

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
VENTA DE PELÍCULAS EN MÁQUINAS DISPENSADORAS UBICADAS
EN LOS PRINCIPALES SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ



LINA MARÍA SALAZAR RAMÍREZ
PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ÁREA DE EMPRENDIMIENTO
BOGOTÁ 2011

TABLA DE CONTENIDO

	PÁG.
<u>1. CAPÍTULO 1 ANTEPROYECTO</u>	3
<u>1.1 INTRODUCCIÓN</u>	3
<u>1.2 PLANTEAMIENTO PROBLEMA</u>	3
<u>1.3 JUSTIFICACIÓN</u>	4
<u>1.4 OBJETIVO GENERAL</u>	5
<u>1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u>	5
<u>2. CAPÍTULO 2 ESTUDIO DE MERCADO</u>	5
<u>2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</u>	5
<u>2.2 ESTRATEGIAS DE MERCADOS</u>	8
<u>2.3 PROYECCIÓN DE VENTAS</u>	10
<u>3. CAPÍTULO 3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL</u>	11
<u>3.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL</u>	11
<u>3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</u>	12
<u>3.3 ASPECTOS LEGALES</u>	14
<u>3.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS</u>	14
<u>4. CAPÍTULO 4. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO</u>	17
<u>5. CAPÍTULO 5. IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL</u>	20
<u>6. CAPÍTULO 6. INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD</u>	22
<u>7. CAPÍTULO 7. RESUMEN EJECUTIVO</u>	23
<u>8. BIBLIOGRAFÍA</u>	25
<u>9. ANEXOS</u>	26

CAPÍTULO 1 ANTEPROYECTO

1.1 INTRODUCCIÓN

Actualmente en el mundo existe una gran necesidad por simplificar el estilo de vida, ya que el ritmo de las personas es más agitado y los servicios se han encargado de ayudar a simplificar la manera de conseguir las cosas.

El entretenimiento es una de los rubros que se incluyen en la canasta familiar colombiana, porque la gente le invierte mucho a la diversión ya que es una parte importante en la vida de las personas cuando de descanso y tiempo libre se refiere, aunque a veces las personas no acceden a este porque puede llegar a ser muy costoso o muy demorado acceder a este.

Es por esto que se realiza un plan de negocios para crear Easybox, una empresa que quiere ubicar máquinas dispensadoras de películas en DVD en diferentes almacenes Carulla en la ciudad de Bogotá, para aquellas personas que buscan obtener películas a un buen precio y de buena calidad y de un modo más rápido y efectivo, y que al mismo tiempo puedan conseguir otros artículos de su interés en el mismo lugar donde se consiguen las películas.

De igual forma, se quiere contribuir con contrarrestar la compra de películas piratas, para que este negocio ilícito se acabe ya que es perjudicial para el país porque no contribuye con impuestos y a raíz de este se genera más delincuencia. *“La piratería informática, que genera multimillonarias ganancias ilegales en América Latina, se ha convertido en un serio problema tributario para los gobiernos y el libre comercio, según los fabricantes de programas.”¹*

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El entretenimiento es un concepto que incluye diversas formas de dispersión buscando encontrar que la persona se divierta con la actividad de su preferencia. En Colombia y el mundo es una de las industrias más grandes que generan más utilidades ya que se dirigen a todo tipo de público y sus productos rotan constantemente para generar más interés en las personas y seguir cumpliendo con las expectativas de los clientes.

Una de las posibles soluciones al problema de la disminución de compra de películas originales es la ubicación de máquinas que venden DVD`s originales en las principales cadenas de supermercados ubicados en Bogotá, ofreciendo precios bajos, buena ubicación y facilidad en el momento de la compra. Todo con el fin de promover el uso de las películas originales en Bogotá y contribuir en la lucha contra la piratería, por e diferentes estrategias que hagan ver al cliente más llamativo la idea de comprar películas originales.

¹ Disponible en Internet: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-573866>

1.3 JUSTIFICACIÓN

- Las tiendas que venden películas han bajado sus ventas no exclusivamente por la competencia ilegal que tienen, sino porque en la actualidad las personas optan por facilitar su vida, así que la compra de una película tiene que ser más ligera y mejor, se puede hacer al mismo tiempo que en el caso de las máquinas que otras compras.
- Se ofrecerá también las películas a precios más bajos para que las personas se puedan dar el gusto de comprar películas de alta calidad a un precio accesible.
- A las personas les llama la atención las cosas novedosas que mejoran o facilitan su vida, así que al ver que una maquina dispensadora les ofrezca la posibilidad de comprar las películas, la gente estará encantada.
- La ubicación y la facilidad de acceder a estas máquinas ofrecerá más comodidad al cliente ya que al estar ubicados en un supermercado hace que el cliente pueda realizar varias de sus diligencias, incitándolo a alquilar películas cada vez que se encuentre en uno de estos.
- La ubicación de máquinas dispensadoras de DVD's en los supermercados más importantes de Bogotá se realizará con el fin de contrarrestar la piratería ya que las cifras revelan que este negocio ilegal crece diariamente de forma alarmante.
"BSA reveló las estadísticas de la Unidad de Delitos Contra los Derechos de Autor y Conexos de la Fiscalía General de la Nación que señalan que los casos de piratería en el país alcanzaron los 1,46 millones durante el primer semestre del año, 2008".²
- Crear una estrategia de precios bajos en la compra de películas motivará al cliente a usar las máquinas dispensadoras ya que saben que van a encontrar excelente calidad a un muy buen precio, teniendo en cuenta la importancia que tiene el no apoyar a la piratería ya que se contribuye con la violación a los derechos de autor.

*"Un tema de vital preocupación es la falta de conciencia en Colombia sobre el valor de la legalidad y el respeto a la Propiedad Intelectual, que atraviesa fronteras sociales y económicas en nuestro país, probablemente impulsado por un componente cultural errado de sacar ventaja de nuestro vecino, pero sustentado por un alto desconocimiento de los beneficios que trae a la nación y a cada colombiano, como usuario y también como creador, el comprar software y demás obras protegidas por el derecho de autor de manera legal."*³

² Disponible en Internet: http://www.eltiempo.com/enter/actualidad_a/home/casos-de-pirateria-suman-15-millones-en-el-primer-semestre_4606335-1

³ Disponible en Internet: <http://latinpymes.com/site/2010/04/:que-le-deja-la-pirateria-a-colombia/>

- Se ofrecerán además de precios bajos y servicio eficaz, incentivos que aumenten el interés de los clientes en usar las máquinas. Películas gratis y alianzas estratégicas con diferentes marcas de electrodomésticos que incentiven el uso de las mismas, todo con el fin de fidelizar al cliente con la empresa y más importante crear conciencia de la importancia de comprar legal.
- Por medio de los aportes mencionados anteriormente, al reducir la piratería se reduce el desempleo que este causa, ya que al violar los derechos de autor muchas entidades cierran o tienen que reducir su personal.

1.4 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa de venta de películas en máquinas dispensadoras ubicadas en los principales supermercados de la ciudad de Bogotá, que permitirá contrarrestar la ilegalidad en el uso de los derechos de autor de las películas extranjeras como nacionales.

1.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar un plan de mercadeo a partir del análisis de los clientes potenciales, la competencia, la mezcla de marketing.
- Definir estrategias contundentes para el posicionamiento exitoso en el mercado.
- Generar un análisis técnico – productivo a través de los procesos productivos que componen el servicio.
- Hacer un análisis administrativo para poder crear la estructura de la empresa.
- Generar proyecciones financieras que manifiesten la viabilidad del proyecto a realizar y la rentabilidad del mismo.
- Crear estrategias que desarrollen un buen impacto en el ámbito social y ambiental.

CAPÍTULO 2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Debido a que en Colombia hay una economía deficiente, las personas siempre piensan en ahorrar cuando se puede, sobre todo cuando se habla del entretenimiento ya que actualmente hay como acceder a este pagando menos. El caso más preciso son las películas en DVD que se consiguen a un precio más bajo, aunque la calidad de estas no es la mejor, tampoco la forma de conseguirlas es cómoda ya que para obtenerlas se debe ir generalmente a los San Andresitos de la ciudad de Bogotá que están ubicados en puntos muy diferentes, sin embargo el mercado de las películas piratas ha ido creciendo al pasar el tiempo ya que además de ofrecer precios más bajos en Colombia no

se han realizado las campañas suficientes para que las personas entiendan en daño de la piratería a la economía.

Es por esto que para entrar a un mercado que ha sido golpeado por la indiferencia de la gente a la hora de comprar una película de mala calidad, se debe también tener en cuenta el factor monetario, que en los estratos 4, 5 y 6 de Bogotá no se convierten tanto en un problema a la hora de adquirir una película de buena calidad. Aficionados, amantes del buen cine, que aprecien el trabajo que está implícito en la producción de la película ya sea colombiana o extranjera, Hombres y mujeres desde los veinte años de edad en adelante, que sean consientes de la importancia de comprar una película de buena calidad y que al mismo tiempo disfruten de esta compra y valoren la diferencia entre una película original y una que además de ser de baja calidad, este haciéndole daño a la economía y al país por la evasión de impuestos, junto a otros actos ilegales que conlleva la práctica de la piratería.

En Bogotá habitan actualmente 6.778.700 habitantes según el censo que realizó el DANE en el año 2005. Está constituida por 20 localidades en donde se ubican de manera diferente los estratos 4, 5 y 6, y para empezar se debe penetrar en una zona donde sea fácil ubicar diferentes tiendas de cadena y supermercados conocidos y muy concurridos.

Usaquén, con 419.024 habitantes se cree cumple con las características mencionadas anteriormente, ya que contiene varios barrios de estrato 4, 5 y 6 y también tiene varios supermercados y centros comerciales concurridos, siendo la muestra de 384 personas que cumplen las características mencionadas para el estudio que se realizó, que demuestra la viabilidad del negocio, ya que en Colombia se conoce de las maquinas dispensadoras, pero no se conoce de esta vendiendo películas. ([Ver anexo # 1](#)).

