 2004:** Del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas, Fomipyme. Créase el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas, Fomipyme, como una cuenta adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, manejada por encargo fiduciario, sin personería jurídica ni planta de personal propia, cuyo objeto es la financiación de proyectos, programas y actividades para el desarrollo tecnológico de las Mipymes y la aplicación de instrumentos no financieros dirigidos a su fomento y promoción (Secretaría del Senado, 2004).

- **Constitución y formalización**

La razón social, el objeto social y la naturaleza jurídica de la empresa constituyen las características estructurales de la empresa. Adicionalmente, para la puesta en marcha de la empresa es necesario seguir una serie de trámites de constitución.

- **Razón y objeto social**

La empresa se denominará “CREACIONES ROAR”, nombre que surge de la combinación de palabras, las cuales resumen el objetivo fundamental de la misma, este proyecto se considera una microempresa porque no supera los diez (10) trabajadores, además será constituida como una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), la cual puede ser conformada por una o varias personas naturales o jurídicas que responden únicamente hasta el monto de sus aportes.

▪ **Naturaleza jurídica**

Para la conformación jurídica y comercial de la empresa se constituirá una sociedad por acciones simplificada (SAS. Del mismo modo, para la creación de la presente empresa se deben tener en cuenta los siguientes trámites y requisitos:

1. Consultar la homonimia del nombre de la empresa a través del portal de la Cámara de Comercio Del Cauca a fin de conocer la disponibilidad del nombre de la razón social.
2. Emitir el Registro como persona jurídica ante la Cámara de Comercio del Cauca, que puede ser apreciado en el Anexo para lo cual se debe diligenciar el formulario de Registro Único Tributario (RUT), visible en el Anexo J; el formulario de Registro único Empresarial y Social (RUES); y, formulario adicional de Registro con otras entidades para que la Secretaría de Hacienda realice la inscripción al Registro de Información Tributario (RIT).
3. Solicitar el NIT por medio de web servicie de la DIAN luego de presentar la documentación requerida.
4. Expedir el certificado de uso del suelo para establecimientos abiertos al público.
5. Una vez establecido el punto de comercio es necesario informar al comandante de la policía sobre la apertura del mismo y al cuerpo oficial de bomberos, para que mediante

una visita se realice la inspección del Sistema de Protección Contra incendios (SPCI) y las condiciones de seguridad humanas (SH).

6. Inscripción de libros de comercio a través de un formulario descargable en la página web de la Cámara de Comercio del Cauca.
7. Ante una cualquier entidad bancaria es preciso abrir una cuenta corriente en donde se debe depositar el capital social.
8. La razón social debe registrarse ante los entes de seguridad social EPS, Administradora de Riesgos Profesionales (AFP), Aseguradora de Riesgos Laborales (ARL) y Caja de Compensación Familiar (CCF).

A continuación, se detallan los costos para la constitución de la microempresa denominada “Creaciones Roar” correspondientes al mes de enero del año 2021:

**Tabla 6: Gastos de constitución**

<b>TRÁMITE/DOCUMENTO</b>	<b>COSTO</b>
Autenticación en notaria de documento privado de constitución de la empresa.	\$ 8.568
Registro de la empresa en c.c.c impuesto de registro (total de activos smlmv)	\$ 115.000
Derechos por registro	\$ 87.000
Formulario de registro mercantil	\$ 5.500
Certificado de existencia y representación legal	\$ 5.500
Inscripción de libros	\$ 54.600
<b>Total</b>	<b>\$ 276.168</b>

Fuente: Elaboración propia.

- **Estructura organizacional**

**Misión:**

“Creaciones Roar” es una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes tipo peluche y artículos para regalo en la ciudad de Popayán, mediante la venta de servicios, bajo el concepto de personalización e involucramiento del cliente en la elaboración del artículo o peluche, ya que este podrá elegir entre distintas opciones de colores y diseños para el producto requerido. Y así brindar, una experiencia única en el proceso de la compra.

**Visión:**

Para el año 2025 la microempresa “Creaciones Roar”, será una de las principales empresas en la ciudad de Popayán dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes tipo peluche y artículos para regalo, destacándose a nivel local como una empresa que brinda un enfoque de personalización y profesionalismo en cada producto elaborado.

**Objetivos del negocio:**

A partir del suministro de juguetes de peluche personalizados, constituir un portafolio de servicios que proporcionen opciones diferentes e innovadoras de juego, diseñadas bajo el concepto de personalización e involucramiento del cliente en la actividad de compra.

**Nombre:**

El nombre del almacén será “Creaciones Roar”, que significa Roció Arturo en honor a la persona que dio la idea inicial del proyecto. A partir de este nombre se pretende evocar sentimientos y es un nombre de fácil recordación.

**Valores:**

- Ética y profesionalismo: Tener un nivel óptimo en el trabajo, por medio del compromiso y el respaldo de una alta dirección para desarrollar y mantener un sistema de gestión de calidad efectiva y eficiente.
- Calidad: Ofrecer nuestro cliente final una variedad de productos elaborados bajo los más altos estándares de calidad en materia prima e insumos.
- Honestidad: Tener siempre un ambiente de confianza en lo que realicemos, reflejándose en nuestras actitudes y actividades
- Eficiencia: Satisfacer los requerimientos del cliente, tanto con el producto final, como en el servicio brindado.

**Logotipo:**

Los colores escogidos representan:

- Rosa: Representa lo artístico, energía, expresividad es un color femenino que conjuga sentimientos de inocencia y delicadeza.
- Lila: Representa sabiduría, creatividad, independencia, implica realeza, misterio, espiritualidad y sofisticación.
- Azul: Representa lealtad, confianza, fe, verdad, calma, éxito y seguridad.
- Rojo: Representa Agresividad, Sangre, Peligro, Energía, Emoción, Amor, Pasión, Fuerza y Vigor.
- Negro: Representa poder y conjuga autoridad, elegancia, tradición, simplicidad y sofisticación.

**Imagen 13:** Logotipo de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

**Eslogan:**

*“Hecho con las manos, para que llegue al corazón”.*

▪ **Talento humano:**

Es importante entender, que una de las intenciones u objetivo del presente emprendimiento es encontrar el personal adecuado para la selección de cada producto ofertado, ya que nuestro servicio innovador es de la personalización de la fabricación y comercialización de juguetes tipo peluche y artículos para regalo. Por ende, cada empleado debe tener claro el proceso de la personalización, siendo necesario que constantemente este en un proceso de capacitaciones, para así, lograr estar a la vanguardia de las nuevas tendencias del mercado, logrando brindar un servicio de calidad y una experiencia de satisfacción por el producto que se va adquirir. Por lo cual, esta área deberá desarrollar un programa que incluya los siguientes puntos clave, para ser implementados en la administración de personal de la empresa:

**Selección:** la empresa por medio del reclutamiento de las hojas de vida, escogerá entre ellas los candidatos más idóneos para cada cargo, estos a su vez pasaran a una entrevista donde evaluaremos sus cualidades y aptitudes, al analizar esto entraremos a tomar la decisión de quien sigue el proceso de contratación y vinculación.

**Vinculación:** La empresa se encargará directamente del proceso de vinculación del personal

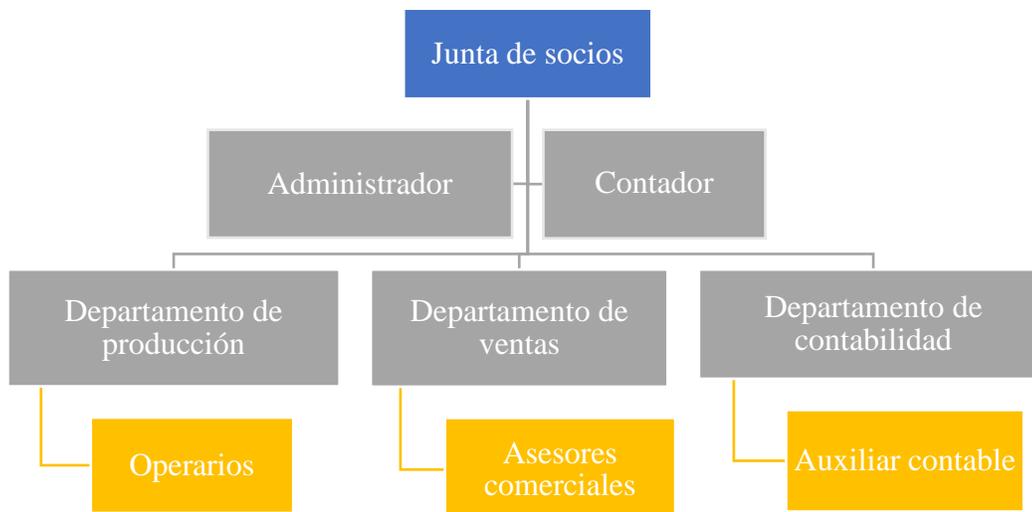
**Contratación:** Se vinculará al personal a través de un contrato a término inferior a un año, por cuanto la empresa minimizará costos en el momento en que desee dar por terminada la relación contractual, solamente bastará con informar al trabajador 30 días antes del vencimiento del mencionado contrato. Es de anotar que, como requisito previo a la vinculación, se deben efectuar los correspondientes exámenes médicos ocupacionales o de ingreso de acuerdo al régimen laboral colombiano y el trabajador debe presentar toda la documentación requerida.

