

PROYECTO DE PRE-INVERSION DE CREACION DE EMPRESA DE DISEÑO INDUSTRIAL (MATERIAL POP) EN BOGOTA, COLOMBIA

PRE-DRAFT INVESTMENT COMPANY BUILDING INDUSTRIAL DESIGN (POP MATERIAL) IN BOGOTA, COLOMBIA

PAOLA ANDREA, BAHAMON GENE

Diseñadora industrial, Universidad Jorge Tadeo Lozano, freelance, Bogotá, Colombia
p_bahamongene@hotmail.es

RESUMEN

En este artículo se evidencia como es el proceso de creación de una empresa a través de un proyecto de pre-inversión. Una compañía nace cuando se tiene una idea de diseño y al mismo tiempo se identifican problemáticas de posibles clientes para brindarles una solución objetiva y eficiente al problema. Cuando se realiza un proyecto de este tipo, es necesario cumplir ciertos parámetros que servirán para el desarrollo de creación de sociedad y al mismo tiempo se puede identificar si se tendrá éxito en el futuro.

Los estudios inician con un estudio de mercado, con los cuales se elige el target, cerrando el mercado y enfocándose en un sector más pequeño. Se analizaron varios mercados y se decidió el sector de grandes superficies, debido a que estos espacios se prestan para trabajar con varias marcas y productos.

A partir de estos, se generan los estudios técnicos, en los cuales se evidencia el funcionamiento de la empresa y cómo brindara el servicio al cliente desde la entrada del proyecto hasta la entrega. Dentro de estos análisis también se identifica cual será el valor agregado de la compañía para diferenciarse del resto de las demás.

Por último, se realiza un análisis financiero, en el cual se identificó de cuanto sería la inversión y cuáles serían los gastos para que la empresa entre en funcionamiento. Esta investigación permite observar de cuánto es la utilidad y la rentabilidad dejada por la compañía a través de los años.

Palabras Claves: Emprendimiento, pre-inversión, empresa, creatividad, innovación, POP

ABSTRACT

This article shows the process of building a business through a pre-investment project. A company starts with a design idea and when you are able to identify issues for potential customers in order to provide an objective and efficient solution for them.

When a project of this type is performed, you must fulfill a set of parameters that will be used for the development of the society creation, these parameters help to identify if the society will be successful in the future.

Studies begin with market research which helped us select the target, closing the market and focusing on a smaller sector. We analyzed several markets and opted for the large-stores sector, since these scenarios are suitable to work with multiple brands and products.

From these retrieved data, technical studies are generated, in which we get evidence of the operation of the company and how the customer service will be provided, from the entry until the delivery of the project. Within these analyzes we also identified what will be the added value of the company to differentiate themselves from others.

Finally, we perform a financial analysis, in which we identified how much would be the investment and the associated costs in order for the company to be operational. This research allows us to observe how much is the utility and profitability left by the company through the years.

Key Words: Entrepreneurship, pre-investment, business, creativity, innovation, POP

INTRODUCCIÓN

Se define el “emprendimiento cultural como el proceso de la narración que media entre las poblaciones existentes de recursos empresariales y la adquisición posterior de capital y creación de riqueza” (Lounsbury y Glynn, 2001). Según esto, el emprendimiento crea personas que desean iniciar su propio negocio para generar sus recursos y al mismo tiempo pasar de empleados a ser empleadores.

De esta forma, se establece el cuestionamiento de: ¿Por qué es importante crear empresa?, debido a que aparte de ser un proceso de emprendimiento, la creación de una compañía brinda cierta libertad para lograr que los ingresos no dependan del tiempo de que se trabaja, es decir, la empresa debe dar los suficientes ingresos mensuales para la manutención y el sostenimiento sin tener que estar encadenado a tantas horas de trabajo laboral al día; la libertad misma permitirá ser dueño del tiempo.

Por consiguiente, se inicia con el proceso de emprendimiento, en el cual se realiza un proyecto de pre-inversión para la creación de una empresa de diseño industrial (material POP) en Colombia; que busca brindarle una solución creativa e innovadora a las necesidades de clientes potenciales.

El material POP (Point of Purchase) “es una categoría del Marketing que recurre a la publicidad puesta en los puntos de venta, busca generar una permanencia de la marca recurriendo a una gran variedad de objetos donde se puede imprimir o estampar información de la empresa o producto” Red grafica Latinoamérica, 2011).

Una de las ventajas del POP es que facilita a las empresas, que desean lanzar un nuevo producto, lograr posicionamiento en el mercado, de una manera económica y rentable para la introducción al nicho. Por otro lado, cuando se tiene una empresa o producto ya posicionado, se utiliza el POP para fidelizar al cliente. Al realizar un buen estudio del usuario y de la empresa se puede lograr a través del material un reconocimiento de marca que perdure en el tiempo.

Al crear una empresa se deben tener en cuenta ciertos parámetros para su realización, en el que se identifican los posibles mercados objetivos, esto con el fin de cerrar el nicho y enfocarse en un sector más pequeño de la población. De esta forma, se tendrán clientes definidos y la compañía podrá solucionar todos sus problemas respecto al diseño de manera más eficiente y creativa posible.

Por otro lado, se desarrollan estudios técnicos con los cuales se determina cómo es el funcionamiento de la empresa. Dentro de estos análisis está explícito que beneficios tendrá el usuario cuando elija la empresa como opción de diseño. Estos se ven reflejados en facilidades de pago, precios cómodos y finalmente combos de diseño, que le dan el valor agregado al nuevo proyecto; con estas características se espera atraer más clientes y lograr fidelización en esta.