Después de una penetración exitosa en el mercado, se debe expandir la ubicación de las maquinas en todas las localidades de Bogotá en donde los estratos 4, 5 y 6 este presentes, para que de esta manera se cree la cultura de comprar películas originales a un precio muy favorable. Después de esto se deben ubicar más máquinas en lugares diferentes a centros comerciales y supermercados, para hacer más accesible la forma de conseguir las películas y hacer que el cliente vea más fácil la forma de hacerlo.

Es también muy importante mencionar que además de expandir la ubicación de las maquinas, se crearan alianzas estratégicas para que así influyan factores diferentes a la hora de comprar una película.

A diferencia de las creencias de las personas, la innovación se puede ver más allá de una evolución tecnológica, ya que los conceptos, las ideas, las nuevas formas de servicio, etc., pueden ser un factor innovador que llamara la atención de las personas. En este caso el servicio de vender películas por medio de una maquina vending es el factor innovador que atrae al cliente porque le facilita las rutinas que no se creían fáciles de cambiar, y que tal vez por esto esos mismos clientes dejaron de usar el servicio de los cinemas y el alquiler de películas, ya que les significaba filas y demoras que hacían de este proceso una molesta pérdida de tiempo que se podía sustituir con otro servicio que a pesar de ser parecido con el sistema de las filas, les ofrecía un precio

más bajo que compensaba la molestia. De igual manera la innovación se ve reflejada en el concepto de no más piratería, que se contrarresta con una estrategia de precios junto a un concepto de nuevo servicio.

Dentro del mercado de las películas se encuentran los cines que son los que proyectan las películas que recién han lanzado las diferentes productoras junto a las tiendas que video que alquilan y venden películas usadas o nuevas, pero originales y de buena calidad. Debido a que la piratería también los afecta, estos han implantado estrategias para no bajar sus ventas. En los cines se ven promociones en ciertos días de la semana, o también hay empresas que ofrecen tarjetas de afiliación para que el cliente a la hora de comprar sus tiquetes reciban descuentos y el cine sea más accesible. También en las video tiendas se venden las películas nuevas o usadas y se alquilan más baratas ciertos días, todo con el fin de motivar a la gente aprecie lo legal. Siendo estos los competidores que se encuentran en el mercado porque ofrecen el mismo producto de diferentes formas en donde el cliente se acomoda a su gusto y presupuesto. En Colombia actualmente no se encuentra competencia directa ya que no hay quien venda películas en una maquina vending.

La venta directa es el único canal de distribución que usa la competencia, siendo esta una ventaja para la empresa ya que a la gente ya no le gusta tener que ir a una tienda exclusivamente a comprar o alquilar una película, mientras que las maquinas estará ubicado en supermercados y centros comerciales.

Las barreras mas fuertes son las referidas a los precios bajos, ya que los usuarios están acostumbrados a pagar precios muy bajos por las películas, la mejor estrategia para sobrepasarla es ofreciendo una nueva forma de adquisición de estas que de seguro captara la atención del consumidor y lo convertirá en cliente.

Al ser las máquinas dispensadoras un concepto diferente en el mercado de la venta de películas, se ofrece ésta novedad como la oferta de valor que además de brindar ahorro de tiempo por ser un servicio rápido y eficaz, al estar ubicadas en los almacenes Carulla, se puede acceder a este servicio las 24 horas del día todos los días. De igual manera el cliente puede conseguir diferentes bienes y servicios en un mismo almacén, evitándole el desplazamiento por diferentes almacenes. Así mismo el mensaje que se transmite por medio de los videos de las campañas mundiales, se ve este tipo de educación que además de tener un valor significativo, ayuda al desarrollo del país. ([Ver anexo # 2](#)).

Afortunadamente hay muchas personas que conocen el valor de las cosas de buena calidad, así que prefieren pagar un poco más teniendo la garantía de que es un buen producto y que no se apoya a la ilegalidad, así que los precios de las películas serian de 22.000 pesos que teniendo en cuenta que un producto original si vale la pena pagar por eso. Para esto se utilizará como proveedor a la tienda Prodiscos, hoy en día llamada Entertainment Store, quien vende las películas al por mayor en 9.000 y 15.000 pesos, se obtendrá una utilidad de 11.000 y 6.000 pesos antes de impuestos, que después de haber pagado todos los gastos sea de un aproximado de 6.000 pesos por película.

A pesar de haber empresas que ofrezcan el mismo producto, en el mercado colombiano no hay competencia directa. Pero si hay servicios sustitutos como las video tiendas, tiendas de alquiler, los cines y hasta la misma piratería, ya que cada uno de estos vende de manera diferente, unos alquilan la películas, otros la venden pero de manera diferente y otro ofrecen el servicio de proyección de la misma. Estas usan estrategias tanto de mercadeo como de precios para competir con los precios bajos que ofrece la piratería. Las estrategias que usan los cines y las tiendas de alquiler son muy parecidas, de precio y mercadeo. Hay días de la semana en donde se consiguen el servicio más barato, también ofrecen membrecías especiales para conseguir descuentos en el servicio y en la comida, junto a alianzas estratégicas con otros productos para armar combos que al comprarlos se ve la diferencia de precios que al comprarlos por separado. En cuanto a la disco tienda, dependiendo de la rotación del producto ofrecen rebajas en diferentes épocas del año. Y en la piratería, depende del vendedor y del momento de la verdad, ya que son ellos quienes por vender más ofrecen promociones.

Para lograr ventas se debe decorar muy bien el espacio que los Carulla nos arrienden, de tal manera en que sea llamativa. Para esto se pondrán televisores encima de la maquina que mostrara las películas que están en auge para la venta y videos de campañas en contra de la piratería a nivel mundial, creando en el cliente motivación por comprar en la máquina. La ubicación de la maquina será cerca a la entrada para que todos los clientes la conozcan y se acerquen. Por parte del mercadeo, se usaran volantes en los mismos lugares para que las personas sepan que dentro de los establecimientos están ubicadas las maquinas y pasen a conocerla. De igual manera estos volantes serán distribuidos en lugares residenciales cerca a las máquinas.

2.2 ESTRATEGIA DE MERCADOS

Estrategia de promoción	Estrategias de precios	Estrategias de plaza (lugar)	Estrategias de producto
<ul style="list-style-type: none"> • Volantes • Pagina web • Informacion educativa • Nueva forma rapida de conseguir peliculas. • Base de datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios bajos en las peliculas, pero alta calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicacion en las entradas de super mercados. • Televisores pantalla plana para promocionar las peliculas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Televisores pantalla plana para promocionar las peliculas. • Alianzas estrategicas.

Estrategias de Promoción

Además de vender películas por medio de la máquina dispensadora, se busca ofrecer un servicio rápido y efectivo en donde la gente facilite su vida a la hora de entretenerse, dejando atrás el concepto de que para conseguirlo se deban hacer extenuantes filas que crearan pérdida de tiempo y acortaran el tiempo de entretenimiento. Junto a esto la gente se sentirá más motivada por la idea de poder conseguir diferentes bienes y servicios en un mismo lugar.

Para difundir el mensaje, se creará una página web que previo a la instalación de las máquinas que creará una campaña de expectativa que cree curiosidad en el cliente y mantenga su atención. Luego de ser instaladas las máquinas y las personas estén motivadas por comprar películas en las máquinas, la página web ofrecerá un servicio de información sobre las películas que estén disponibles en todas las máquinas, al igual que la ubicación de estas para que la gente pueda acceder a este servicio. De igual forma se tendrá una base de datos en donde el cliente hable sobre sus inquietudes, problemas o preguntas que tenga acerca del servicio, para mejorar la calidad del mismo y tener información sobre los clientes que revelen sus gustos y aficiones para ofrecerles cada vez más variedad en las películas.

Previo a la instalación se distribuirán volantes para que la gente que viva cerca a los súper mercados conozcan de este servicio y sepan donde hay ubicadas máquinas cerca a su domicilio. De igual forma se quiere recordar al cliente que esta nueva forma de adquirir películas. Los volantes también serán entregados en la entrada del parqueadero del súper mercado.

En estos volantes y en la página web se encontrará información educativa que resalta la importancia de la compra de películas originales porque además de no contribuir con los impuestos del país, se contribuye con los actos ilegales que cometen los delincuentes que manejan este negocio.

Estrategia de precios

Debido a que el punto clave para entrar en el mercado es ofrecer precios bajos relativos a un producto de excelente calidad, porque existe una amenaza grande y es la piratería, esta será la estrategia con la que se competirá frente a las video tiendas que a veces se especializan en alquilar y a la hora de vender, sus precios no son muy favorables. Igualmente la calidad que ofrecen las películas que se compran en la máquina es la otra parte de la estrategia, ya que la competencia ofrece precios bajos con una calidad mala o si es de gran calidad se exige un alto precio por esta.

Estrategia de plaza

Para seguir fortaleciendo las estrategias anteriores, se piensa ubicar la máquina en las entradas de los súper mercados ya que la gente tiene que pasar por ahí y ver la máquina de algún modo así no se vaya a usar. Es una ubicación estratégica que ofrecerá mayores oportunidades de dar a conocer el servicio y los productos para que también se convierta en una estrategia de promoción, haciendo que los clientes se relacionen con la misma.

Estrategia de producto

Para promocionar las películas que ofrece la máquina, se ubicaran televisores pantalla plana para que muestre los trailers de las películas que hay en el momento, induciendo a que la gente quiera comprar el producto ahí mismo, también se proyectaran videos de campañas mundiales en contra de la piratería para que se pueda transmitir el mensaje de la importancia de no apoyar este delito.

Del mismo modo se realizara alianza estratégica con alguna marca que venda reproductores de DVD para resaltar la importancia de comprar películas originales, y también incitar la venta del electrodoméstico junto a la de la película, y que esta alianza aumente la popularidad de la máquina.