**Inducción:** Se brindará un conocimiento total de la empresa como de las funciones que se deberán desarrollar dentro de la entidad. Esta inducción comprende el conocimiento de las instalaciones físicas, familiarización con su puesto de trabajo. De una buena inducción depende en gran parte la permanencia y el éxito del empleado dentro de la empresa.

De igual manera, se considera apropiado que el área administrativa cuente con un administrador y un auxiliar contable, al igual que el área operativa cuente con asesores comerciales y un operario.

- **Organigrama**

*Imagen 14: Organigrama "Creaciones Roar"*



Fuente: Elaboración propia.

- **Manual de funciones**

**Área administrativa:** En este apartado se presentará de manera detallada, las funciones que desempeñará el personal de trabajo, dependiendo el área donde se encuentre, al igual que el perfil que se requiere debe tener como mínimo el personal.

**Administrador:** Es el responsable del correcto funcionamiento del establecimiento, coordina el trabajo de todas las áreas de la organización; es decir definir las metas, establecer una estrategia para alcanzar y desarrollar planes para integrar y coordinar actividades, además de determinar que tareas es necesario realizar y quien las llevara a cabo.

Funciones:

- Responsable por los ingresos y egresos del establecimiento.
- Dirigir personal a cargo.

- Responder por facturación.
- Supervisar la ejecución de las labores propias del local.
- Representar el establecimiento.
- Responder por bienes y equipos del local.
- Atender a los clientes.
- Coordinar actividades de operación, logística y mantenimiento.
- Coordinar las estrategias de mercadeo, servicio y fidelización trazadas por los directivos.
- Controlar los inventarios.
- Elaborar pedidos de materiales.
- Elaborar informe mensual.
- Mantener informado al jefe inmediato sobre la situación del negocio.
- Recibir recaudo por concepto de ventas.
- Manejar caja menor.
- Realizar cuadro de cuentas de facturación.
- Realizar y diligenciar todos los documentos correspondientes al establecimiento.
- Atender quejas y reclamos por parte de los clientes

Perfil requerido:

- Estudios profesionales en contaduría pública, administración de empresas o carreras afines.
- Conocimientos en relaciones públicas, servicio al cliente y mercadeo.
- Experiencia mínimo 1 año como administrador.

**Auxiliar contable:** Mantener la información actualizada sobre el estado financiero y presupuestal de la empresa facilitando así la gestión comercial.

Funciones:

- Llevar la contabilidad general de la empresa.
- Manejar presupuestos de ingresos, egresos e inversiones.
- Revisar los registros contables y presupuestales.
- Clarificar y organizar toda la información financiera y contable que se maneja en la empresa.
- Codificar libros y documentos y realizar registros en el computador.
- Expedir certificaciones y constancias.
- Elaborar balance general y estados financieros anuales o cuando se requieran.
- Proyectar acuerdo mensual de gastos.
- Realizar comprobantes de contabilidad.
- Revisar cuentas bancarias contra libros contables.
- Elaborar balance mensual.
- Elaborar nómina y planillas de pago a operarios.
- Las demás que sean asignadas por su jefe inmediato

Perfil requerido:

- Estudios profesionales en contaduría pública, administración de empresas o carreras afines.
- Conocimientos en relaciones públicas, servicio al cliente y algún programa contable (aplinsa, siesa, ziur).

- Experiencia mínimo 1 año como administrador.
- Área operativa.

**Vendedor / operario:** Brindar apoyo en la correcta limpieza y prestación de los servicios del almacén.

Funciones:

- Atender a los clientes.
- Guiarlos a través del proceso.
- Ofrecer y promocionar los productos.
- Asesorar en la experiencia de compra.
- Operar la máquina de relleno cuando sea su turno.
- Mantener la limpieza del lugar.
- Las demás que sean asignadas por su jefe inmediato.

Perfil requerido:

- Estudiantes universitarios.
- Conocimientos ventas, servicio al cliente y manejo de computador.

- **Matriz DOFA**

*Tabla 7: Matriz DOFA*

<b>DEBILIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
La empresa no cuenta con tecnologías de alto nivel para la fabricación o comercialización de juguete tipo peluche y artículos para regalo a gran escala.	Microempresaria con ganas de progresar.
En el proceso de fabricación se utilizan materias primas o insumos como tela de peluche, ojos, accesorios donde en la ciudad son escasos los proveedores de esto.	Precios totalmente accesibles para la preparación y elaboración de los productos solicitados por el cliente.
Se tiene límites en cuanto a la capacidad de producción.	Fabricación del producto de acuerdo a las necesidades del cliente.
	Fácil comunicación con el cliente.
	Conocimiento del mercado.
<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Desaceleración en el crecimiento de la economía del país.	Se cuenta con un 50% de aceptación en el mercado para la elaboración y personalización de juguetes tipo peluche y artículos para regalo en la ciudad de Popayán.
Migración de los proveedores que hay en la ciudad a otras ciudades debido a los altos impuestos gubernamentales.	Más control a las importaciones de productos sustitutos.
Competencia internacional con presencia en la ciudad.	El Gobierno Nacional, con la Ley 1780, brinda beneficios a pequeñas empresas.
Precios muy bajos de productos similares.	Poder llegar a grandes empresas
Mejor tiempo de entrega de los productos de la competencia por sus altos inventarios.	Ser fuente de empleo, para otras personas
Desconocimiento de la marca.	

Fuente: Elaboración propia.

- **Estrategias según matriz DOFA**

*Tabla 8: Estrategias según matriz DOFA*

<b>ESTRATEGIA Fortalezas-Oportunidades</b>	<b>ESTRATEGIA Fortalezas-Amenazas</b>
Se creará una empresa sólida con la capacidad de diseñar y elaborar productos que permita que <b>Creaciones Roar</b> sea líder en ventas del sector, utilizando como herramienta el reconocimiento a través de medios digitales.	Se establecerá un acuerdo comercial empresa – proveedor donde se garantice lo acordado.
<b>ESTRATEGIA Debilidades-Oportunidades</b>	<b>ESTRATEGIA Debilidades-Amenazas</b>
<b>Creaciones Roar</b> cuenta con redes sociales donde se dan a conocer los productos y la empresa, sin embargo, se realizará más inversión en marketing digital.	Realizar un estudio para las nuevas tendencias del mercado, comportamiento y demanda

Fuente: Elaboración propia.

#### **4.5 Estudio financiero**

Se realiza la evaluación económica y financiera del proyecto para determinar su nivel de factibilidad. Para ello, se han calculado los valores relacionados con la inversión inicial, los costos, gastos e ingresos mensuales y anuales. A partir de esta información se estructuran las proyecciones a cinco años y se determinan los indicadores financieros del proyecto.

En este estudio de financiamiento que se va a abordar, las proyecciones se realizan en moneda corrientes (pesos colombianos), un índice inflacionario con el que se va a trabajar es 3,62% basada en los índices de precio al consumidor IPC del año 2020 (anexo 1).

- **Estudio de inversiones**

**Tabla 9: Inversiones fijas de la empresa**

 <b>CREACIONES ROAR INVERSIONES FIJAS</b>				
<i>Área</i>	<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo unitario</i>	<i>Costo total</i>
<b>Administrativa</b>	Muebles y enseres	1	\$600.000	\$600.000
	archivador	1	\$500.000	\$500.000
	impresora	1	\$500.000	\$500.000
	software contable	1	\$2.500.000	\$2.500.000
	Computador	2	\$1.700.000	\$3.400.000
	<b>Producción y corte</b>	máquina de coser	2	\$900.000
fileteadora		2	\$2.500.000	\$5.000.000
termofijadora		1	\$800.000	\$800.000
impresora		1	\$600.000	\$600.000
caladora		1	\$900.000	\$900.000
Estantes		3	\$800.000	\$2.400.000
Mesa de corte		1	\$700.000	\$700.000
<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>				<b>\$19.700.000</b>

Fuente: Elaboración propia.

La anterior tabla muestra la inversión fija inicial que se necesita en la organización “Creaciones Roar” para dar inicio a las operaciones. A continuación, se dan algunas especificaciones de las inversiones:

- Los muebles y enseres: hacen referencia al escritorio y la silla de la oficina. El escritorio es de madera aglomerada recubierta con Melamina – MDP y la Silla es tipo escritorio oficina PC, neumática, gerencial y ergonómica.
- El archivador es metálico, 3 gavetas, con capacidad de 55 kilos por cajón.
- La impresora es Epson L3110, modelo C11CG87301
- El software contable que se va adquirir es CELESTE Mipyme, su licencia debe renovarse cada año y es una herramienta que cuenta con la tecnología, funcionalidad y

flexibilidad necesarias para gestionar de forma fácil empresas pequeñas y medianas del sector comercial.