Para terminar, se realizan estudios financieros en los cuales se evalúa la inversión inicial con sus respectivos gastos. A través de estos análisis se identifica cuánto es el monto inicial y si es necesario pedir préstamos para lograr su constitución.

Dentro del sector del diseño industrial se observan grandes, medianas y pequeñas empresas dirigidas al trabajo del material POP; estas trabajan con ciertos parámetros, que aunque brindan facilidades a las necesidades de los clientes, no logran la permanencia en dichas compañías. Por esta razón, se presentan precios altos y muchos de los futuros interesados no pueden adquirir el servicio. Estos costos no siempre se ven reflejados en la calidad del producto final, por esta razón, dichas compañías pierden clientes potenciales.

Otro de los problemas, en las empresas de diseño, es que tienen pocas facilidades de pago; “muchas de estas firmas piden a los clientes pagos del 50% anticipado sin antes ver propuestas ni entregables primarios o desembolsos en la totalidad del proyecto al inicio” (disseny, 2005). Este tipo de pagos produce en el usuario desconfianza porque no se le ha demostrado todas las capacidades que puede tener la empresa, siendo causal de rechazo por parte del cliente.

Por último, se puede evidenciar que en muchas de estas compañías no se trabaja con promociones, es decir, no le brindan a los demandantes combos o facilidades de uso de los portafolios de dichas empresas, para incentivarlos a trabajar con ellos. Estos combos a su vez pueden significar para el cliente economía al momento de empezar a desarrollar el proyecto.

La creación de empresa es un proceso de emprendimiento que consiste en aquellas actitudes o aptitudes que deben tener las personas, un nuevo proyecto o darle un valor agregado a un producto ya existente. Dar el paso a crear empresa cambia

totalmente el estilo de vida de las personas, pasando de ser empleados a ser empleadores. Otro de los beneficios del emprendimiento empresarial es la responsabilidad adquirida de su propio tiempo y de sus recursos.

En el mercado del diseño industrial en Colombia, se ven muchas compañías que quieren captar clientes de forma que no les brindan facilidades de uso con la empresa, a raíz de esto es necesario crear una firma que satisfaga las necesidades de los usuarios con buenos precios, facilidades de pago y combos promocionales añadiendo al diseño un alto nivel de innovación y creatividad.

Al desarrollar un proyecto de pre-inversión para la creación de una empresa nueva se deben tener en cuenta tres estudios que proyectan su éxito a futuro. Se inició con una identificación del mercado objetivo; en el cual se realizaron estudios al sector de grandes superficies, debido a que en estos lugares se encuentran varias marcas en un solo lugar, es un espacio propicio para que la empresa incursione con puntos de venta, góndola, stands, exhibición, etc.

Estas grandes superficies permiten a la empresa trabajar con diferentes productos y al mismo tiempo mostrar creatividad e innovación realizando propuestas incomparables a cada uno de los bienes.

Por otro lado, se realizaron estudios técnicos, lo cuales determinaron el funcionamiento de la empresa; para estos análisis se tuvo en cuenta los beneficios que dará la empresa a los futuros clientes y cómo será la presentación de la firma a los nuevos usuarios. Este análisis fue fundamental para conocer el servicio y la función, a continuación se explican los pasos del proceso de atención al cliente. El proceso se realizara de la siguiente manera

1. Presentar al cliente el portafolio de la empresa, con todos los servicios.
2. Identificar las necesidades del cliente por solventar.
3. Presentar propuestas y bocetación de las necesidades mencionadas.
4. Dar plazos para diseñar propuestas innovadoras y creativas.
5. Visitas programadas para mostrar avances de los diseños.
6. Correcciones según cliente.
7. Entrega final del trabajo.
8. Evaluación y control del trabajo.

Con el listado anterior se puede determinar un proceso minucioso del trabajo hecho por la empresa para satisfacer la necesidad del cliente, la atención y el buen servicio es fundamental para la obtención de nuevos usuarios. Es importante brindarles facilidades de pago, descuentos, promociones y beneficios para fidelizarlos con la firma.

Por último, se realizan los estados financieros, en los cuales se tienen en cuenta los costos iniciales del proyecto con sus respectivos gastos. Dentro de los costos se encuentran compra de computadores, impresoras, tabla digitalizadora, escritorios, mesas de bocetación, papelería, medios de transporte, pago de servicios, arriendo e internet, entre otros. A partir de todas estas variables se puede identificar de cuánto será la inversión inicial para poner en funcionamiento la empresa.

1. ESTUDIO DE MERCADO

El concepto de mercado se define como “el grupo de personas y organizaciones (personas morales) con necesidades y deseos por satisfacer y el dinero o la capacidad crediticia para comprar” (Leytte, 2003). Para segmentar el mercado es necesario clasificarlo por:

- Extensión geográfica
- Dimensión actual y posible dimensión futura
- Capacidad de compra
- Estilo de vida

A partir de lo anterior, en Bogotá el crecimiento del diseño ha aumentado en los últimos años, en donde las empresas están interesadas en como sus futuros clientes los ven y los perciben. Las nuevas tendencias y el avance del mundo contemporáneo llevan a las empresas a estar innovando continuamente para atraer más clientes y lograr fidelidad de los existentes. Teniendo en cuenta esto las compañías buscan dentro del mercado de oferentes la mejor opción para resaltar sus necesidades. Es en este momento cuando la firma presta sus servicios al mercado; es importante definir un cliente potencial y fijo para el sostenimiento de la misma.