Estrategia de servicio

Debido a que el servicio lo ofrece la máquina, la estrategia se basa más en el mantenimiento y el buen estado de esta para evitar que se pierdan ventas por el mal estado.

Así que semanalmente se hará un mantenimiento debido para evitar daños y perdidas y también se tendrá una línea abierta para cuando se presente algún inconveniente, el técnico valla y asista a la maquina y no haya problemas con el cliente.

Estrategia de aprovisionamiento

Cada una de las máquinas contara con 240 películas, así que se ofrecerán 10 de las 24 películas diferentes. Cada vez que se acabe las diez películas, se pondrán nuevas. El técnico será el encargado de cambiarlas y evitar que la máquina se quede sin inventario.

Este cada vez que realice el mantenimiento dará un informe de la cantidad que queda disponible para que se compren las nuevas que venderán.

2.3 PROYECCIÓN DE VENTAS

Proyección de ventas

Es importante aclarar que para la proyección en los precios de las películas que ofrecen las maquinas de Easybox, se tomo como punto de referencia el incremento porcentual de IPC y de PIB. Para tener una referencia se saco un promedio con los últimos 5 años.

Para el caso de la proyección de ventas, se toma únicamente las películas ya que son el único producto que se vende. ([Anexo # 3](#)).

Política de carteta

Debido a que el servicio que se ofrece, no hay cuentas por cobrara ya que la única forma de pago es de contado, porque según el estudio de mercado se rebeló que las

personas no les gusta pagar en una maquina con recursos diferentes el efectivo. Por esto no habrá pagos a la maquina diferentes al mencionado.

CAPÍTULO 3 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

Análisis DOFA

DEBILIDADES

- Desconocimiento por parte de los clientes del servicio.
- Novatos en el desarrollo de la empresa.
-

FORTALEZAS

- Cultura emprendedora.
- Entusiasmo empresarial.
- Nueva forma de servicio en el mercado.
- Agilidad en el servicio.
- Conocimiento del mercadeo.
- Facilidad de acceso al servicio.
- Facilidad de ofrecer nuevos películas.

OPORTUNIDADES

- Ingreso al mercado de entretenimiento.
- Ofrecer nuevos productos en el servicio.
- Aumentar el cubrimiento del mercado.
- Debido a la campaña educativa que se creara, se podrá recibir el apoyo de entidades dedicadas a acabar con la piratería, y así se podrá recibir más free press.

AMENAZAS

- Las crisis económicas colombianas que directamente afectan la situación económica de los clientes.
- La nueva competencia, renta y venta de películas por internet.
- La presentación de nuevos formatos de películas.
- Nuevas formas de entretenimiento, en donde la gente pierda el gusto por ver películas en su casa (películas en tercera dimensión en cines).

Organismos de Apoyo:

Fondo emprender: Es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que

se encuentren en el último año de la carrera profesional) o Profesionales que no superen dos años de haber recibido su PRIMER título profesional⁴

Área de emprendimiento de la Pontificia Universidad Javeriana: El área de emprendimiento de la universidad además de ofrecer clases de interés a los estudiantes interesados en crear empresa, ofrece el espacio del trabajo de grado para que los estudiantes empiecen a realizar sus proyectos de vida, como lo es la creación de una empresa, en donde se les ofrece las herramientas de apoyo para lograr la creación de un plan de negocios.

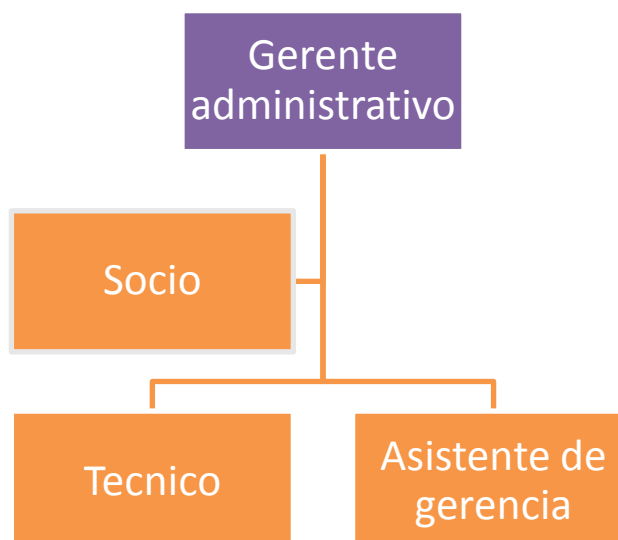
El sistema de negocio de Easybox consiste en la venta de películas en formato DVD por medio de máquinas dispensadoras. Para llevar a cabo el funcionamiento de estas, primero se debe buscar un espacio en el supermercado o centro comercial, ya sea arrendamiento del mismo o la venta para que se pueda ubicar la máquina, llegando a un acuerdo con las directivas de ciertos establecimientos en donde se llegue al acuerdo del precio mensual que se pagará por la ubicación.

Cuando esté listo la ubicación de la máquina, se deben comprar películas al proveedor (Entertainment Store) para que siempre haya un surtido llamativo que llame la atención del cliente y se le pueda ofrecer diferentes películas, de tal manera que siempre que quiera acercarse a la máquina, esta le ofrezca variedad y sea este un punto a favor para mantener la relación de fidelidad.

Por esta razón se visitará la máquina cada tres días para que se vuelva a llenar la máquina con nuevas películas para que el cliente no la encuentre vacía. También se hace esta visita para que se revise el estado de la máquina y así evitar contratiempos con los clientes, que en caso de presentarse algún inconveniente se pueda solucionar por el técnico. De igual manera se retira el dinero que ha sido depositado durante esos tres días.

3.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Organigrama



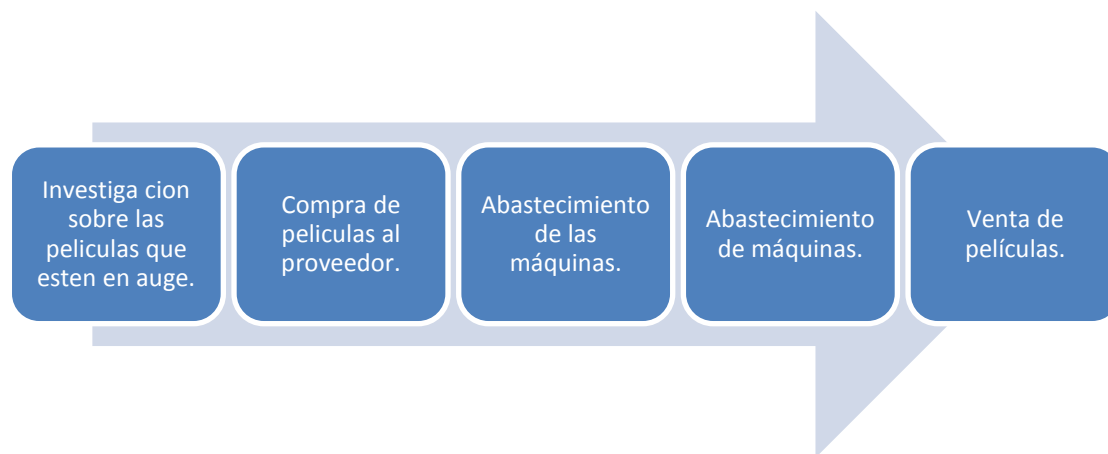
⁴Disponible en Internet: http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/F/Fondo_Emprender/Fondo_Emprender.ASP.

Debido a que se empezara por pocos almacenes Carulla, la empresa contara con el técnico encargado de arreglar las máquinas en caso de algún problema que se presente con esta. De igual manera se encargara de realizarle mantenimiento semanal a cada uno de estas, revisando que todo esté funcionando bien. Para este cargo se requiere de agilidad, destreza, honestidad ya que son ellos quienes extraen el dinero de la máquina y mucha responsabilidad.

El gerente administrativo se encargara de manejar la parte financiera de la empresa, y de conseguir nuevos espacios para ubicar las maquinas y así expandir el mercado, siendo también quien se encargue de la importación de las mismas. Para este cargo se requiere de una persona hábil en las negociaciones, extrovertida, por activa y muy ingeniosa.

La asistente de gerencia además de ser un apoyo para la gerencia en las diferentes labores que se presenten, será la encargada de la línea de atención al cliente, donde recibirá la quejas de los clientes, o si alguno de las tiendas donde las maquinas se encuentran ubicadas notan algún averío en las maquinas, el técnico se encargara de ir a arreglar el problema en caso que sea necesario, de abastecerlas con las películas para evitar que la máquina de desocupe y también recoger la plata que la misma ha ido recibiendo. La asistente debe ser muy recursiva, hábil y sobretodo muy amable para atender la línea de atención al cliente.

Cadena de valor



Antes de abastecer las máquinas, se requiere de una investigación donde se descubra cuales son las películas que más se piden y que gustan a los clientes. Así se ofrece un servicio que además de ser rápido y efectivo es totalmente llamativo porque tiene productos que son muy demandados. Después se realiza la compra de las películas que más gustan a los clientes. Se realiza el abastecimiento de cada una de las maquinas con las películas que han llegado al mercado con una muy buena aceptación. Después de esto se venden las películas por medio de las máquinas.

Se trabajara con dos socios inversionistas, quienes aportan el 48,3% del capital para comprar las máquinas, las películas, la moto y el resto de muebles y enseres para empezar con la empresa.

Las ventajas que ellos ofrecen a la empresa es la liquidez con la que se necesitara cuando se necesite. Uno de los socios es administrador de empresas, actualmente trabajando en el área de mercadeo, así que estará al pendiente de las estrategias de producto para que la empresa tenga ventas altas. De igual manera su experiencia en el campo aportara conocimientos en cuanto a los gustos de los consumidores para tener en cuenta al momento de realizar los estudios necesarios que arrojen las películas favoritas de estos.