- El computador que se cotizo es un portátil ACER 15.6" Pulgadas A515-54-36D2 Intel Core i3 - 8GB RAM - Disco Hibrido 1TB+128GB.
- La máquina de coser es marca brother prestigio 30
- La fileteadora industrial es marca typical gn795 516m2-35
- El Termofijadora Plana es de 38x38cm
- Caladora Banco es de 16Pulgadas 120W 550-1600Cpm
- Estantería Metal sin tornillos 176x120x50 cm 5 Niveles Gris
- Mesa auxiliar trabajo individual me12, estructura metálica en calibre 14 y tabla en MDF de 18 MM de 630 solidos de alta resistencia

**Tabla 10:** Inversiones, gastos de instalación y puesta en marcha de la empresa

 <b>CREACIONES ROAR</b> <b>INVERSION - GASTOS DE INSTALACION</b> <b>Y PUESTA EN MARCHA</b>			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Gastos de constitución	1	\$276.168	\$276.168
Públicaidad	1	\$1.000.000	\$1.000.000
Arriendo (1 mes)	1	\$500.000	\$500.000
Adecuacion local	1	\$1.500.000	\$1.500.000
Papeleria (1 mes)	1	\$100.000	\$100.000
<b>TOTAL INVERSION/GASTOS</b>			<b>\$3.376.168</b>

Fuente: Elaboración propia.

Para que la empresa de inicio a sus operaciones es necesario incurrir en ciertos gastos como los legales, adecuación del lugar, publicidad y papelería.

**Tabla 11: Inversión de capital de trabajo por año**

 <b>INVERSION CAPITAL TRABAJO POR AÑO</b>		
<b>PRODUCTO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>TOTAL COMPRAS</b>
peluche pequeño	\$ 1.922	\$ 3.459.600
peluche mediano	\$ 4.622	\$ 5.546.400
peluche grande	\$ 11.822	\$ 10.639.800
detalle pequeño	\$ 6.322	\$ 18.966.000
detalle mediano	\$ 19.822	\$ 35.679.600
detalle grande	\$ 51.322	\$ 61.586.400
<b>TOTAL COMPRAS</b>		<b>\$ 135.877.800</b>

Fuente: Elaboración propia.

La inversión total inicial es de \$158.953.968, la cual se obtiene de los aportes de su única socia, quien adquiere sus recursos de una herencia familiar.

- **Presupuesto de ingresos y costos**

Para el presupuesto de ventas se estimó para el primer año una oferta de 1800 unidades para el producto 1, 1200 para el producto 2, 900 para producto 3, 3000 para el producto 4, 1800 para producto 5, 1800 para el producto 6. Se estimó que las ventas años a año tendrá un incremento en un 10% cada año durante 5 años; mientras que el valor del servicio para el mismo año será de \$6.000, \$13.000, \$30.000, \$20.000, \$50.000 y \$120.000 respectivamente para cada producto, valor que se incrementará en un 3,62% (basado en el incremento del IPC) para cada uno de los años siguientes.

El método utilizado para determinar el pronóstico de ventas es el criterio de personal de ventas. En este método, cuenta solo la opinión y criterio del gerente de comercialización, previo estudio de:

- Estadística de ventas de gestiones anteriores.

- Políticas de venta a seguir.
- Capacidad de la empresa para atender las ventas pronosticadas.

Se realizo un análisis y se determinó que las ventas se incrementaran en un 10% anual.

**Tabla 12: Ventas proyectadas en unidades para la empresa**

 <b>CREACIONES ROAR</b> <b>VENTAS PROYECTADAS EN UNIDADES</b>					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producto 1	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
producto 2	1.200	1.320	1.452	1.597	1.757
producto 3	900	990	1.089	1.198	1.318
Producto 4	3.000	3.300	3.630	3.993	4.392
Producto 5	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
Producto 6	1.200	1.320	1.452	1.597	1.757

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 13. Precios por año para la empresa**

 <b>PRECIOS POR AÑO</b>							
Producto	Nombre	ventas diarias	PRECIO POR UNIDAD				
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producto 1	peluche pequeño	6	\$6.000	\$ 6.217	\$ 6.442	\$ 6.675	\$ 6.917
producto 2	peluche mediano	4	\$13.000	\$ 13.471	\$ 13.958	\$ 14.464	\$ 14.987
producto 3	peluche grande	3	\$30.000	\$ 31.086	\$ 32.211	\$ 33.377	\$ 34.586
Producto 4	detalle pequeño	10	\$20.000	\$ 20.724	\$ 21.474	\$ 22.252	\$ 23.057
Producto 5	detalle mediano	6	\$50.000	\$ 51.810	\$ 53.686	\$ 55.629	\$ 57.643
Producto 6	detalle grande	4	\$120.000	\$ 124.344	\$ 128.845	\$ 133.509	\$ 138.342

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 14: Ventas proyectadas en valores para la empresa**

 <b>CREACIONES ROAR</b> <b>VENTAS PROYECTADAS EN VALORES</b>					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producto 1	10.800.000	12.310.056	14.031.248	15.993.097	18.229.252
producto 2	15.600.000	17.781.192	20.267.358	23.101.140	26.331.142
producto 3	27.000.000	30.775.140	35.078.120	39.982.743	45.573.130
Producto 4	60.000.000	68.389.200	77.951.378	88.850.540	101.273.622
Producto 5	90.000.000	102.583.800	116.927.067	133.275.809	151.910.433
Producto 6	144.000.000	164.134.080	187.083.307	213.241.295	243.056.693
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>347.400.000</b>	<b>395.973.468</b>	<b>451.338.478</b>	<b>514.444.624</b>	<b>586.374.272</b>

Fuente: Elaboración propia.

- **Costos**

Las siguientes tablas muestran los costos por cada producto en cuanto a mano de obra directa, materia prima como lo son el peluche, algodón, ojos e hilos y costos indirectos de fabricación como son el mantenimiento de la maquinaria, fletes e insumos. Se proyecta el costo unitario por cinco años, cada año los costos unitarios se proyectaron con un incremento del 3,62%.

**Tabla 15: Costos unitarios por año para la empresa**

 <b>COSTOS UNITARIO POR AÑO</b>								
PRODUCTO	MOD	CIF	MP	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producto 1	\$ 2.678	400	\$ 1.922	\$ 5.000	\$ 5.181	\$ 5.369	\$ 5.563	\$ 5.764
producto 2	\$ 2.678	700	\$ 4.622	\$ 8.000	\$ 8.290	\$ 8.590	\$ 8.901	\$ 9.223
producto 3	\$ 2.678	1500	\$11.822	\$ 16.000	\$ 16.579	\$ 17.179	\$ 17.801	\$ 18.446
Producto 4	\$ 2.678	1000	\$ 6.322	\$ 10.000	\$ 10.362	\$ 10.737	\$ 11.126	\$ 11.529
Producto 5	\$ 2.678	2500	\$19.822	\$ 25.000	\$ 25.905	\$ 26.843	\$ 27.814	\$ 28.821
Producto 6	\$ 2.678	6000	\$51.322	\$ 60.000	\$ 62.172	\$ 64.423	\$ 66.755	\$ 69.171

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 16: Costos totales de la empresa**

 <b>CREACIONES ROAR COSTOS TOTALES</b>					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producto 1	\$ 9.000.000	\$ 10.258.380	\$ 11.692.707	\$ 13.327.581	\$ 15.191.043
producto 2	\$ 9.600.000	\$ 10.942.272	\$ 12.472.220	\$ 14.216.086	\$ 16.203.780
producto 3	\$ 14.400.000	\$ 16.413.408	\$ 18.708.331	\$ 21.324.130	\$ 24.305.669
Producto 4	\$ 30.000.000	\$ 34.194.600	\$ 38.975.689	\$ 44.425.270	\$ 50.636.811
Producto 5	\$ 45.000.000	\$ 51.291.900	\$ 58.463.533	\$ 66.637.905	\$ 75.955.217
Producto 6	\$ 72.000.000	\$ 82.067.040	\$ 93.541.654	\$ 106.620.648	\$ 121.528.346
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 180.000.000</b>	<b>\$ 205.167.600</b>	<b>\$ 233.854.134</b>	<b>\$ 266.551.619</b>	<b>\$ 303.820.866</b>

Fuente: Elaboración propia.

- **Gastos**

A continuación, se presenta un listado completo de todos y cada uno de los gastos operacionales que concurren en la producción de los detalles personalizados.

Y es de mencionar que, en la parte de mano de obra administrativa está el administrador y auxiliar contable con un sueldo básico más todas las prestaciones de ley. En el área de ventas se cargó el salario del vendedor.