Al realizar los estudios previos de mercado, se decidió trabajar con las grandes superficies que se definen como “un establecimiento comercial basado en un sistema de libre servicio; el cliente elige, y se requiere, por tanto, el envasado o empaquetado previo. El producto lleva el precio marcado y esto permite al cliente vigilar más fácilmente las oscilaciones” (Peris, 2006). Estos lugares tienen muchas ventajas para los usuarios como lo son:

- La caja se encuentra al final del trayecto, lo que permite una exploración amplia de todo el espacio.
- Mayor rapidez en la operación compraventa.
- Limpieza e higiene.
- Montaje de góndolas.
- Mayor número de clientes por local, debido a que hay precios más bajos.
- Se presenta una alta competitividad entre marcas, utilizando diferentes medios para sobresalir entre los usuarios.

Las grandes superficies tienen una dimensión entre 500 a 2800 metros cuadrados, dentro de este espacio todos los productos se encuentran organizados de manera accesible para el usuario. En los establecimientos se pueden observar diferentes secciones como los son: aseo y belleza, carnicería, verduras y frutas, charcutería, panadería, licores, tecnología, ropa, entre otros. Estos lugares son de gran nivel, en el cual se ve representado calidad y servicio; es por esta razón que cada producto debe personalizar a su marca y hacerla distinguir entre todas las demás.

A continuación se muestra una tabla en donde se puede observar el número de grandes superficies en Colombia.

Tabla 1. Numero de grandes superficies en Colombia

Grande Superficie	# de grandes superficies en Bogotá
Éxito	22 almacenes
Jumbo	9 almacenes
Alkosto	4 almacenes

Fuente: Elaboración propia

Con la tabla anterior, se puede identificar que en Bogotá se encuentran 35 almacenes que les ofrecen a los usuarios comodidades y ventajas al momento de comprar. Se debe tener en cuenta que estas cadenas son las más representativas en la ciudad y en la que muchas personas asisten a comprar. En muchas de estas superficies se evidencia un gran número de publicidad y puntos de venta de cada una de las marcas, estas zonas lúdicas que van cambiando constantemente dependiendo de la temporada, permiten al usuario una visión más amplia de cada uno de los productos y así seleccionar la que más se apropie a su gusto personal.

Otro aspecto importante, de las grandes superficies, es que utilizan un diseño de interiores sutil, con techos falsos y sonidos para hacer más comfortable la visita de los clientes; esto permite que no haya ningún afán por parte del usuario y pueden tomarse su tiempo en cada una de las secciones que ofrece la superficie.

A continuación, se presentara un estudio de cada uno de los almacenes para identificar los posibles espacios dentro de la superficie para intervenir.

1.1. ÉXITO

“Los almacenes éxitos abrieron sus puertas por primera vez a los usuarios en el año 1949, en Medellín, como sede principal. En 1980 llegó el primer éxito a Bogotá ubicado en la calle 80”. A partir de este crecimiento decidieron expandirse a diferentes ciudades de Colombia siguiendo con Cali. (Diario el Tiempo, 2010)

En los almacenes éxito, “se venden diferentes productos, empezando con mercado, salud y belleza, mundo bebés, tecnología, electro hogar, deportes y entretenimiento, hogar y decoración, muebles, entre otros.” (Éxito, 2014) Cada uno de estos espacios ofrece a los usuarios experiencias únicas de compra, en donde todos los productos se encuentran organizados de manera estratégica para captar la atención del cliente. Para beneficio de los usuarios se ofrecen en el transcurso del recorrido pasa bocas

de nuevos productos que vayan a lanzar al mercado; esto produce en el cliente satisfacción y confortabilidad para terminar de hacer el mercado.

Algunas de las marcas que vende éxito son: Nestle, Milo, Familia, Poise, Ariel, Fruco, Zenu, Colcafe, Purina, Maggie, entre otros. Esta serie de marcas, permiten trabajar con ellas individualmente para aumentar sus ventas a través del diseño industrial.

1.2. JUMBO

“Jumbo es una cadena de supermercados chilena, con presencia también en Argentina y Colombia, perteneciente al consorcio empresarial Cencosud. En la ciudad de Bogotá el almacén entra en el 2012 en remplazo de la cadena Carrefour” (El heraldo, 2012). Esta superficie, presenta espacios amplios con ubicaciones específicas para cada uno de los productos y sus marcas. Se ofrecen al público productos como: mercado, pescados y mariscos, productos importados y sección hogar.

En cada una de las secciones del supermercado, se observa utiliza en las góndolas de presentación que facilita el agarre de los productos por parte del comprador. Entre las marcas que se ofrecen a los clientes se encuentran: Margarita, Colanta, Ranchera, Pedigre, Alqueria y algunas de las importadas como Pfanner y Jack Daniels entre otros. Al existir dentro del mercado tantas marcas, se debe hacer publicidad para que cada uno tenga su reconocimiento propio.