3.3 ASPECTOS LEGALES

Easybox es una empresa constituida según los parámetros de las *sociedades por acciones simplificadas s.a.s*, ya que esta es dinámica y flexible porque es creada por un documento privado y es más ligera que las sociedades anónimas, no tiene número de accionistas fijo y desaparece la responsabilidad laboral y tributaria que recae sobre los socios de las sociedades limitadas. Los trámites para la conformación de estas son menos costosos.

“La Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) le permite a los empresarios fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad, de acuerdo con sus intereses. Esto les garantiza contar con unos estatutos flexibles que pueden ser adaptados a las condiciones y requerimientos especiales de cada empresario”.⁵

3.4 COSTOS ADMINISTRATIVOS

Gastos de personal

Easybox está constituida por tres personas, la gerente quien se encargará de las labores comerciales y de la compra de las maquinas, la asistente quien será un apoyo en el centro de atención al cliente y el técnico quien se encargara de hacerle mantenimiento a las maquinas y de abastecerlas.

Esto se refleja en un total de 3.335.000. La gerente recibirá un sueldo mensual de 2.000.000, la asistente de 800.000 y el técnico de 535.000, quienes además obtienen los beneficios de salud, A.R.P., pensiones y todos los que exige la ley, un total del 52% más del este salario.

⁵ Disponible en Internet:

<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/Documentos/Publicaciones/GuiaSAS.pdf>

Nomina	Sueldo	Prestaciones	Total
Gerentes administrativo	2.000.000	1.040.000	3.040.000
Asistente de gerencia	800.000	416.000	1.216.000
Técnico	535.000	278.200	813.200
Total	3.335.000	1.734.200	5.069.200

Gastos de puesta en marcha

Para que Easybox empiece a funcionar, se debe comprar las diez maquinas que se ubicaran en los diferentes Carulla de la ciudad. De igual manera la compra de las 2400 películas que irán en las diez maquinas.

Para efectos de promoción, se compraran los televisores y reproductores de dvd que se ubicaran encima de las maquinas para mostrar los trailers de las películas que se ofrecen en las maquinas.

La moto que ayudara al técnico en su desplazamiento por los puntos donde se encuentren las maquinas para abastecerlas y ofrecer un mantenimiento a las mismas. Los computadores para la parte administrativa de Easybox junto con la impresora, teléfono y fax.

Las funciones de negocios de la empresa empiezan por la ubicación de las máquinas en los diferentes almacenes Carulla ubicados en Usaquén donde se ubicaran las máquinas, que se benefician ya que se les paga el arriendo de ese espacio donde esta ubicadas.

El proveedor de las películas también recibe beneficios económicos al momento de vender las películas a la empresa.

Al momento de surtir la maquina con nuevas películas, el beneficio es para la empresa ya que les ofrece más a los clientes y a su vez genera ganancias.

Proceso	Responsable	Recursos	Valor
Compra de la máquina	Gerente administrativo	Dinero	71.725.500
El aprovisionamiento.	Persona encargada de compras	Dinero	2.400.000
Ubicación de la máquina.	Gerente administrativo	Dinero Espacio Negociación Electricidad Mantenimiento	200.000 por máquina
El abastecimiento de las máquinas.	Técnico	Carro Gasolina Tiempo Herramientas	30.000 diarios

Para realizar la compra de una máquina se necesitan siete millones ciento setenta y dos mil quinientos cincuenta pesos, debido a que se van a comprar más, la inversión sería de setenta y un millones setecientos veinticinco mil quinientos pesos.

Después que se adquieren las máquinas, se compran las películas que se van a vender. El proveedor Entertainment Store vende las películas cada una a diez mil pesos. Así que por cada máquina que cuenta con una capacidad de 240 películas, se le invertirán dos millones cuatrocientos mil para llenar la misma.

Ya teniendo la materia prima lista, se buscan los lugares donde irán ubicadas las máquinas, centros comerciales y supermercados, para esto se llega a un acuerdo con las personas encargadas de cada uno de los sitios para el precio del arriendo del espacio que ocupara la máquina.

Finalmente un técnico visitara las máquinas tres veces por semana para cerciorarse de que las mismas estén en un excelente estado y siempre tengan películas disponibles. El se encargara de abastecer las máquinas.

Ya que además de ofrecer películas originales a un precio muy favorable y en una innovadora manera no son los únicos valores que ofrece la empresa, se debe recalcar en el punto importante que es la compra de productos legales para que se disminuya el apoyo a la piratería.

Para hacer que esto sea más fácil de ver y creer, se hará una alianza estratégica con una marca que venda reproductores de DVD para que sean ellos, los expertos en el tema, quienes divulguen la importancia de comprar productos legales y que no le hagan daño a los equipos. Así viendo el respaldo de la marca, los clientes se sentirán más atraídos por la información que están brindando, sintiéndose confiados porque la fuente de información es muy confiable ya que son estos los que saben realmente de cómo cuidar un reproductor.

La alianza consiste en que por la compra de un reproductor de DVD, se les regala a los clientes un bono para hacerlo efectivo en la máquina para la compra de una de las películas.

A pesar de que la empresa sea la única que venda películas por medio de máquinas vending, el mercado tiene diferentes tipos de venta que igual se convierten en la competencia de la empresa.

Así que las debilidades de la empresa, son, a la gente le gusta ver cosas nuevas, llama la atención de los clientes, y como se menciona anteriormente el negocio de vender películas es algo que ya está y a la gente no le podrá parecer muy llamativa la idea. Además los precios con los que se entran son bajos para ser de productos originales, pero debido a que también se compite con un mercado ilegal, siguen siendo altas para este tipo de competencia.

Sin embargo, la ubicación es una fortaleza ya que actualmente las personas quieren que su estilo de vida sea descomplicado, y al estar las máquinas ubicadas en sitios donde además de comprar películas pueden adquirir más bienes y servicios les es muy útil y eso genera más fidelización. De igual manera la forma en que la adquieren también es interesante porque es un proceso fácil que requiere de poco tiempo.

Además de expandir la ubicación de las máquinas en diferentes puntos de la ciudad para que esta nueva forma de adquirir películas en DVD esté por toda la ciudad, la oportunidad de vender productos que estén relacionados con el entretenimiento como libros, CD's y comida para acompañar las películas son oportunidades que el mercado ofrece para ampliar las oportunidades de negocio de la empresa.

Actualmente las video tiendas que existen están reduciendo sus tiendas, y esto debe ser por las ventas que han ido disminuyendo ya que la gente sabe que consigue películas más baratas. Así que esta es una amenaza muy clara que se presenta para la empresa.

Gastos anuales de Administración

Nomina	Sueldo	Prestaciones	Total	Total Anual
Gerentes administrativo	2.000.000	1.040.000	3.040.000	36.480.000
Asistente de gerencia	800.000	416.000	1.216.000	14.592.000
Técnico	535.000	278.200	813.200	9.758.400
Total Anual				60.830.400

A cada uno de los empleados se le pagara todas las prestaciones que la ley ordena. La salud, las vacaciones, el trabajo en los días feriados, la liquidación, la A.R.P. (aseguradora de riesgos profesionales), los planes de pensión entre otros. Esto es aproximadamente el 52% de cada uno de sus sueldos, por mes. Siendo un total anual por todos los trabajadores de 100.850.400 pesos.

Uno de los socios actualmente trabaja en mercadeo, así que él será el encargado de ofrecer la asesoría necesaria para la promoción de la maquina y también estará pendiente de los estudios que se realizaran para conocer las películas favoritas en el mercado.

Gasto	Mensual	Anual
Arriendo oficina	1.000.000	12.000.000
Servicios públicos	190.000	2.280.000
Gasolina moto	67.000	804.000
Total	1.257.000	15.084.000

Los gastos anuales de administración son la luz que se consume en la oficina para labores administrativas, junto al teléfono e internet que será necesario para ofrecer el servicio post venta.

La gasolina que consume la moto para efectos de abastecimiento y mantenimiento de las maquinas.

CAPÍTULO 4 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Para llevar a cabo el funcionamiento de la empresa se requiere de la compra de diez máquinas dispensadoras para ubicarlas en diez diferentes almacenes Carulla. Los televisores y reproductores de DVD para localizarlos encima de las máquinas ya que se van a proyectar los trailers de las películas para llamar la atención de los clientes y videos de campañas mundiales en contra de la piratería y estos se acercan para comprar una película.

Las películas que estarán dentro de cada máquina son otra de las compras que se deben hacer para llevar a cabo el funcionamiento de la empresa.

Para el desplazamiento del técnico que se encargará del abastecimiento de las máquinas y de asistir a los clientes cuando se presente algún daño en las máquinas.

Los enseres como los muebles de la oficina, los computadores, los teléfonos, las impresoras son parte también de la inversión que se debe hacer para iniciar las operaciones.

Todo esto se refleja en una inversión de 103.500.000 millones de pesos para realizar la compra de los objetos mencionados.

Después de poner en marcha la empresa, a través de las ventas de cada una de las máquinas, se generaran los ingresos de la empresa.

Los gastos se presentan en la gasolina que requiere la moto para el abastecimiento y mantenimiento de las maquinas. De igual forma el pago del arriendo de la oficina, junto con el pago de luz, teléfono e internet son gastos que genera Easybox, para el funcionamiento administrativo de esta.

La rentabilidad de Easybox se espera que sea cercana a un 50% para que se pueda recuperar la inversión hecha para el funcionamiento, y así poder aumentar el número de maquinas en Bogotá y el país.

El flujo de caja de Easybox de empieza a desarrollar en el préstamo que la empresa adquiere por parte de un banco y al que sus inversionistas aportan en el año 0 (2011).

En el año 0, se realiza la compra de los activos que hacen parte del funcionamiento de la Easybox. En total en el año se pagan los intereses del préstamo que se realizó el año anterior para llevar a cabo la compra de los bienes. Dejando un saldo positivo después de haber realizado las comprar y los pagos.

Ya en los años siguientes, el flujo de caja se comporta de la misma manera, pero sin la inversión que se hace de la adquisición de los bienes, incluyendo la amortización de los pasivos a largo plazo.