**Tabla 17: Gastos operacionales de la producción de detalles personalizados**

CARGO	SUELDO BASICO	SALARIO CON PRESTACIONES	AÑO
ADMINITRADOR	\$ 1.755.606	\$ 2.650.965	\$ 29.160.616
VENDEDOR	\$ 1.000.000	\$ 1.510.000	\$ 16.610.000
AUXILIAR CONTABLE	877803	\$ 1.325.483	\$ 14.580.308

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se discrimina la nómina con las deducciones, prestaciones sociales y los aportes patronales por cada empleado. Podemos observar que el auxiliar contable tiene un sueldo básico de \$877.803, pero con todas las prestaciones de ley el trabajador realmente le cuesta a la empresa \$1.325.483.

Es importante mencionar que el administrador y auxiliar contable hacen parte de los gastos de administración y el vendedor va ser parte de los gastos de ventas.

CARGO	SALARIO BÁSICO	HORAS EXTRAS	AUX DE TRANSP	TOTAL DEVEN	DEDUCCIONES				NETO A PAGAR
					SALUD	PENSIÓN	FOSYGA	TOTAL	
			\$ 102.854		4%	4%	1%		
ADMINISTRAD	\$ 1.755.606	72.976	\$ 102.854	1.931.436	73.143	73.143	0	146.287	1.785.149
VENDEDOR	\$ 1.000.000	-	\$ 102.854	1.102.854	40.000	40.000	0	80.000	1.022.854
AUXILIAR CONTABLE	\$ 877.803	-	\$ 102.854	980.657	35.112	35.112	0	70.224	910.433

CARGO	PRESTACIONES SOCIALES				APORTES PATRONALES					COSTO TOTAL
	CESANTIAS	INT	PRIMA	VACAC	PENSIÓN	ARL	CAJA	SENA	ICBF	
	8,33%	12%	8,33%	4,17%	12%	0,522%	4%	2%	3%	
ADMINISTRAD	160.953	19.314	160.953	76.191	219.430	9.545	73.143	0	0	2.650.966
VENDEDOR	91.905	11.029	91.905	41.667	120.000	10.642	40.000	0	0	1.510.000
AUXILIAR CONTABLE	81.721	9.807	81.721	31.483	105.336	4.582	30.175	0	0	1.325.483

Para las depreciaciones se utilizó el método de la línea recta y todos los activos fijos no tienen un valor de salvamento, donde se supone una depreciación constante a través de los cinco años de la vida útil del activo, esto con el fin de acelerar la depreciación.

**Tabla 18:** Depreciaciones utilizando el método de la línea recta

ACTIVO FIJO	VALOR DEPRECIABLE	VIDA ÚTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles y enseres	\$600.000	10	\$ 60.000
Archivador	\$500.000	10	\$ 50.000
Mesa de corte	\$700.000	10	\$ 70.000
Estantes	\$2.400.000	10	\$ 240.000
Máquina de coser	\$1.800.000	10	\$ 180.000
Fileteadora	\$5.000.000	10	\$ 500.000
Termofijadora	\$800.000	10	\$ 80.000
Caladora	\$900.000	10	\$ 90.000
Computador	\$3.400.000	5	\$ 680.000
Impresora	\$600.000	5	\$ 120.000
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL</b>			<b>\$ 2.070.000</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 19.** Licencia del costo del software

ACTIVO INTANGIBLE	VALOR AMORTIZABLE	AÑOS	AMORTIZACIÓN ANUAL
Software contable	\$2.500.000	5	\$ 500.000

Fuente: Elaboración propia.

- **Estados de resultados proyectados**

Este estado permite analizar al final de cada periodo si el negocio es rentable o no. En el año 1 deja una utilidad después de impuestos de \$51.321.563, lo que significa que en el primer año de operación se puede recupera una tercera parte de la inversión.

Como se dijo anteriormente, en gastos administrativo se registraron los sueldos del administrador y auxiliar contable correspondientes a cada año incluyendo todos los factores prestacionales y de seguridad social. Y los sueldos correspondientes al vendedor se registraron en gasto de ventas. Se hace esta división entre gastos de administración y ventas para evidenciar los gastos correspondientes a cada área.

Los honorarios hacen referencia al pago de contador, quien se vinculará a la organización mediante un contrato de prestación de servicios.

**Tabla 20: Estado de resultados proyectados en pesos colombianos**

 <b>CREACIONES ROAR</b> <b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b> <b>PESOS COLOMBIANOS</b>						
	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		347.400.000	395.973.468	451.338.478	514.444.624	586.374.272
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		180.000.000	205.167.600	233.854.134	266.551.619	303.820.866
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>167.400.000</b>	<b>190.805.868</b>	<b>217.484.344</b>	<b>247.893.006</b>	<b>282.553.406</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>						
SUELDOS *		43.740.923	45.324.345	46.965.086	48.665.222	50.426.903
HONORARIOS*		15.600.000	16.164.720	16.749.883	17.356.229	17.984.524
ARRIENDO		6.000.000	6.217.200	6.442.263	6.675.473	6.917.125
SERVICIO PUBLICOS		2.400.000	2.486.880	2.576.905	2.670.189	2.766.850
DEPRECIACION		2.070.000	2.070.000	2.070.000	2.070.000	2.070.000
AMORTIZACION		500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
PAPELERIA		1.200.000	1.243.440	1.288.453	1.335.095	1.383.425
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO		2.084.400	2.375.841	2.708.031	3.086.668	3.518.246
GASTOS LEGALES		100.000	103.620	107.371	111.258	115.285
<b>TOTAL GASTO DE ADMINISTRACION</b>		<b>73.695.323</b>	<b>76.486.046</b>	<b>79.407.991</b>	<b>82.470.133</b>	<b>85.682.358</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>						
SUELDOS *		16.610.000	17.211.282	17.834.330	18.479.933	19.148.907
PUBLICIDAD		4.800.000	4.973.760	5.153.810	5.340.378	5.533.700
<b>TOTAL GASTOS VENTAS</b>		<b>21.410.000</b>	<b>22.185.042</b>	<b>22.988.141</b>	<b>23.820.311</b>	<b>24.682.606</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>72.294.677</b>	<b>92.134.780</b>	<b>115.088.213</b>	<b>141.602.562</b>	<b>172.188.441</b>
GRAVAMEN A LOS MOVIMIENTOS FINANCIEROS (4*1000)		1.389.600	1.583.894	1.805.354	2.057.778	2.345.497
IMPUESTO DE RENTA (31%)		\$ 22.411.350	\$ 27.640.434	\$ 34.526.464	\$ 42.480.768	\$ 51.656.532
INVERSION INICIAL	-158.953.968					
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ 48.493.727</b>	<b>\$ 62.910.452</b>	<b>\$ 78.756.395</b>	<b>\$ 97.064.015</b>	<b>\$ 118.186.412</b>

Fuente: Elaboración propia.

## ▪ Estado de Situación Financiera

La elaboración del Estado de Situación Financiera permite determinar cuáles fueron los movimientos y el estado de los activos, los pasivos y el patrimonio durante dicho período, y así determinar si existió o no crecimiento económico de la empresa.

**Tabla 21:** Estado de situación financiera en pesos colombianos

 <b>CREACIONES ROAR</b> <b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b> <b>PESOS COLOMBIANOS</b>						
	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	3.376.168	51.063.727	65.480.452	81.326.395	99.634.015	120.756.412
CUENTAS COMERCIALES POR COBRAR		20.381.670	21.192.547	29.514.837	39.121.466	51.072.577
INVENTARIOS	135.877.800	141.283.648	196.765.582	260.809.774	340.483.845	437.342.512
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>139.253.968</b>	<b>212.729.045</b>	<b>283.438.582</b>	<b>371.651.006</b>	<b>479.239.326</b>	<b>609.171.500</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>						
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	17.200.000	17.200.000	17.200.000	17.200.000	17.200.000	17.200.000
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		- 2.070.000	- 4.140.000	- 6.210.000	- 8.280.000	- 10.350.000
INTANGIBLES	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
AMORTIZACIÓN ACUMULADA		- 500.000	- 1.000.000	- 1.500.000	- 2.000.000	- 2.500.000
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>19.700.000</b>	<b>17.130.000</b>	<b>14.560.000</b>	<b>11.990.000</b>	<b>9.420.000</b>	<b>6.850.000</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>158.953.968</b>	<b>229.859.045</b>	<b>297.998.582</b>	<b>383.641.006</b>	<b>488.659.326</b>	<b>616.021.500</b>
<b>PASIVOS</b>						
IMPUESTOS POR PAGAR	-	22.411.350	27.640.434	34.526.464	42.480.768	51.656.532
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>-</b>	<b>22.411.350</b>	<b>27.640.434</b>	<b>34.526.464</b>	<b>42.480.768</b>	<b>51.656.532</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
APORTES DE CAPITAL	158.953.968	158.953.968	158.953.968	158.953.968	158.953.968	158.953.968
UTILIDADES ACUMULADAS			48.493.727	111.404.179	190.160.574	287.224.589
UTILIDAD DEL EJERCICIO		48.493.727	62.910.452	78.756.395	97.064.015	118.186.412
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>158.953.968</b>	<b>207.447.695</b>	<b>270.358.147</b>	<b>349.114.542</b>	<b>446.178.557</b>	<b>564.364.968</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>158.953.968</b>	<b>229.859.045</b>	<b>297.998.581</b>	<b>383.641.006</b>	<b>488.659.325</b>	<b>616.021.501</b>

Fuente: Elaboración propia.