1.3. ALKOSTO

Alkosto comienza su primer negocio en Colombia en 1.987. Su primer almacén estuvo ubicado en la Carrera 30 con Calle 10, en Bogotá. Posteriormente, se abrieron camino en diferentes ciudades de Colombia. Este almacén, se dedica a la venta de electrodomésticos, mercado, llantas, motos y productos para el hogar. Tiene una característica y es que en el mercado se vende al por mayor muchos de sus productos esto brinda al usuario una percepción de economía al comprar más y pagar menos. Presentan espacios amplios en donde los usuarios pueden caminar libremente a observar cada uno de los productos ofrecidos.

Alkosto, maneja marcas como, Kalley, Panasonic, Apple, Bosse, Sony, entre otras. Estas marcas de tecnología presentan stand convencionales para exhibir los diferentes equipos; es necesario diseñar puntos de venta acordes a lo que se está vendiendo “innovación”.

Al realizar el estudio de cada una de las empresas potenciales, se puede observar las tres superficies tienen cosas en común, como lo son los espacios amplios, las

diferentes marcas y productos que ofrecen y la forma como están ubicadas las góndolas. Es necesario que cada uno de estos lugares imponga un diseño innovador no solo de la superficie, sino también de cada uno de los productos que ofrece.

Es importante nombrar, que en el campo del diseño existe competencia por esta razón es indispensable generar valor agregados a los productos que se vendan para impulsar la marca. Se realizó un análisis de benchmarking en el cual se estudió a las principales empresas de diseño en la ciudad de Bogotá. A partir de esto, se sacaron referencias de cada una de ellas para adaptarlas a la futura empresa y mejorar la calidad y productividad de la misma.

Tabla 2. Competencia

CARACTERISTICAS	STRAZA	SAVIV PUBLICIDAD	SBURY MARKETING
Valores corporativos	Responsabilidad, compromiso, creatividad, honestidad.	Ética, honestidad, cooperación, compromiso y responsabilidad.	Compromiso, lealtad, transparencia y servicio.
Productos	Soluciones de imagen, soluciones de exhibición, soluciones de marca.	Grandes superficies, tiendas por departamento, belleza, alimentación, entre otros.	Libretas, esferos, cuadernos, sombrillas, termos, entre otros.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Bavaria • Jumbo • Carulla • Éxito • Alpina 	<ul style="list-style-type: none"> • Archies • BBVA • Avianca • Bulevar • El corral 	<ul style="list-style-type: none"> • Dream cupcakes • RAB • Claudia de Cadena

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se evidencia que cada una de estas empresas posee experiencia, reconocimiento y brinda seguridad ante los clientes, sin embargo, son empresas que con su larga trayectoria y como se mencionó anteriormente sus precios son elevados limitando y sesgando la demanda. Es importante que la empresa entre a competir con precios razonables y con innovación de diseño y con un plus diferenciador ante las demás compañías.

La empresa en crecimiento utilizará como estrategia los precios y el buen diseño buscando solucionar la necesidad del cliente de manera eficiente y eficaz, sin malgastar recursos para lograr un equilibrio con el medio ambiente. Las estrategias de promoción se basará en empezar a lograr un reconocimiento de la marca en lugares estratégicos en los cuales se puedan ofrecer los servicios; es importante realizar entregables llamativos para generar recordación en los posibles clientes.

A parte de hacer visitas personales con futuros consumidores es importante trabajar junto con las redes sociales que en los últimos años han tenido un gran auge en el sector de las empresas en crecimiento y ayudan a encontrar clientes de manera más eficiente.

2. ESTUDIOS TECNICOS

Dentro de los estudios técnicos, se mostrara el funcionamiento que tendrá la compañía internamente para la construcción de cada uno de los proyectos. Es importante mencionar que la sociedad al estar conformada solo por dos integrantes será una empresa SAS (Sociedad por Acciones Simplificadas), es decir, que su capital social se divide en acciones y no existe límite de integrantes en la organización; esto es importante debido a que a futuro se busca una expansión de la compañía.

De acuerdo con Guiltian y Paul, “el análisis de factibilidad técnica es el proceso de determinar los requisitos técnicos para diseñar y producir el concepto” (Guiltinan y Paul, p 187). Este estudio es fundamental para conocer cómo será el servicio y como funcionara técnicamente la empresa.

El servicio al cliente, es uno de los factores principales para lograr fidelización con la compañía. Es así, que se presenta a continuación como sería el servicio ofrecido por la empresa a sus usuarios, desde su inicio hasta el final que concurriría en un entregable.

- **Muestra de portafolio al cliente:** El portafolio de productos es importante en la empresa, debido a que a través de este se muestran las capacidades innovadoras y creativas por parte de la compañía. Es fundamental, mostrar allí trabajos realizados, la capacidad de diseño 3D y calidad de render. Estos últimos ítems son importantes, porque a través de estos se puede identificar como quedara el producto final.
- **Identificar las necesidades del cliente:** La empresa debe estar en la capacidad de identificar la problemática y brindarle una solución objetiva al problema. Es importante ir de la mano con el cliente, es decir, el interesado por lo general tiene ideas para solventar el problema; es importante tenerlas en cuenta para el entregable final.
- **Presentar propuestas y bocetación:** Ya cuando se tiene la problemática clara es necesario empezar a generar posibles propuestas y estas mismas representarlas en bocetos. Estos bosquejos deben ser presentados al cliente para generar aprobación por parte de él.
- **Plazos para entregar propuestas:** Al tener ciertas propuestas aprobadas o que se acercan a la solución del problema, es importante concretar con el cliente tiempos para realizar las adecuaciones necesarias para el entregable final.