Se espera recuperar la inversión en casi un año de haberse constituido y puesto en marcha la empresa.

Es de gran importancia aclarar que no hay cuentas por cobrar ya que en la política de cartera se estipula que no se puede pagar por medios diferentes al efectivo, así que este rubro no tiene valor dentro del flujo. De igual forma no hay cuentas por pagar ya que el proveedor solo acepta pago en efectivo, por la misma política de cartera que se maneja en la empresa del proveedor.

También el inventario de materias primas o productos en producción no hay ya que el producto que se vende en la empresa, se obtiene ya hecho, así que la empresa Easybox no es quien se encarga de la producción, solo de su venta.

Debido a que se cuenta con la inversión de los socios, se hace préstamos por 53.500.000 de pesos que servirán para los gastos de puesta en marcha de la empresa, siendo así una necesidad de financiación del 54%, para poder cubrir todas las compras que se debe hacer.

De no poder obtener un préstamo del banco como el que se tiene y obteniendo una inversión menor, la financiación debe ser de 70%, siendo este un escenario riesgoso porque se demorara más en recuperar la inversión de la empresa.

Los socios invertirán principalmente a la empresa 50.000.000 de pesos que disminuirán el porcentaje de financiación. Sin embargo se necesita del préstamo que el banco hará a la empresa, en este caso será de 53.500.000 de pesos, todo para invertir en las maquinas y diferentes cosas que complementaran el funcionamiento de Easybox.

Los socios además de invertir en la empresa para llevar a cabo su funcionamiento, son el apoyo más inmediato de la empresa para cubrir las necesidades financieras que se presentaran, ya que para ellos es un beneficio que la empresa crezca para recibir dividendos.

Después de que los socios realizan la inversión en los cuatro primeros años no obtendrán dividendos porque se quiere capitalizar la empresa, para que se expanda el cubrimiento de los súper mercados, así que esperaran estos años para que todas los dividendos que deberían estar recibiendo, se conviertan en el pago de las obligaciones financieras y para que más adelante se obtengan grandes dividendos.

A pesar de que los dividendos se empiecen a repartir en el año 4 para los socios, la empresa tiene muchas oportunidades de crecer, demostrándoles a ellos que la espera en dinero que hacen, valdrá la pena más adelante ya que se manifestaran en el crecimiento de Easybox, y mostrara sus verdaderos frutos.

La tasa interna de retorno es del 64,92%, lo que significa que el negocio que se propone es rentable. Al igual que el grado de endeudamiento es del 54%, demuestra que el nivel de riesgo es un nivel moderado donde se puede manejar a través de los ingresos. También se ve de manera notoria la viabilidad del negocio que ha sido planteado ya que la recuperación de la inversión es menor a un año, y también se ve las utilidades del mismo. ([Ver anexo # 4](#)).

Riesgos

Es muy importante que la empresa tenga en cuenta los riesgos amenazan el desarrollo y crecimiento de la empresa ya que superarlos y mantenerse dentro del mercado son sus puntos clave para lograr el éxito.

Principalmente los riesgos que amenazan el éxito de la empresa son, la poca aceptación por parte de los clientes hacia el servicio. Esto se generaría por medio de estrategias poco efectivas que no generan un mensaje valioso para los clientes, haciendo que estos no quieran usar la máquina porque no encuentran en el servicio una oferta de valor que lo diferencie de otras empresas. Siendo esto un reflejo de las débiles estrategias, porque no se tiene en cuenta los importantes factores que determinan la decisión del cliente como el precio, la ubicación, las ofertas, el servicio, etc. el éxito de la empresa se alejaría de las metas, ya que sin aceptación de los

clientes la empresa no podría seguir en marcha, ya que las ventas que se generen no serían lo suficientemente altas y no habría razón de ser para la empresa.

Siendo este riesgo igual de importante, al no haber clientes que usen el servicio no habrá ventas significantes que mantengan económicamente a la empresa. Así como se generan las ventas, la empresa tiene obligaciones financieras como arriendos, servicios, gastos de nómina, y otros más que deben ser cubiertos por las ventas para que superen el punto de equilibrio y se supere este para que las ganancias sean significativas y la empresa pueda seguir en marcha con sus actividades, logrando un éxito en ventas que generara una expansión de esta, ubicando nuevas máquinas en más súper mercados.

Otro riesgo significativo también es el averío de las máquinas dispensadoras que obstruyen la venta totalmente, siendo esto un gran problema para la empresa porque al pasar estos inconvenientes se debe acudir de inmediato con el técnico correspondiente para solucionarlo. Para evitar esto se hace un mantenimiento y estricto seguimiento al comportamiento de las máquinas, para que en lo posible se pueda detectar un pequeño daño que no se desemboque en uno peor.

De igual manera el desarrollo de estrategias de mercadeo fuertes y efectivas generara un mensaje de interés para las personas, convirtiéndolas en clientes.

Los volantes que se repartirán como estrategia de producto, transmitirán un mensaje en donde las personas puedan conocer el servicio que la máquina presta en ciertos súper mercados, indicando su ubicación, sus precios y sus formas de pago creando interés y trayendo clientes a la empresa. De igual manera la página web es un soporte para que las personas consulten por la información requerida y sepan que películas están disponibles y en qué máquinas se encuentran, al mismo tiempo se maneja una base de datos en donde se le informara al cliente sobre los nuevos productos que se ofrecen y sobre promociones y alianzas que la empresa tendrá. Así se transmitirá a las personas la llegada de la máquina, ofreciendo además de las películas, un servicio diferente en la venta de películas, que atraerá público que quiera la posibilidad de adquirir diferentes bienes y servicios en un solo lugar, al igual que difundir un importante mensaje de no apoyar a la piratería para que se disminuya los actos delincuenciales que trae este negocio, que también perjudican a la economía del país.

También se ofrecerán precios competitivos en donde el cliente vea la diferencia con la competencia de adquirir películas de excelente calidad a un precio razonable, y que al mismo tiempo piense en la ventaja de comprar películas originales que le duraran un largo tiempo por un buen precio y no comprarla de baja calidad a un bajo precio que debe recomprar cada cierto tiempo, invirtiéndole el mismo valor y tiempo a la compra de una misma películas en diferentes ocasiones porque se le avería frecuentemente.

Así, por medio de estas importantes estrategias de precio y mercadeo, se generaran ventas porque se logra vender el mensaje de películas originales a un precio razonable y ofreciendo un servicio rápido y efectivo. Se logra vender más del punto de equilibrio, posicionando la empresa como exitosa y viendo la oportunidad de expandir el negocio y los productos.

CAPÍTULO 5 IMPACTO ECONÓMICO SOCIAL AMBIENTAL

Los impactos que la empresa dejara en el entorno social, económico y ambiental son de gran importancia ya que además de generar utilidades se crea una huella en donde el aporte sea integral para que la empresa demuestre sus otros intereses.

Impacto social

Para la empresa es de vital importancia tener en cuenta y en muy buenas condiciones sus clientes internos y externos, ya que son la razón de ser de esta y además se contribuye con diferentes obras sociales que son de gran importancia para el desarrollo del país.

Cabe aclarar que los empleados contarán con un sueldo justo y un contrato en donde le ofrezca los diferentes beneficios que son salud, pensiones y cesantías, etc. haciéndolo sentir valioso, ya que obtiene un salario justo que además de ser un derecho como ciudadano, se podrá ver su satisfacción en este ámbito reflejada en su desempeño laboral.

De igual forma al estar las maquinas ubicadas en los almacenes Carulla, se contribuirá con la fundación éxito que ayuda a muchas personas con escasos recursos para que tengan una buena educación y alimentación.

También la perfección en la prestación del servicio será un impacto social ya que se busca satisfacer las necesidades del cliente.

Es de vital importancia que no solo se piense en los clientes para generar ganancias, sino también contribuir con obras externas en donde la empresa deje huella, y al mismo tiempo contribuya con el desarrollo de diferentes proyectos sociales. Al igual que también se debe mantener en excelentes condiciones a los clientes internos porque son ellos quienes hacen parte de la empresa, y así no habrá rotación por esta razón.

Impacto Ambiental

La empresa no presentara contaminación industrial ni de ningún otro tipo, pues su funcionamiento solo requiere de energía. Esto es de gran ayuda para evitar que el calentamiento global se aumente.

Por otro lado, en la oficina donde se manejan tantos papeles, se implementara políticas de reciclaje y de uso estricto del papel para evitar desperdicios, junto a campañas de aprendizaje en donde la gente sepa cuándo se debe apagar el computador o las luces que no se estén usando.

Es importante también incluir dentro del impacto ambiental de la empresa, que al estar la máquina ubicada en los súper mercados Carulla, se continúa también con la campaña del uso de bolsas reciclables para evitar el aumento de la contaminación.

Impacto económico

El aporte económico es una de las razones fundamentales por las cuales la empresa está en funcionamiento ya que se busca generar ganancias que además de mostrar el

crecimiento de la empresa, demuestran el nivel competitivo de las empresas colombianas.

La generación de empleo es otra de los aportes, ya que ayuda a disminuir la tasa de desempleo, generando oportunidades para los colaboradores de la empresa para crecer económicamente.

Es de gran importancia destacar que el aporte de la empresa por medio de sus impuestos es de gran valor para el desarrollo económico para el país, ya que se contribuye con el progreso de este y ayuda a crear una buena imagen de las empresas colombianas por su destacado comportamiento financiero.

Determinar el grado y elementos de innovación – creatividad que tendrá el plan de negocio como factor de diferenciador y de ventaja competitiva

CAPÍTULO 6 INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD

Las máquinas dispensadores o máquinas vending existen desde hace un tiempo en Colombia, ofreciendo generalmente comida y facilitando la forma de conseguir las comidas sin tener que depender de que un tendero para que el servicio se lleva a cabo las 24 horas.