En el anterior estado de situación financiera proyectado de la empresa se puede evidenciar como la empresa al pasar los años va creciendo, debido a que se espera que la rentabilidad se sacada vez mayor con el pasar de los años.

En cuanto el efectivo y equivalentes de efectivo hace referencia al dinero que se tiene en caja y en bancos y se genera por las ventas al contado y es lo que queda después de realizar el pago de los gastos y compras de los costos.

Las cuentas comerciales por cobrar como se había mencionada anteriormente en las estrategias de precio, hacen referencia al 15% de las ventas que se pueden hacer a crédito por un tiempo de 30 días.

Los inventarios hacen referencias a el saldo de mercancías listas para la venta, productos en proceso y a las materias primas que se tenga al finalizar cada año.

El rubro de propiedad planta y equipo hace referencia a las inversiones fijas para poder operar en la organización. Como se puede evidenciar en la anterior tabla 8 de inversiones fijas, en este rubro solo se exceptúa el software contable el cual es incluido en el rubro de los intangibles, grupo donde se pueden contabilizar las licencias.

La depreciación y amortización son el desgaste por el uso en el tiempo de la propiedad planta y equipo y de los intangibles y su cálculo se realizó mediante el método línea recta.

Los únicos pasivos que tiene la empresa “Creaciones Roar” es el impuesto de renta de la tarifa del 31% que se paga cada año por las utilidades que genera la empresa.

El patrimonio hace referencia a el único aporte que realizó su dueña y para los próximos años el patrimonio se ve incrementado por las utilidades que se generan en cada periodo.

- **Indicadores financieros**

Los indicadores Financieros que se describen en la siguiente tabla permiten analizar los estados financieros de la empresa, determinar fallas en el desempeño de sus funciones, organizar procesos improductivos y proponer planes de acción para aumentar la productividad de la empresa.

**Tabla 22: Indicadores financieros de la empresa**

 <b>CREACIONES ROAR</b> <b>INDICADORES FINANCIEROS</b>					
INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>LIQUIDEZ</b>					
LIQUIDEZ	9	10	11	11	12
<b>ACTIVIDAD</b>					
ROTACIÓN DEL PATRIMONIO	215	246	278	312	346
ROTACIÓN ACTIVO FIJO	18	13	10	7	4
ROTACIÓN ACTIVO TOTAL	238	271	306	342	378
<b>ENDEUDAMIENTO</b>					
ENDEUDAMIENTO	10%	9%	9%	9%	8%
<b>RENTABILIDAD</b>					
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	48%	48%	48%	48%	48%
MARGEN DE UTILIDAD NETA	14%	16%	17%	19%	20%
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	23%	23%	23%	22%	21%

Fuente: Elaboración propia.

La liquidez permite mirar la capacidad que tiene la empresa para asumir sus deudas a corto plazo, como se evidencia en la anterior tabla, para los 5 años se cuenta con un nivel de liquidez alto, por ejemplo, para el año 1 la empresa cuenta con \$9 por cada peso que debe al corto plazo.

La rotación del patrimonio es la razón financiera que se utiliza para identificar que tan rápido el patrimonio de la empresa se realiza, este resultado se da en días, lo que quiere decir que para la microempresa denominada “Creaciones Roar” el patrimonio rota cada 215 días en el primer año, y va aumentando para los próximos 4 años. La empresa presenta una rotación baja, pero esto se debe a que los aportes sociales son fijos. La rotación del activo fijo refleja la eficacia de

la empresa en la gestión de sus activos para generar ventas; para el año 1 es de 18 días, es una rotación alta y año a año esa situación va mejorando.

El endeudamiento para la empresa es bajo para los 5 años proyectados, para el año 1 la entidad no presenta un alto nivel de endeudamiento con sus acreedores puesto que tan solo se encuentra comprometido el 10% de sus activos totales.

En cuanto a las ratios de rentabilidad, en estos indicadores podemos observar el porcentaje de las diferentes utilidades sobre el total de las ventas. En el margen de utilidad neta para el año 1 fue del 14%, es decir, que por un peso de ingresos el 0,14 son utilidades netas. Durante los próximos cuatros años las utilidades netas van incrementando hasta el 5 año que representan el 20%.del total de las ventas.

#### **4.6 Evaluación financiera**

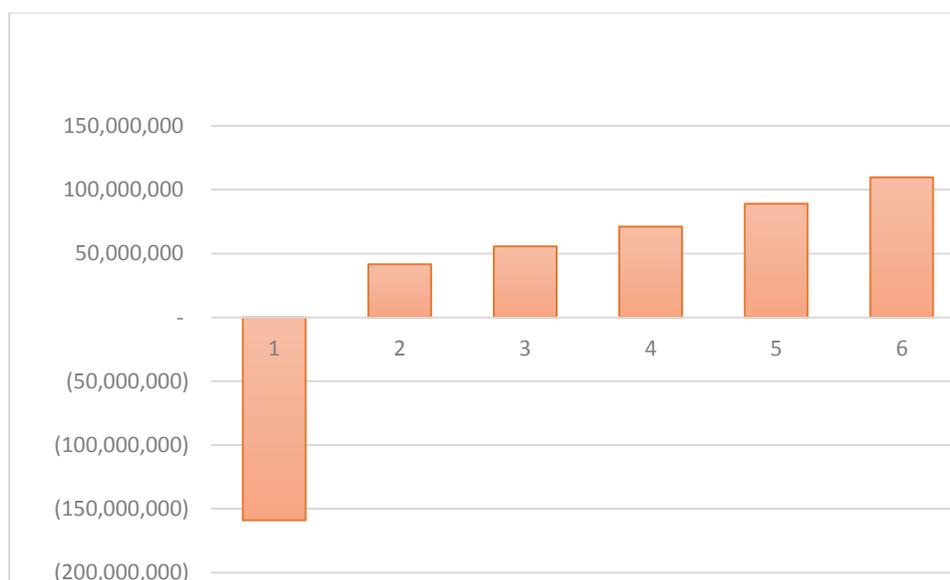
- **Flujo de caja libre**

Es la resultante del Flujo Neto de Inversiones y el Flujo de Operación, representa las salidas y las entradas de dinero a la empresa, permitiendo aplicar juicios de rentabilidad para conocer el flujo del proyecto. En este caso la empresa presenta en el año 0 la inversión inicial realizada por la única socia de la empresa por \$158.953.968 Los años 1 y 2 presentan un flujo de caja de por \$41.553.194 y \$55.613.344 y así va incrementando durante los años 3,4 y 5.

**Tabla 23:** Flujo de caja libre en pesos colombianos

 <b>CREACIONES ROAR</b> <b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b> <b>PESOS COLOMBIANOS</b>						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>UTILIDAD NETA</b>		48.493.727	62.910.452	78.756.395	97.064.015	118.186.412
(+) Depreciaciones		2.070.000	2.070.000	2.070.000	2.070.000	2.070.000
(+) Amortizaciones		500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
(-) Pagos de capital		0	0	0	0	0
<b>FLUJO NETO OPERATIVO</b>		<b>51.063.727</b>	<b>65.480.452</b>	<b>81.326.395</b>	<b>99.634.015</b>	<b>120.756.412</b>
Crédito						
Intereses de crédito						
<b>FLUJO NETO DE FINANCIACIÓN</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Capital de trabajo	135.877.800	9.510.532	9.867.109	10.239.613	10.629.044	11.036.496
Activos fijos	19.700.000					
Activos diferidos	3.376.168					
<b>FLUJO NETO DE INVERSIÓN</b>	<b>158.953.968</b>	<b>9.510.532</b>	<b>9.867.109</b>	<b>10.239.613</b>	<b>10.629.044</b>	<b>11.036.496</b>
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>- 158.953.968</b>	<b>41.553.194</b>	<b>55.613.344</b>	<b>71.086.782</b>	<b>89.004.970</b>	<b>109.719.915</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Imagen 15:** Diagrama de flujo

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 24:** Evaluación financiera de la empresa

 <b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	
VPN $i=11,7\%$	94.099.748
TIR	30%
R BENEFICIO/COSTO	1,6
PRI	2 años y 11 meses

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a los anteriores indicadores, se puede decir que la microempresa denominada “Creaciones Roar” es un emprendimiento factible porque:

- VPN= 94.099.748 es mayor que cero, es decir, cuando es positivo, indica que los dineros invertidos en el proyecto rentan a una tasa superior a la tasa de interés de oportunidad; por tanto, el proyecto es factible y debería aceptarse.
- TIR: 30% es mayor que la tasa de oportunidad (11,7%), es decir se debe invertir.
- Relación beneficio/costo=1,6 es mayor que cero.
- PRI= 2 años y 11 meses, es decir, la inversión inicial tomara dos años y 11 meses aproximadamente para recuperarla.