- Visitas programadas: Como se ha planteado anteriormente, es muy importante estar en contacto con el cliente y que este enterado de lo que se está realizando. Debe ser un trabajo conjunto para lograr el éxito del proyecto.
- Correcciones según cliente: después de realizar las visitas programadas y se tengan correcciones por parte del cliente, es fundamental darle pronta solución a cada uno de ellos. Estas adecuaciones brindaran al proyecto una elaboración óptima que lograra en el usuario satisfacción al tener un producto atractivo para sus futuros compradores.
- Elaboración de prototipo: en esta fase cuando ya se han hecho correcciones y se tiene una propuesta definitiva, es necesario generar un prototipo a escala menor para que el cliente observe como va a quedar definitivamente el producto final. Esto acercara más a la realidad el producto final.
- Entrega final del trabajo: Después de realizar las visitas al cliente, las correcciones respectivas y la muestra del prototipo; se procede a entregar el proyecto final instalado en donde sea requerido por el comprador.
- Evaluación y control: Esta es la parte final del proyecto, en el cual, después de entregado, es necesario hacer un control de cómo va el proyecto instalado. Esta acción por parte de la empresa generara sentimiento de acompañamiento hasta el final del proceso.

La empresa, brindara facilidades de pago a sus clientes generando tres pagos a lo largo del proyecto uno al principio, uno en la mitad y el último al final de la entrega. Organizado así,

- Pago inicial: 33%
- Pago secundario: 33%
- Pago final: 34%

Estos tres pagos permitirán en el cliente darle más tiempo para girar el dinero.

El plus de la empresa, es brindarle beneficios a los clientes empezando por los pagos, como se mencionó anteriormente se harán tres pagos para darles más tiempo al momento del pago. Otro de los beneficios será “combos de diseño” en los cuales los usuarios podrán elegir paquetes a menor precio pero con alta creatividad e innovación. Algunos se mencionaran a continuación,

- “Combo 1”: broshure, tarjetas de presentación, afiches.
- “combo 2”: estampados en pocillos, lapiceros, camisetas.
- “combo 3”: Diseño de imagen, punto de venta
- “combo 4”: stands y broshure.
- “combo 5”: agendas, cuadernos, maletines.

Estos combos de diseño, serán el plus que ofrece la empresa para atraer clientes y fidelizarlos con la compañía.

3. ESTUDIOS FINANCIEROS

Dentro del análisis financiero, como primera medida se realizó una tabla general con todos los gastos necesarios para la creación de la empresa.

Tabla 3. Elementos necesarios para creación de empresa

Elemento	Cantidad anual	PRECIO unitario	PRECIO TOTAL	comentario
EQUIPOS DE OFICINA			\$ 14.968.000	
Computadores MAC	2	4.600.000	\$ 9.200.000	
portatil MAC	1	2.300.000	\$ 2.300.000	
televisor	1	1.500.000	\$ 1.500.000	
tableta digitalizadora	1	800.000	\$ 800.000	
impresora laser	1	300.000	\$ 300.000	
papelera	1	18.000	\$ 18.000	
mueble organizador	1	190.000	\$ 190.000	
silla	3	60.000	\$ 180.000	
escritorio	1	450.000	\$ 450.000	
tablero borrable (medio pliego)	1	30.000	\$ 30.000	
PAPELERIA			\$ 578.000	
repuestos tinta	2	70.000	\$ 140.000	
resma de papel tamaño carta	12	13.000	\$ 156.000	
set esferos (4 colores)	12	6.000	\$ 72.000	
set marcadores (4 colores)	12	15.000	\$ 180.000	
carpetas	20	1.500	\$ 30.000	
UTILES DE ASEO			\$ 810.400	
ambientador	1	25.000	\$ 25.000	
repuestos ambientador	12	20.000	\$ 240.000	paquete 2 repuestos
suministros aseo	12		\$ -	
detergente	12	8.700	\$ 104.400	
papel higienico	12	12.000	\$ 144.000	paquete 12 rollos
jabon	12	7.000	\$ 84.000	paquete 3 jabones
trapos	12	6.000	\$ 72.000	paquete 2 trapos
trapero	2	11.000	\$ 22.000	
guantes	6	6.500	\$ 39.000	
bolsas basura	12	5.000	\$ 60.000	paquete 10 bolsas
escoba	2	10.000	\$ 20.000	

CAFETERIA			\$ 550.800		
suministros cocina	12	20.000	\$	240.000	
tinto	12	4.600	\$	55.200	
agua	12	5.000	\$	60.000	
aromaticas	12	7.800	\$	93.600	caja 30 sobres
galletas	12	6.000	\$	72.000	
azucar	12	2.500	\$	30.000	
ARRENDAMIENTO			\$ -		
arriendo	12	0	\$	-	
ADMINISTRACION			\$ 1.200.000		
SERVICIOS PUBLICOS			\$ 5.964.000		
agua	12	70.000	\$	840.000	
luz	12	87.000	\$	1.044.000	
paquete internet, telefonía, tv	12	150.000	\$	1.800.000	
plan celular	12	190.000	\$	2.280.000	
NOMINAS			\$ 39.000.000		
salario contador	6	700.000	\$	4.200.000	
salario gerente	12	2.000.000	\$	24.000.000	
salario diseñador grafico	12	900.000	\$	10.800.000	
GASTOS GENERALES			\$ 840.000		
transporte	12	70.000	\$	840.000	
TOTAL			\$	63.911.200	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior, se evidencia una columna de los elementos necesarios para la constitución de la empresa, por otro lado las cantidades requeridas durante todo el año, se demuestra un valor unitario de cada uno de los productos y un valor total anual de cada uno de los implementos. Finalmente, se puede observar que se necesita una inversión de \$63.911.200 pesos anual.