Unos de los puntos innovadores que ofrece la empresa es la forma nueva de adquirir películas en Colombia, reduciendo los costos en el mercado de la venta de películas y ofreciendo un servicio rápido y efectivo donde las personas puedan conseguir a cualquier hora este servicio que se ubicará en tiendas abiertas las 24 horas, para no restringir con un horario el tiempo para acceder a este servicio y producto.

Aparte de que la máquina este en funcionamiento las 24 horas del día, se ofrece un servicio rápido que generara confianza al cliente porque se da cuenta que el proceso es muy rápido y que además de conseguir su película, puede complementar la compra con otros artículos que ofrezca el almacén, sintiendo la satisfacción de descomplicarse a la hora de conseguir las formas preferidas de entretenerse.

Igualmente la empresa busca generar ventas para contrarrestar le piratería por medio de precio competitivos que se complementen con la calidad que las películas que la empresa vende.

“Las campañas educativas sólidas alientan al consumidor a no comprar películas, CD y videojuegos pirateados. Las campañas educativas exitosas cuentan con frecuencia con un sitio web y establecen alianzas con artistas populares u otras personalidades destacadas. Los países organizan a menudo concursos sobre creación de carteles o anuncios en las escuelas para sensibilizar a los jóvenes.”⁶

Quiriendo hacer de esta una campaña fuerte y penetrante, logrando reducir la compra de las películas piratas, para aportar de manera significativamente al desarrollo del país porque se está ayudando a los diferentes organismos a difundir el importante mensaje.

De igual manera cabe resaltar que la forma de implementar la campaña que se quiere llevar a cabo es interesante y creativa porque no se queda en folletos y propagandas

⁶Disponible en Internet: http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=39514&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html#III

que tratan de enviar un mensaje a través de mensajes, sino que se entra a protagonizar la campaña porque se combate la piratería por medio de estrategias de precios, de producto y de promoción que resaltan la competitividad de la empresa a la hora de ofrecer los mejores beneficios y servicios a un largo plazo donde el cliente se dé cuenta de la importancia de comprar productos buenos que no se cambian cada cierto tiempo porque al comprarlo por primera, segunda o tercera vez el funcionamiento del producto sea nefasto y se deba volver a comprar.

CAPÍTULO 7 RESUMEN EJECUTIVO

Concepto de negocio

El proyecto Easybox se encuentra en el marco del entretenimiento, queriendo llegar a los hogares bogotanos a través de la creación de una empresa que vende películas en maquinas dispensadoras en la ciudad de Bogotá en los estratos 4, 5 y 6.

Se quiere ser una empresa reconocida por un excelente servicio, y no solo dejándole esa función a la máquina, se quiere contar con un excelente servicio post venta para que cuando el cliente tenga algún inconveniente, no dude en hacer el reclamo pensando que la empresa responderá por cualquier tipo de daño que haya recibido el cliente y lo hará de la manera más amable posible, ya que en Colombia no se cuenta con este tipo de servicios la mayoría de veces, la empresa quiere ser de las pocas empresas que se caractericen por hacerla de la manera correcta.

De igual forma la empresa quiere ser un lugar considerado humano para trabajar, donde no solo se enfoque en la cantidad de ventas o querer tener un buen servicio, se piensa de la misma forma en el cliente interno que hacer parte fundamental del funcionamiento de la empresa.

Easybox a largo plazo quiere ser una empresa que además de haberse expandido, pueda contar con la fortuna de tener más clientes internos para que además del funcionamiento de la empresa, se cuente con un aporte al desarrollo nacional.

Por otra parte Easybox quiere ofrecer nuevos productos que sean de alta rotación, y para el cliente fácil de conseguir sin implicar un proceso demorado que le haga perder el interés en el producto.

El plan de negocios se quiere crear para además de salir adelante como empresa, se genere empleo y se aporte a la economía del país. Junto a eso se quiere dejar el mensaje de evitar la piratería no solo por tema de costos sino también por estar conscientes del daño que este le hace al país y a los impuestos que hacen parte del desarrollo del mismo.

La implantación de este servicio en la venta de este producto, es además de innovador, una forma de evitar que se pierda este producto, ya que como se ha mencionado a los largo del trabajo, la gente ya no usa el mismo servicio de antes porque implica desplazamientos incómodos por un solo objeto, mientras que en Easybox se quiere ofrecer una nueva alternativa para conseguir el mismo juntos a otros bienes y servicios diferentes.

Además de participar con almacenes éxito en su labor de educación y alimentación a niños de escasos recursos Easybox quiere tener su fundación independiente para

aportar al desarrollo además de económico, educativo del país para que sean todas las personas quienes contribuyan a este.

CONCLUSIONES

El estudio de mercados arrojó que las personas de los estratos 4, 5 y 6 están dispuestas a usar este servicio ya que además de innovador, piensan que es llamativa la idea porque se ahorra tiempo y su ubicación al ser diferente y estratégica ayuda al cliente a desplazarse menos al momento de realizar sus compras deseadas.

Por parte de las inversiones, Easybox cuenta con el capital de los socios que es de un 48% que es un total de 50.000.000 de pesos. Luego se pide un préstamo al banco de 53.500.000 de pesos para lograr la compra de las maquinas, los computadores, los muebles de la oficina, las películas, los reproductores de DVD, los televisores y las demás artículos que se requieren para poner en marcha la empresa.

La parte social, económica y ambiental son parte importante de la investigación de mercados, ya que demuestra que además de la empresa obtener beneficios económicos, tiene más beneficios que ayudaran al desarrollo social y ambiental, aportando además de sus ganancias, conocimiento y experiencia para conservar el medio ambiente y apoyar el desarrollo de la educación colombiana.

La innovación de la empresa se ve reflejada en la nueva forma de servicio, que es muy llamativa ya que ofrece ahorro de tiempo y además de obtener la película, si el cliente lo desea puede obtener otros bienes y servicios. Además se transmite un mensaje de educación en contra de la piratería que no solo se hace para obtener más ventas sino para ayudar a disminuir este fenómeno y aportar al desarrollo del país.

CAPÍTULO 8 BIBLIOGRAFÍA

- Diccionario Planeta de la lengua española usual
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Marketing. Sexta Edición. México: Pearson Educación. 2003.
- LAMB, Charles. HAIR, Joseph y MACDANIEL, Carl. Fundamentos de Marketing. Cuarta Edición. Bogotá: Thomson Learning. 2006.
- KINNEAR, Thomas y TAYLOR, James. Investigación de mercados. Quinta Edición. Bogotá: McGraw-Hill. 1998.
- JANY, José N. Investigación integral de mercados. Un enfoque para el siglo XXI. Segunda Edición. Bogotá: MacGraw-Hill. 2000.
- HAWKNIS, Del. BEST y Roger. CONEY, Kenneth. Comportamiento del consumidor. Construyendo estrategias de marketing. Novena Edición. México: McGraw-Hill Interamericana. 2004.
- Disponible en Internet: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-573866>
- Disponible en Internet: <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/Documentos/Publicaciones/GuiaSAS.pdf>
- Disponible en Internet: http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=39514&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html#III
- Disponible en Internet: http://www.eltiempo.com/enter/actualidad_a/home/casos-de-pirateria-suman-15-millones-en-el-primer-semester_4606335-1
- Disponible en Internet: <http://latinpymes.com/site/2010/04/¿que-le-deja-la-pirateria-a-colombia/>
- Disponible en Internet: http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/F/Fondo_Emprender/Fondo_Emprender.ASP.

CAPÍTULO 9 ANEXOS

Anexo # 1

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

Diseño y realización

La encuesta fue creada por Lina María Salazar

Universo

Habitantes de la localidad de Usaquén de la ciudad de Bogotá.

Muestreo

Nivel de confianza del 95% y error $\pm 5\%$

Tipo de encuesta

Entrevista personal por internet

Diseño de la muestra

La fórmula que se utilizo arrojó un resultado de 384 encuesta para realizar.

ENCUESTA

1. ¿Prefiere usted comprar o alquilar películas en DVD?
 - a. Comprar
 - b. Alquilar

2. ¿Qué factores influyen en su decisión de no alquilar o comprar películas de DVD?
 - a. Precios altos
 - b. Mal servicio en las tiendas de alquiler
 - c. Prefiere ir a cine

3. ¿Cuál es el medio por el cual usted alquila o compra películas en DVD?
 - a. Tiendas de alquiler
 - b. Internet
 - c. Bibliotecas
 - d. San Andresito y/o calle

4. ¿Con que frecuencia alquila o compra usted películas en DVD?
 - a. 1 o 2 veces a la semana
 - b. 1 o 2 veces al mes
 - c. Más de 2 veces al mes
 - d. Nunca

5. ¿Es relevante para usted que las películas que alquila o compra sea originales o piratas?
 - a) Si
 - b) No
 - c) Es indiferente

De no ser indiferente a esta característica de las películas que usted alquila, por favor responda las siguientes preguntas.