- **Factor riesgo**

El factor riesgo es un componente siempre presente durante la instalación, puesta en marcha y vida útil de cualquier proyecto, es imposible contar con una confiabilidad del 100% en estos casos. Los riesgos más relevantes para la creación de la microempresa denominada “Creaciones Roar” son:

- La subida de precios de la materia prima, esto genera un incremento en los costos de producción, lo que ocasiona una disminución de utilidades.
- Que la demanda de nuestros productos disminuya, porque se incremente la oferta de los mismos por diferentes organizaciones. Y de igual manera esto genere la disminución de los precios.
- Durante el desarrollo del proyecto ocurra un fenómeno natural o social que afecte el transcurso normal de nuestras operaciones.

▪ **Portafolio de servicios**

En el portafolio de servicio se establecen los principales productos de mayor rotación, que servirán de base para a partir de ellos realizar el estudio financiero.

***Tabla 25:** Portafolio de servicios para la empresa*

<b>Producto</b>	<b>Nombre</b>	<b>Precio</b>
<i>Producto 1</i>	peluche pequeño	\$ 6.000
<i>Producto 2</i>	peluche mediano	\$ 13.000
<i>Producto 3</i>	peluche grande	\$ 30.000
<i>Producto 4</i>	detalle pequeño	\$ 20.000
<i>Producto 5</i>	detalle mediano	\$ 50.000
<i>Producto 6</i>	detalle grande	\$ 120.000

Fuente: Elaboración propia.

## **Impactos**

### **5.1 Impacto Regional**

La microempresa “Creaciones Roar” busca aportar a la economía de la región, mediante la generación de nuevos empleos que apunten a disminuir la tasa de desempleo de la ciudad de Popayán. Del mismo modo, “Creaciones Roar” quiere ser un ejemplo de emprendimiento para la población juvenil en la creación de microempresas que aporten en gran medida al PIB.

Esto teniendo en cuentas, que la población joven actual se encuentra en una era digital que le permite transformar los procesos tradicionales de venta y promoción de diferentes productos, que cumplan los estándares actuales del mercado digital.

### **5.2 Impacto Ambiental**

“Creaciones Roar” se encuentra comprometido con el cuidado del medio ambiente, por lo cual, al momento de hacer entrega de los productos, se optará por utilizar papel reutilizable. Además, de realizar diferentes campañas de reciclaje anualmente, a través de las cuales se concientice no solo a las personas a reciclar, sino también hacerle una invitación a las demás microempresas para que se unan a esta iniciativa y así lograr un impacto mayor.

## Conclusiones

- El presente proyecto cuenta con una planeación que se basa en actividades fundamentales, originadas principalmente de los temas académicos y de la vida personal, de la cual fueron abordados para la construcción de alternativas que conllevan a la factibilidad de la creación de la microempresa, así mismo creando la integración de estrategias de producción, marketing, recursos humanos y financiera, factores que son la columna vertebral que determinaran la solidez y visión de la microempresa CREACIONES ROAR.
- “Creaciones Roar” busca llegar a ser una microempresa productiva para que a través de su crecimiento pueda generar empleo en la ciudad y de esta manera disminuir el desempleo.
- Al realizar la investigación de mercado se logró definir que el segmento de mercado potencial estará determinado por hombres y mujeres entre 20 y 54 años de edad en la zona urbana de Popayán.
- Además, en el análisis de la investigación se puede observar que una gran proporción de las personas están dispuestas a pagar menos de \$20.000 por un peluche tamaño pequeño personalizado y entre \$20.000 y \$40.000, para los peluches grandes.
- En el estudio de mercadeo se puede decir que la empresa es viable, porque en la actualidad lo que busca el cliente es comprar la experiencia y a través de detalles personalizados lo puede obtener; aunque existe competencia en la ciudad a desarrollar el emprendimiento, es una actividad que está teniendo auge y se está volviendo cada vez más demandante y de acuerdo con las encuestas se tiene un buen nicho de mercado para cubrir la necesidad.

- En el análisis del estudio financiero, se evidencio a través de indicadores como la tasa interna de retorno, beneficio sobre costos y el valor presente netos que es viable crear la organización, porque desarrollar la actividad genera una buena rentabilidad, genera flujos de efectivo, no necesita endeudarse para funcionar.

## Recomendaciones

- “Creaciones Roar” es una microempresa que debe enfocar sus esfuerzos especialmente en el posicionamiento de la marca a través de diferentes medios y estar innovando constantemente en estrategias comerciales para llegar a un gran nicho de clientes y así ganar un porcentaje grande en el mercado, lo cual beneficiara a la empresa en todos los aspectos especialmente en las ventas.
- La empresa para seguir cautivando clientes debe estar actualizándose acerca de cómo llevar experiencias agradables a sus clientes a través de detalles personalizados, también se recomienda en el futuro crear sucursales en lugares más comerciales.
- La página web que se maneje para la venta de productos online, deberá cada vez proporcionar al cliente mayor rapidez y un sistema que permita diseñar el detalle personalizado de manera fácil, divertido y rápidamente.
- El plan de negocios debe ser ejecutado de forma inmediata, ya que no solo está cumpliendo con los requisitos de factibilidad y rentabilidad, sino que también será gran fuente de empleo en la ciudad de Popayán.
- En cuanto a la parte financiera se recomienda que se capitalicen las utilidades con el propósito de que la empresa crezca.
- Se recomienda que las compras de las materias primas e insumos se realicen con proveedores primarios y por bastantes cantidades, con el fin de disminuir costos.

## Anexos

### 1.1 Anexo 1: Formato de Encuesta

#### ENCUESTA SOBRE LA FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PELUCHES Y DETALLES PERSONALIZADOS.

Nombre y apellidos: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: \_\_\_\_\_

De antemano agradezco, el tiempo que se tome para diligenciar esta encuesta, la información suministrada será tomada con fines investigativos para el desarrollo de un proyecto de grado.

Las siguientes preguntas 1 y 2 se contestan teniendo en cuenta la siguiente ponderación. De 1 a 5, siendo 5 el más importante y 1 el menos importante.

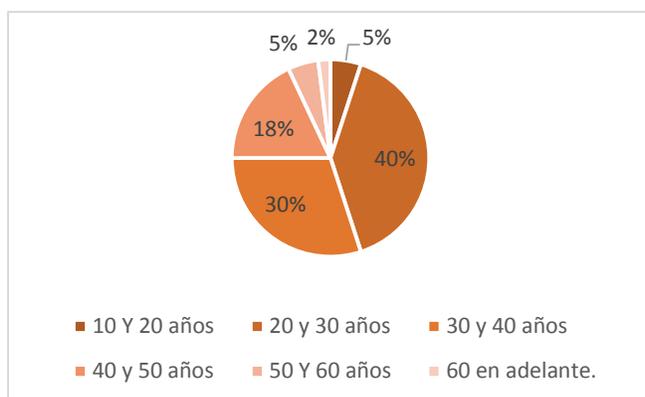
1. ¿Le gustan los muñecos de peluches? \_\_\_\_\_
2. ¿Le gustan los detalles personalizados? \_\_\_\_\_
3. ¿Le gustaría que exista una empresa donde puedas vivir la experiencia de contribuir al diseño de peluches y detalles personalizados? \_\_\_\_\_
4. ¿Estaría dispuesto a comprar el servicio de detalles personalizados? \_\_\_\_\_
5. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un peluche personalizado?
  - a. Menos de 20.000
  - b. Entre 20.000 y 40.0000
  - c. Entre 40.000 y 60.000

- d. Entre 60.000 y 80.000
- e. Entre 80.000 y 100.000
- f. Mas de 100.000
6. ¿Cuántas veces al año compra un peluche o detalle para regalar? \_\_\_\_\_
7. ¿En qué mes del año compra más peluches y detalles para obsequiar? \_\_\_\_\_
8. ¿Cuántas empresas conoce en el mercado que ofrezcan el servicio de peluches y detalles personalizados? \_\_\_\_\_

### 1.1.1 Ponderación de Resultados.

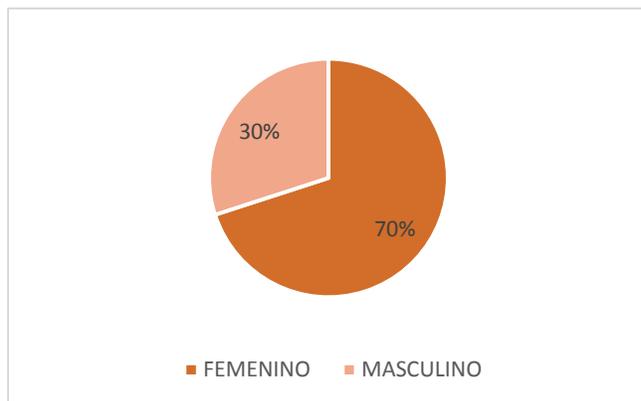
#### 1. Edad

RANGO	RESPUESTAS
10 y 20 años	5%
20 y 30 años	40%
30 y 40 años	30%
40 y 50 años	18%
50 y 60 años	5%
60 en adelante.	2%