Al ser un valor alto de dinero para iniciar la empresa se decide pedir un préstamo al banco; para esto se realizó una tabla en la cual se seleccionan los elementos primordiales y que se necesitan de primera urgencia para iniciar con la empresa.

Tabla 4. Préstamo inicial

ELEMENTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
computadores MAC	1	4600000	\$ 4.600.000
portatil MAC	1	2300000	\$ 2.300.000
impresora laser	1	300000	\$ 300.000
resma	1	13000	\$ 13.000
set esferos	1	6000	\$ 6.000
set marcadores	1	15000	\$ 15.000
tablero	1	30000	\$ 30.000
escritorio	1	450000	\$ 450.000
ambientador	1	25000	\$ 25.000
sillas	2	60000	\$ 120.000

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla de anterior, entonces se evidencia que la cuota mensual que se debe pagar al banco es de \$1.085.617 pesos por 24 meses. Se observa que al finalizar los dos años se ha pagado una suma de \$26.054.803 pesos sumando los intereses del 1,4% exigidos por el banco.

A continuación se realiza un estado de resultados en donde se aproxima la utilidad y la rentabilidad que se tendrá a partir desde el inicio de la empresa.

Tabla 6. Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS		
	PERIODO 1	PERIODO 2
VENTAS O INGRESOS OPERACIONALES	\$ 64.472.023	\$ 64.472.023
COSTOS DE VENTAS	\$ 22.896.800	\$ 22.896.800
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 41.575.223	\$ 41.575.223
GASTOS OPERACIONALES	\$ 35.172.800	\$ 32.033.600
Gastos de Administracion	\$ 28.200.000	\$ 28.200.000
Gastos Generales	\$ 3.979.200	\$ 840.000
Depreciacion equipos de oficina	\$ 2.993.600	\$ 2.993.600
UTILIDAD OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTOS	\$ 6.402.423	\$ 9.541.623
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.942.871	\$ 1.111.932
GASTOS NO OPERACIONALES		
INGRESOS NO OPERACIONALES		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 3.459.552	\$ 8.429.691
PROVISION DE IMPUESTOS	\$ 1.210.843	\$ 2.950.392
UTILIDAD NETA	\$ 2.248.709	\$ 5.479.299

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior se puede observar que para el primer año, y después de pagar las cuotas de este, queda una utilidad neta de \$2.248.709 pesos y para el segundo año se observa una utilidad neta de \$5.479.200; es necesario mencionar que para el año dos ya se ha terminado de pagar el préstamo del banco y por eso la utilidad es mayor.

Se debe tener en cuenta, que los equipos que se adquirirán se deprecian, esta será de 10 años con un valor anual de \$2.993.600 pesos.

En la siguiente tabla se encuentra el estado de costos, en él se identifica los costos de producción que se tendrán en la empresa en el año uno y respectivamente en el año dos.

En la siguiente tabla, se puede evidenciar una proyección de utilidades a 5 años y respectivamente su valor presente neto y tasa interna de retorno de la empresa.

Tabla 7. VPN-TIR

Conversion de tasas						
meses	años					
12	1	periodos				
1,40%		interes del banco				
$(1+1,4)^{12}$	$(1+i)^1$					
	16,5246%	interes equivalente				
Calculo del WACC (tasa de retorno)						
deuda	100,0000%	\$ 22.000.000				
capital	0,0000%	\$ -				
tasa fiscal	35,0000%					
costo del capital	20,0000%					
costo financiero	16,5246%		WACC =	10,74%		
cálculo del VPN y comparación coontra la inversión						
			UTILIDADES			
			PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4
inversion	\$ (22.000.000)	\$ 2.248.709	\$ 5.479.299	\$ 13.000.000	\$ 10.000.000	\$ 12.000.000
VPN =	\$ 29.925.152					
TIR =	21,384%					

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior, se evidencia que las utilidades proyectadas a 5 años van aumentando año a año; lo que da como resultado un valor presente neto de \$29.925.152, al dar positivo el monto nos indica que habrá un incremento equivalente al monto inicial y que la compañía aumentara su riqueza; por otro lado, se evidencia que es viable su desarrollo.

Respecto a la rentabilidad se puede observar que la TIR da un resultado del 21,384%, por encima de la rentabilidad del proyecto que es de un 20%; esto nos indica que hay rentabilidad en el proyecto y que generara utilidades a futuro.

En la siguiente tabla se encuentra el estado de costos, en él se identifica los costos de producción que se tendrán en la empresa en el año uno y respectivamente en el año dos.