Muchas gracias

6. Para usted, ¿Cuál de estos factores es el más importante para comprar o alquilar una película original?

- a. Precio
- b. Calidad
- c. No apoya la piratería
- d. Evitar que sus equipos de dañen

7. ¿Le gustaría alquilar o comprar DVD en una maquina dispensadora?
- a. Si
 - b. No

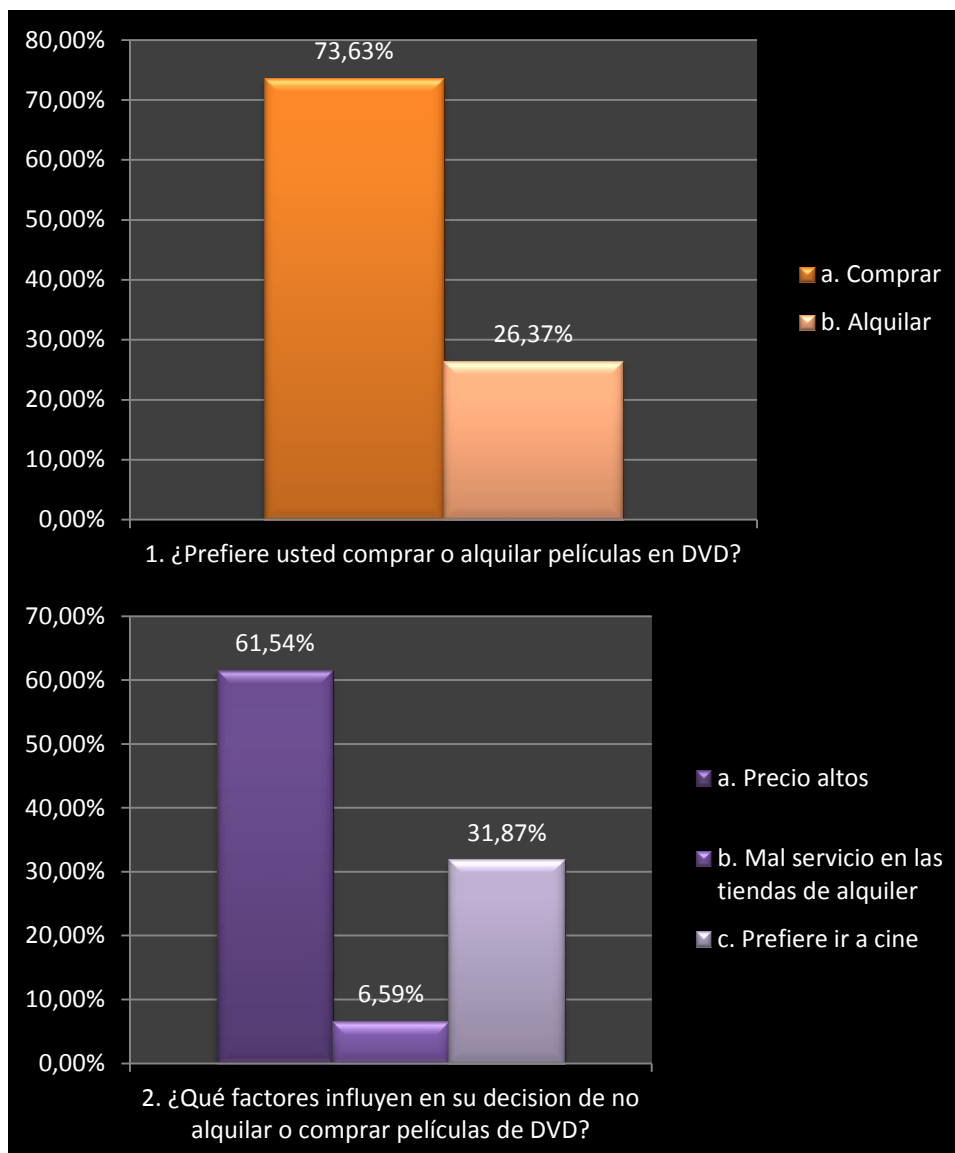
Si su respuesta es afirmativa por favor conteste las preguntas a continuación.

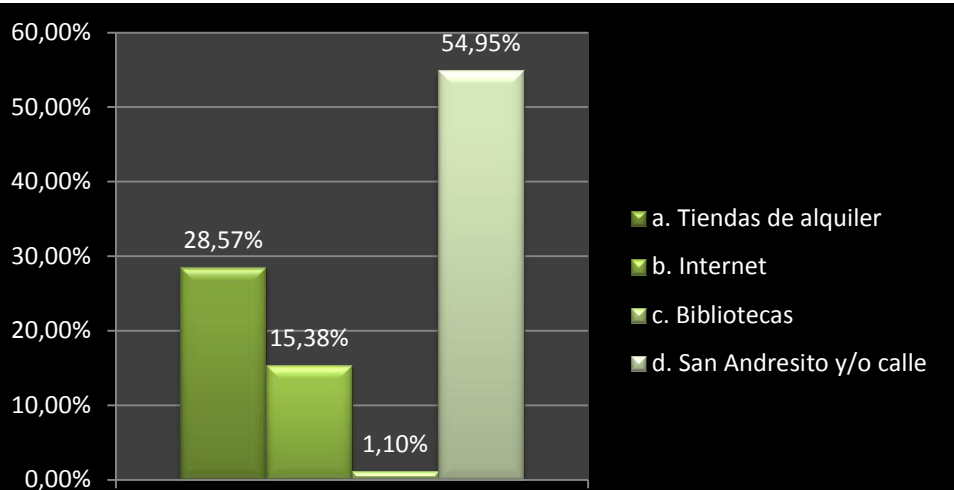
Gracias

8. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por alquilar una película en una maquina dispensadora?
- a. 1000 – 3000
 - b. 3000 – 5000
 - c. 5000 – 7000
 - d. 7000 – 10000
9. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por comprar una película en una maquina dispensadora?
- a. 2000 - 4000
 - b. 4000 – 6000
 - c. 6000 – 8000
 - d. 8000 – 12000
10. Para usted, ¿Cuál de estos medios prefiere para pagar el alquiler o compra de una película en una maquina dispensadora?
- a. Efectivo
 - b. Tarjeta de crédito
 - c. Bonos
11. ¿Cuál de estos tipos de DVD está usted interesado en alquilar en una maquina dispensadora?
- a) Películas
 - b) Documentales
 - c) Videos musicales
12. ¿Qué otro bien diferente a las películas en DVD le gustaría comprar en una maquina dispensadora?
- a. Libros
 - b. Revistas
 - c. Periódicos
13. ¿Dónde le gustaría encontrar las maquinas dispensadoras?
- a) Supermercados
 - b) Centros comerciales
 - c) Restaurantes

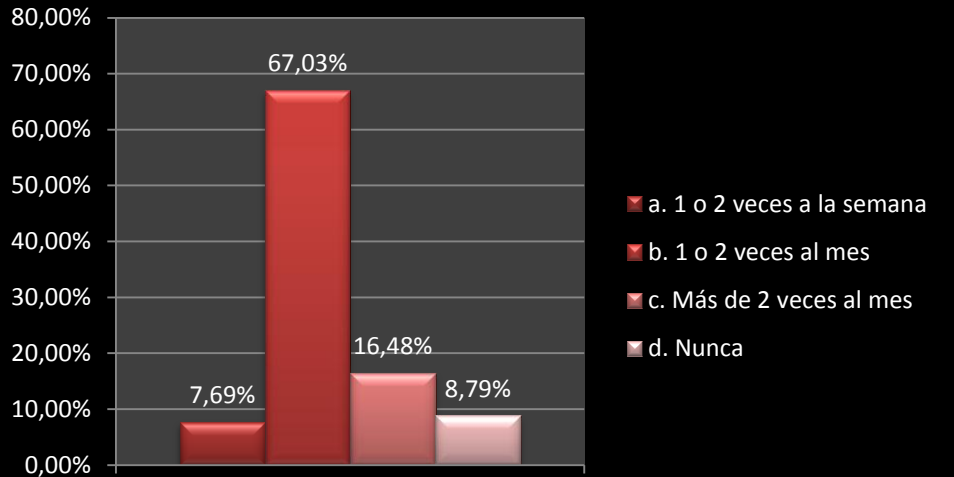
14. ¿Cómo le gustaría a usted que se dieran a conocer las maquinas dispensadoras de DVD para compra o alquiler?
- a) Volantes
 - b) Revistas
 - c) Periódicos
 - d) Radio

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

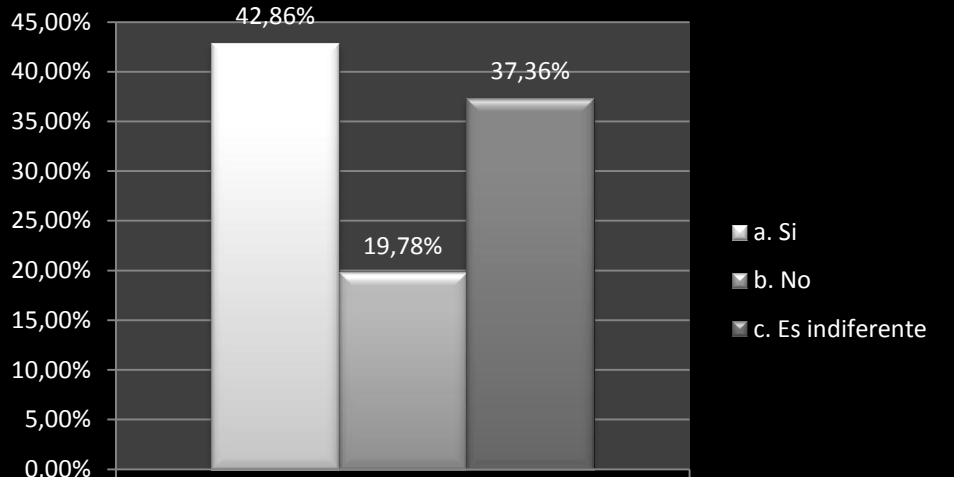




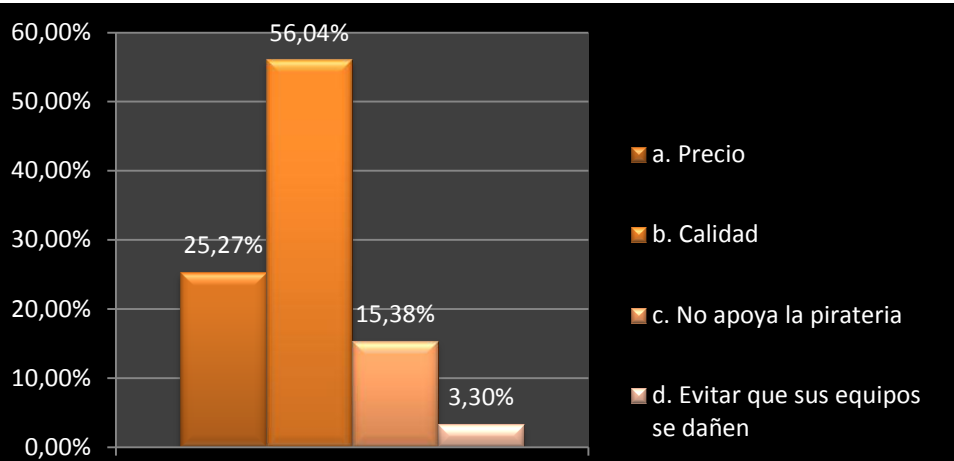
3. ¿Cuál es el medio por el cual usted alquila o compra películas en DVD?