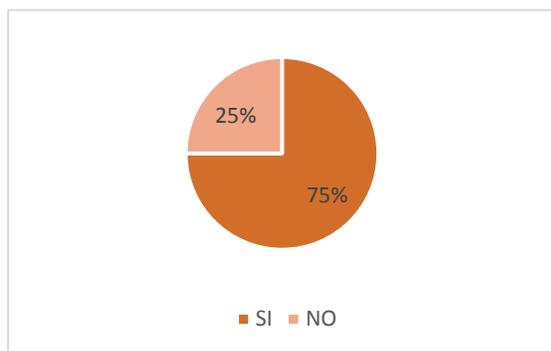
## 2. Sexo

GENERO	PORCENTAJE
Femenino	70%
Masculino	30%



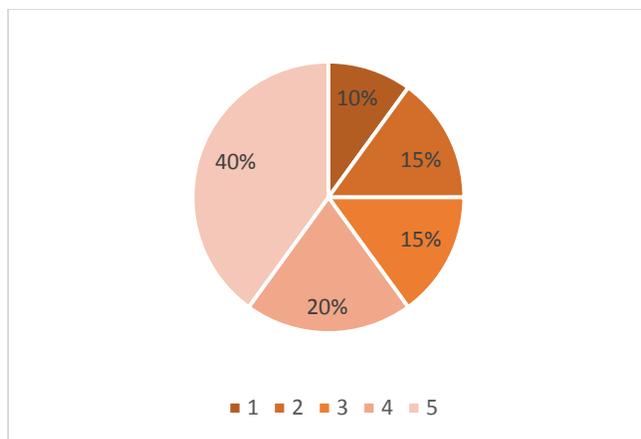
## 3. Pregunta: ¿Le gustan los muñecos de peluches?

PONDERACIÓN	RESPUESTAS
SI	75%
NO	25%



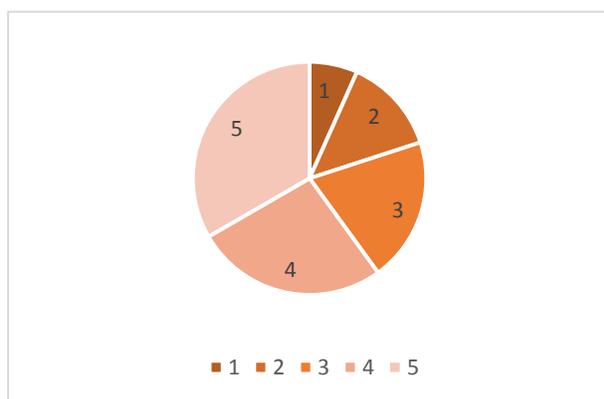
## 4. ¿Le gustan los detalles personalizados?

PONDERACIÓN	RESPUESTAS
1	10%
2	15%
3	15%
4	20%
5	40%



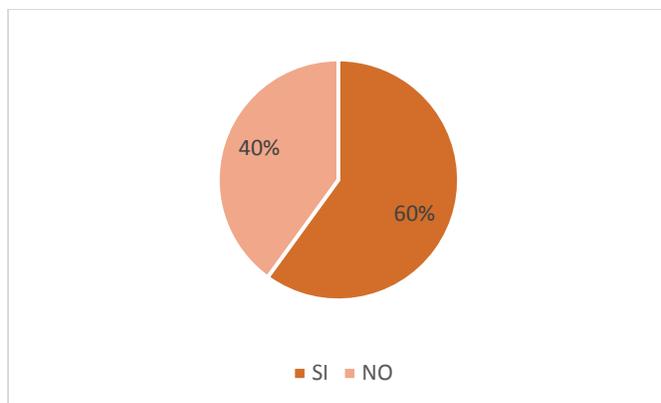
5. Pregunta: Le gustaría que exista una empresa donde puedas vivir la experiencia de contribuir al diseño de peluches y detalles personalizados.

PONDERACIÓN	RESPUESTAS
1	5%
2	10%
3	10%
4	25%
5	50%



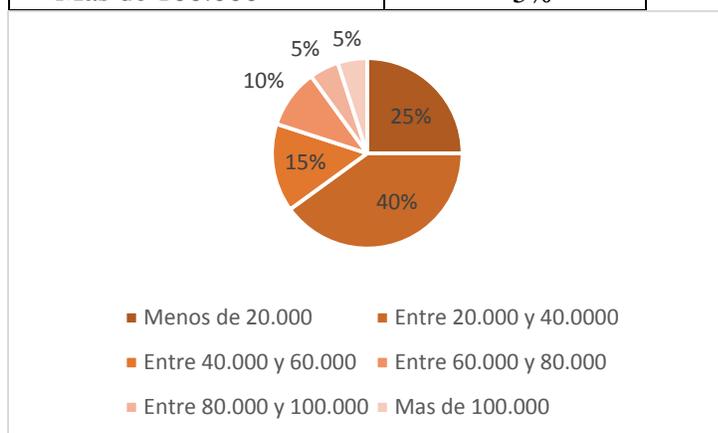
6. Pregunta: ¿Estaría dispuesto a comprar el servicio de detalles personalizados?

PONDERACIÓN	RESPUESTAS
SI	60%
NO	40%



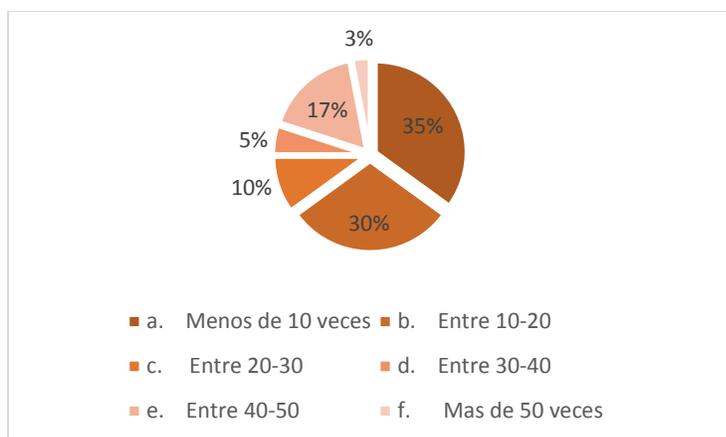
7. Pregunta: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un detalle personalizado?

OPCIONES	RESPUESTAS
Menos de 20.000	25%
Entre 20.000 y 40.0000	40%
Entre 40.000 y 60.000	15%
Entre 60.000 y 80.000	10%
Entre 80.000 y 100.000	5%
Mas de 100.000	5%



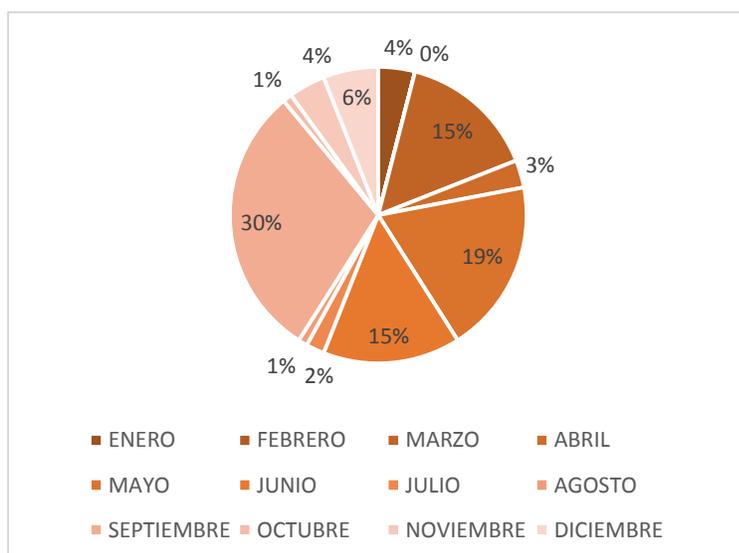
8. Pregunta: ¿Cuántas veces al año compra un peluche y detalle para regalar?

OPCIONES	RESPUESTAS
Menos de 10 veces	35%
Entre 10-20	30%
Entre 20-30	10%
Entre 30-40	5%
Entre 40-50	17%
Mas de 50 veces	3%



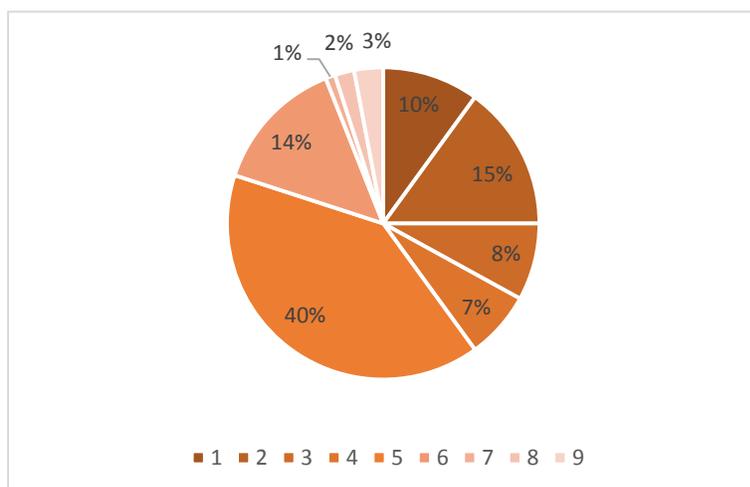
9. Pregunta: ¿En qué mes del año compra más peluches y detalles para obsequiar?