Tabla 8. Estado de costos

ESTADO DE COSTOS		
	PERIODO 1	PERIODO 2
MATERIALES UTILIZADOS	\$ -	\$ -
Inventario Inicial	\$ -	\$ -
Compras Netas	\$ 146.520	\$ 146.520
Materiales Disponible Produccion	\$ -	\$ -
Inventario Final	\$ -	\$ -
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 10.800.000	\$ 10.800.000
Salarios (incluido carga prestacional)	\$ 10.800.000	\$ 10.800.000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 12.096.800	\$ 12.096.800
Otros Costos Directos	\$ 9.103.200	\$ 9.103.200
Depreciacion Infraestructura	\$ 2.993.600	\$ 2.993.600
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 22.896.800	\$ 22.896.800
Inventario Inicial de Productos en Proceso	\$ -	\$ -
Inventario Final de Productos en Proceso	\$ -	\$ -
COSTOS DE PRODUCTOS TERMINADOS	\$ 22.896.800	\$ 22.896.800
Inventario Inicial de Productos Terminados	\$ -	\$ -
Inventario Final de Productos Terminados	\$ -	\$ -
COSTOS DE VENTAS	\$ 22.896.800	\$ 22.896.800

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior, se observa lo que se debe tener en cuenta para sacar el costo de ventas; se debe tener en cuenta las compras netas, la mano de obra directa, los costos indirectos de fabricación, los costos de producción y los costos de productos terminados. Al tener dichos costos se obtiene los costos de ventas, que en este caso en particular da un precio de \$22.896.800 pesos. Este resultado nos indica que el costo de producción que tendrá la empresa en estos dos primeros años.

En las siguientes tablas, se encuentra el flujo de caja mes a mes por dos años. En el primer año teniendo en cuenta que se empieza a pagar el préstamo de \$22.000.000 de pesos otorgado por el banco, se observa que el saldo neto en caja empieza con \$7.032.000 y va disminuyendo hasta quedar en el mes 12 con un valor de \$4.121.422 pesos; es importante tener en cuenta que para pagar estas cuotas al banco la empresa debe hacer ventas mensuales de aproximadamente \$5.372.669 pesos.

Tabla 9. Flujo de caja año 1

ESTADO DE FLUJO DE CAJA AÑO 1													
	etapa 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
(+) SALDO INICIAL EN EFECTIVO		\$ 7.032.000	\$ 6.789.452	\$ 6.546.904	\$ 6.304.355	\$ 6.061.807	\$ 5.819.259	\$ 5.576.711	\$ 5.334.163	\$ 5.091.614	\$ 4.849.066	\$ 4.606.518	\$ 4.363.970
INGRESO EN EFECTIVO	\$ 22.000.000	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669
Prestamo de Bancos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inyeccion de capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventas de Contado	\$ -	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669
(-) EGRESO EN EFECTIVO	\$ 14.968.000	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217
Compra de Activos	\$ 14.968.000												
Compra de papeleria		\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500
Suministros de aseo		\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200
Suministros de cafeteria		\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900
Pago de Prestamos		\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617
Compra de Materia Prima													
Pago de Nomina		\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000
Pago de Gastos de Administracion		\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000
Pago de Gastos Generales		\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000
Pago de Impuestos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SALDO FINAL EN EFECTIVO	\$ 7.032.000	\$ 6.789.452	\$ 6.546.904	\$ 6.304.355	\$ 6.061.807	\$ 5.819.259	\$ 5.576.711	\$ 5.334.163	\$ 5.091.614	\$ 4.849.066	\$ 4.606.518	\$ 4.363.970	\$ 4.121.422
(+) SALDO MINIMO DE CAJA													
(-) FINANCIACION													
(-) INVERSION													
SALDO NETO CAJA	\$ 7.032.000	\$ 6.789.452	\$ 6.546.904	\$ 6.304.355	\$ 6.061.807	\$ 5.819.259	\$ 5.576.711	\$ 5.334.163	\$ 5.091.614	\$ 4.849.066	\$ 4.606.518	\$ 4.363.970	\$ 4.121.422

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla se observa el flujo de caja del años dos, en esta se evidencia que para el mes 13 iniciando el segundo año, se empieza pagando al banco un saldo neto de caja de \$2.668.030 de pesos y va disminuyendo hasta llegar a cero en el mes 24, esto quiere decir, para la finalización del segundo año ya se ha pagado el préstamo del banco. Es importante destacar que las ventas mensuales que debe hacer la empresa se mantienen en \$5.372.669 de pesos. Al tener estas ventas la empresa puede pagar el préstamo del banco y al mismo tiempo mantener la empresa en un punto de equilibrio que aunque la utilidad es baja se logra conservar.

Tabla 10. Flujo de caja año 2

ESTADO DE FLUJO DE CAJA AÑO 2													
		mes 13	mes 14	mes 15	mes 16	mes 17	mes 18	mes 19	mes 20	mes 21	mes 22	mes 23	mes 24
(+) SALDO INICIAL EN EFECTIVO		\$ 4.121.422	\$ 2.668.030	\$ 2.425.482	\$ 2.182.934	\$ 1.940.386	\$ 1.697.837	\$ 1.455.289	\$ 1.212.741	\$ 970.193	\$ 727.645	\$ 485.096	\$ 242.548
INGRESO EN EFECTIVO	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669
Prestamo de Bancos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inyeccion de capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventas de Contado	\$ -	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669	\$ 5.372.669
(-) EGRESO EN EFECTIVO		\$ 6.826.060	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217	\$ 5.615.217
Compra de Activos													
Compra de papeleria		\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500	\$ 105.500
Suministros de aseo		\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200	\$ 111.200
Suministros de cafeteria		\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900	\$ 45.900
Pago de Prestamos		\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617	\$ 1.085.617
Compra de Materia Prima													
Pago de Nomina		\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000
Pago de Gastos de Administracion		\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000
Pago de Gastos Generales		\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000	\$ 667.000
Pago de Impuestos		\$ 1.210.843	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SALDO FINAL EN EFECTIVO		\$ 2.668.030	\$ 2.425.482	\$ 2.182.934	\$ 1.940.386	\$ 1.697.837	\$ 1.455.289	\$ 1.212.741	\$ 970.193	\$ 727.645	\$ 485.096	\$ 242.548	\$ 0
(+) SALDO MINIMO DE CAJA													
(-) FINANCIACION													
(-) INVERSION													
SALDO NETO CAJA		\$ 2.668.030	\$ 2.425.482	\$ 2.182.934	\$ 1.940.386	\$ 1.697.837	\$ 1.455.289	\$ 1.212.741	\$ 970.193	\$ 727.645	\$ 485.096	\$ 242.548	\$ 0

Fuente: Elaboración propia.