MES	RESPUESTA
Enero	4%
Febrero	0%
Marzo	15%
Abril	3%
Mayo	19%
Junio	15%
Julio	2%
Agosto	1%
Septiembre	30%
Octubre	1%
Noviembre	4%
Diciembre	6%



10. Pregunta: ¿Cuántas empresas conoce en el mercado que ofrezcan el servicio de peluches y detalles personalizados?

N° DE EMPRESAS	RESPUESTA
1	10%
2	15%
3	8%
4	7%
5	40%
6	14%
8	1%
9	2%
10	3%



## 1.2 Anexo 3: Índices de Precios al Consumidor

**DANE**  
INFORMACIÓN PARA TODOS

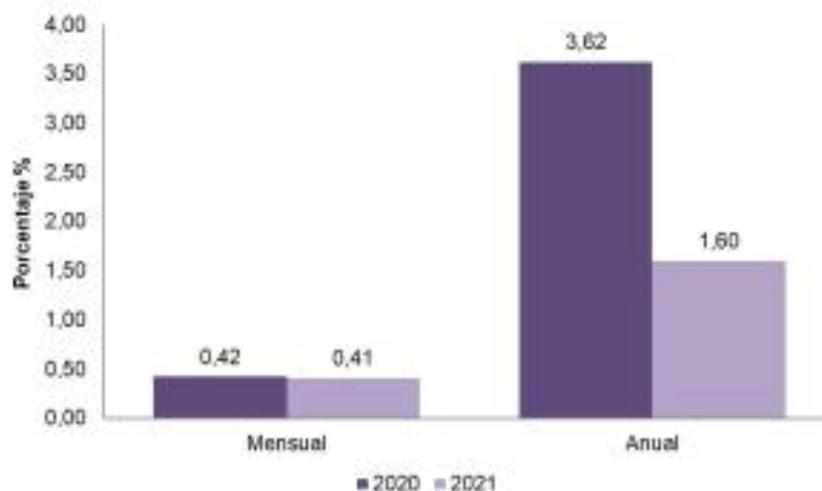
Bogotá  
5 de febrero de 2021

**Boletín Técnico**  
Índice de Precios al Consumidor (IPC)  
Enero 2021

### Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Enero 2021

**Gráfico 1. IPC Variaciones**  
Total nacional  
Enero 2020 - 2021



Fuente: DANE, IPC.

- Resultados del mes de enero
- Resultado anual
- Resultados según nivel de ingresos por criterio absoluto
- Información adicional
- Ficha metodológica
- Glosario



## Bibliografía

Alcaldía de Popayan . (s.f.). *Nuestra geografía*. Obtenido de alcaldía de poayan :

<http://popayan.gov.co/ciudadanos/popayan/nuestra-geografia>

Arenas, O. J. (2004). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de entretenimiento a partir del suministro de juguetes de peluche personalizados en Colombia*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Argibay, J. C. (2009). *Muestra en investigación cuantitativa*. Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.

Cámara del Comercio del Cauca. (2017). *Análisis del ambiente de inversión y oportunidades de negocio en el departamento del Cauca*. Popayán.

Cloter, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson educación.

Confecámaras. (2017). *Determinantes de la Supervivencia empresarial en Colombia*. Bogota.

Congreso de Colombia. (26 de Enero de 2006). *Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento*. Obtenido de

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1014\\_2006.html#:~:text=b\)%20Emprendedor%3A%20Es%20una%20persona,hacia%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20riqueza](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html#:~:text=b)%20Emprendedor%3A%20Es%20una%20persona,hacia%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20riqueza).

Congreso de la República. (2010). *Ley 1429 de 2010*. Bogotá. Obtenido de

[https://www.redjurista.com/Documents/ley\\_1429\\_de\\_2010\\_congreso\\_de\\_la\\_republica.aspx#/](https://www.redjurista.com/Documents/ley_1429_de_2010_congreso_de_la_republica.aspx#/)

Córdoba, P. M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: 2°. ed. Ecoe Ediciones.

Coria, I. D. (2008). El estudio de impacto ambiental: características y metodologías. *Sistema de Información Científica Redalyc*, 125.

DANE. (14 de AGOSTO de 2019). *Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda 2018*.

Obtenido de DANE : <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/presentaciones-territorio/190814-CNPV-presentacion-Resultados-generales-Cauca.pdf>

El Congreso de Colombia. (2020). *Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020: Por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia*. Bogotá. Obtenido de

<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>

El Espectador. (21 de febrero de 2018). *¿Cuál es la mayor preocupación de las pymes? La competitividad*. Obtenido de [www.elespectador.com](http://www.elespectador.com):

<https://www.elespectador.com/economia/cual-es-la-mayor-preocupacion-de-las-pymes-la-competitividad-articulo-740471>

Gaitán, I. (14 de enero de 2021). *Emprendimiento en Colombia: inicio de una nueva era*.

*Semana*. Obtenido de

<https://www.semana.com/emprendimiento/articulo/emprendimiento-en-colombia-inicio-de-una-nueva-era/311313/>

Galan, J. S. (s.f.). <https://economipedia.com/>. Obtenido de Plan de negocio:

<https://economipedia.com/definiciones/plan-de-negocio.html>

Gallardo, M. V. (25 de Enero de 2010). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de

*www.gestiopolis.com*: <https://www.gestiopolis.com/indicadores-financieros-para-la-evaluacion-de-proyectos-de-inversion/>

Gerencie. (20 de Noviembre de 2020). *Valor presente neto*. Obtenido de Gerencie.com:

<https://www.gerencia.com/valor-presente-neto.html#:~:text=El%20valor%20presente%20neto%20o,%20proyectados%20en%20una%20inversi%C3%B3n.>

Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2006). *Metodología de la investigación*.

México: The McGraw-Hill Interamericana.

Hidalgo, G. D. (2012). *Proyección financiera de evento Italy S.A., negocio comercial de*

*tarjeteria para eventos sociales en la ciudad de Guayaquil*. Quito-Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.

IMAE. (2020). *Indicador Mensual de Actividad Económica*. Cauca: Universidad Pontificia

Javeriana-Cali - Camara del Comercio del Cauca.

Innpulsa. (s.f). *¡Somos Innpulsa Colombia!* Obtenido de

<https://www.innpulsacolombia.com/nosotros>

Instituto Geográfico Agustín Codazzi. (s.f.). *Instituto Geográfico Agustín Codazzi*. Obtenido de

<https://geoportal.igac.gov.co>

Nuño, p. (7 de 07 de 2017). <https://www.emprendepyme.net/>. Obtenido de ¿Qué es un estudio de

mercado?: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>

- Olivares, D. (05 de Febrero de 2019). *Muypymes*. Obtenido de ¿Qué es un plan de negocio?: <https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio>
- Orellana, S. R. (2016). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de juguetes didácticos de madera, en la ciudad de Lojacantón Loja*. Loja-Ecuador: Universidad Nacional de Loja.
- Patiño, J. D., & Ruiz, A. A. (2018). El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible. *Espacios*.
- Portafolio. (24 de Julio de 2019). *Economía colombiana crecería por debajo del 3% en el 2019*. Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/economia/proyecciones-crecimiento-colombia-531855>
- Ramírez, C. M., & Vargas, V. S. (2013). *Estudio de viabilidad para la creación de una comercializadora de detalles para ocasiones especiales en la comuna 17 de la ciudad de Cali*. Santiago de Cali: Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.
- Rocha, M. C. (2016). *Metodología de la investigación*. Mexico: Progreso S.A de C.V.
- Santos, T. S. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. *Contribuciones a la Economía*.
- Secretaria del Senado. (2 de agosto de 2004). *ley 905 de 2004*. Obtenido de [www.secretariasenado.gov.co](http://www.secretariasenado.gov.co):  
[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0905\\_2004.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html)

Secretaria del Senado. (25 de 07 de 2007). *secretariassenado*. Obtenido de ley 1151 de 2007:

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1151\\_2007\\_pr001.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1151_2007_pr001.html)

Secretaria General del Senado de la Republica de Colombia. (2006). *ley 1014 de 2006*. Obtenido de Secretaria General del Senado de la Republica de Colombia:

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html)

Semana. (31 de julio de 2018). *Popayán: una ciudad sostenible, competitiva y turística*.

Obtenido de semana: <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/colombia-me-encantas-/articulo/popayan-como-ciudad/577456>

Westreicher, G. (06 de agosto de 2020). *Estrategia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>