Para finalizar, el estudio financiero se realizó un balance general, en el cual se determinan los activos, pasivos y patrimonio que posee la empresa.

Tabla 11. Balance general

ESTADO BALANCE GENERAL			
	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2
ACTIVOS			
ACTIVO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ -
Capital de Trabajo	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVOS FIJOS	\$ 14.968.000	\$ 17.961.600	\$ 17.961.600
Equipos de oficina	\$ 14.968.000	\$ 14.968.000	\$ 14.968.000
Depreciaciones		\$ 2.993.600	\$ 2.993.600
ACTIVOS NOMINALES	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 14.968.000	\$ 17.961.600	\$ 17.961.600
	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2
PASIVO Y PATRIMONIO			
PASIVOS	\$ 11.915.469	\$ 11.295.374	\$ 14.865.861
PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ 11.295.374	\$ 14.865.861
Obligaciones Financieras		\$ 10.084.531	\$ 11.915.469
Impuestos tasas y Gravámenes		\$ 1.210.843	\$ 2.950.392
PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 11.915.469	\$ -	\$ -
Obligaciones Financieras LP	\$ 11.915.469	\$ -	
PATRIMONIO	\$ -	\$ 2.248.709	\$ 7.728.008
Aporte Social	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidades Netas		\$ 2.248.709	\$ 5.479.299
Utilidades Acumuladas			\$ 2.248.709
Reservas			
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 11.915.469	\$ 13.544.083	\$ 22.593.869
Diferencias	\$ 3.052.531	\$ 4.417.517	\$ (4.632.269)

Fuente: Elaboración propia

En el balance se puede observar que los activos totales de la empresa se encuentran en un valor de \$14.968.000 pesos, dentro de estos activos se encuentran los computadores, muebles y enseres y se debe tener en cuenta la depreciación. Por otro lado, se encuentran los pasivos que son las deudas que tiene la empresa, este coste se encuentra en \$11.915.469 pesos, dentro de este precio se encuentran los pasivos corrientes, los interés y las obligaciones financieras. Por último, se encuentra el patrimonio, en el cual se observa el capital perteneciente a la empresa, dentro de este se encuentra y se debe tener en cuenta el aporte social y las utilidades netas y acumuladas para el año 1 se presentan un total de \$13.544.083 pesos y para el año 2 un valor de \$22.593.869.

4. CONCLUSIONES

La creación de empresa es un proceso de emprendimiento, que permite en los seres humanos forjar virtudes de responsabilidad y auto superación; es un proceso que empieza con una idea de diseño, convirtiéndose así en un proyecto de vida.

Un proyecto de pre-inversión, permite desarrollar diferentes estudios que ayudan a realizar una investigación sobre los posibles mercados a intervenir, el funcionamiento de la empresa y por último los análisis financieros; al desarrollar los tres estudios se evidencia la viabilidad de la empresa.

Al cerrar el nicho y enfocarse en las grandes superficies se pudo evidenciar, que este mercado permite trabajar con varias marcas y productos que generan altos niveles de innovación y creatividad.

Al realizar los estudios técnicos, se pudo evidenciar que el servicio al cliente es fundamental para la fidelización del mismo en la empresa. Es importante realizar una planeación en el cual se demuestre de inicio a fin el proceso de elaboración del proyecto.

Los estudios financieros, permitieron observar la viabilidad del proyecto, su rentabilidad y su utilidad a largo plazo.

5. BIBLIOGRAFIA

[1] Almacenes Éxito. (Enero de 2014) www.exito.com. Obtenido de <http://www.exito.com/>

[2] GUILTINAN, J. Y PAUL, G. (1994) Administración del mercado: Estrategias y programas. (5ta edición).

[3] Ivace Disenny. (Febrero de 2013). www.ivace.es. Obtenido de <http://disenny.ivace.es/es/disen-y-empresa/tipos-de-relacion-entre-empresa-y-disenador/modelos-de-contrato/1051.html?task=view>

[4] LEYTTE, J., (2003). Como iniciar una pequeña empresa. (3ra edición). México: CECSA ediciones.

[5] LOUNSBURY, M. Y GLYNN, A., (2001). Cultural Entrepreneurship: Stories, Legitimacy, and the Acquisition of Resources. Strategic Management Journal, (pp. 545-564), Page Count: 20.

[6] Periódico El Tiempo. (25 de Noviembre de 2010) www.eltiempo.com. Obtenido de http://www.eltiempo.com/economia/empresas/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-8452323.html

[7] Periódico el Herald. (21 de octubre de 2012) www.elheraldo.co. Obtenido de <http://www.elheraldo.co/noticias/economia/en-6-meses-adios-a-carrefour-y-bienvenida-a-jumbo-86362>