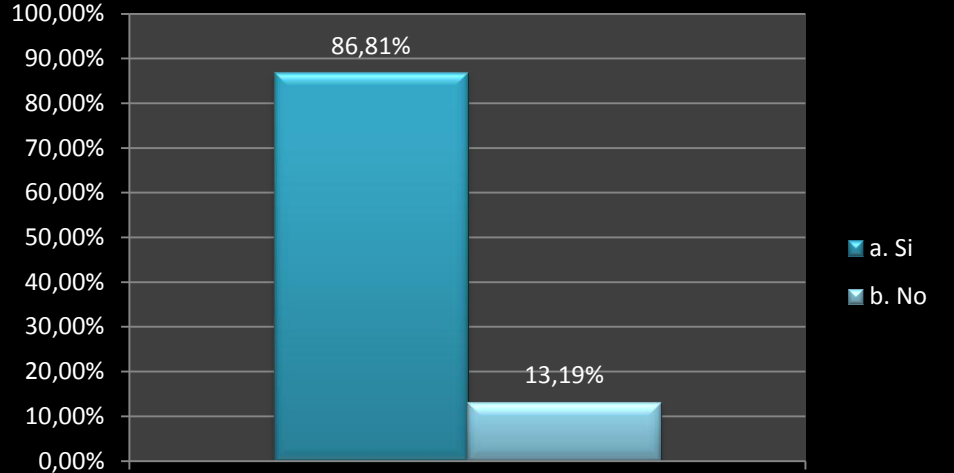
4. ¿Con qué frecuencia alquila o compra usted películas en DVD?



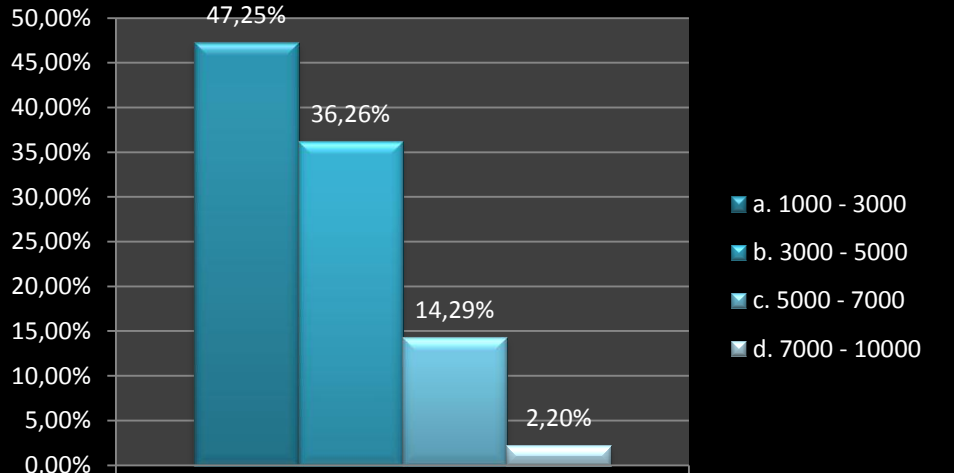
5. ¿Es relevante para usted que las películas que alquila o compra sean originales o piratas?



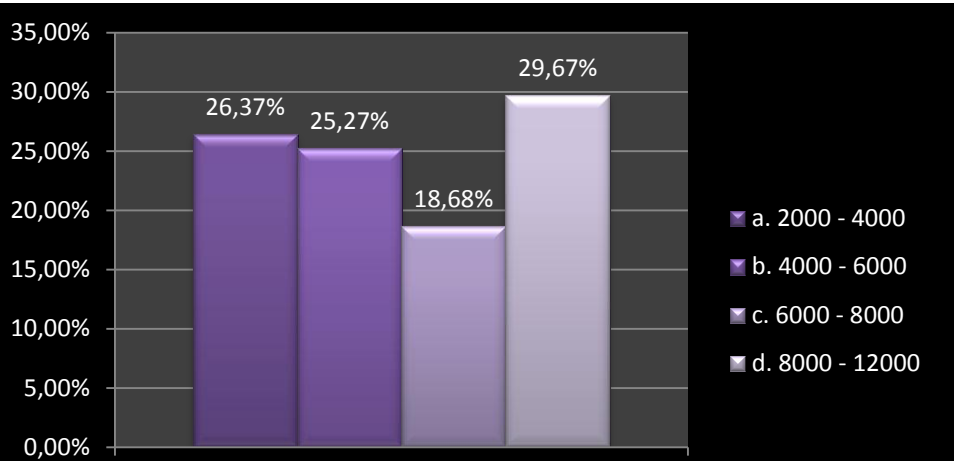
6. Para usted, ¿Cuál de estos factores es el mas importante para comprar o alquilar una pelicula original?



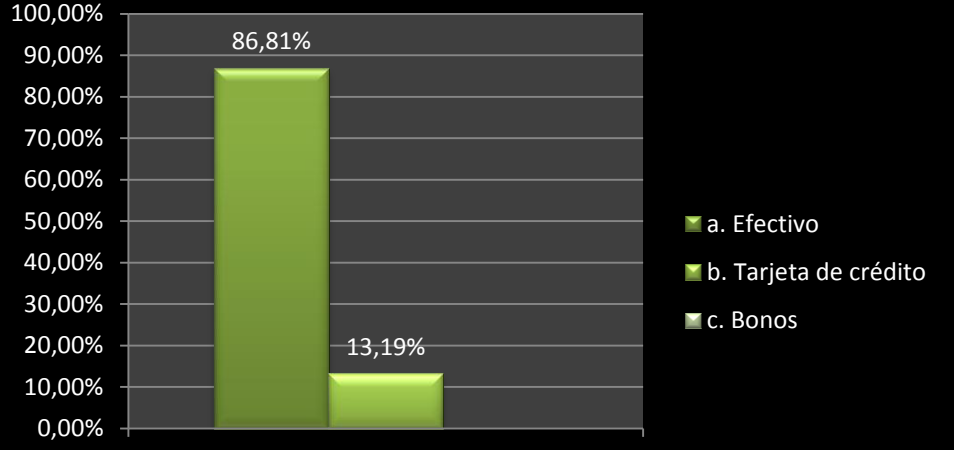
7. ¿Le gustaria alquilar o comprar DVD en una maquina dispensadora?



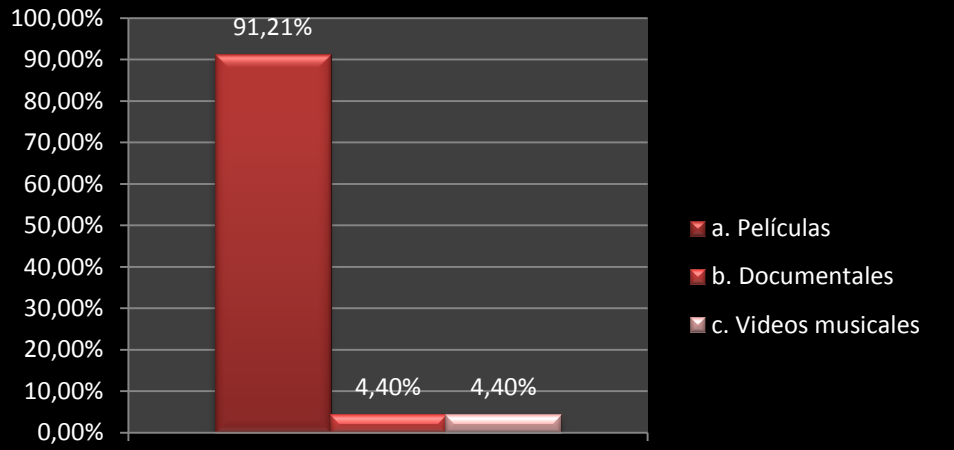
8. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por alquilar una pelicula en una máquina dispensadora?



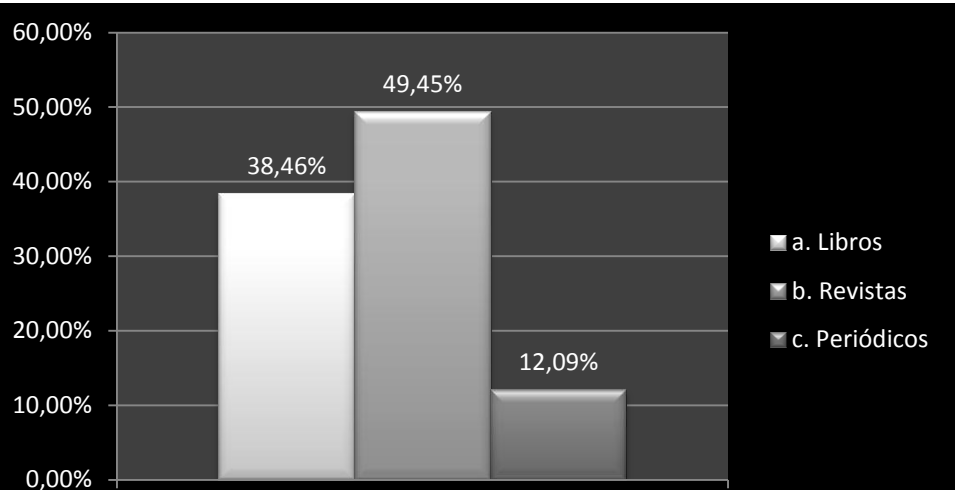
9. ¿Cuánto está usted dispuesto a pagar por comprar una película en una máquina dispensadora?



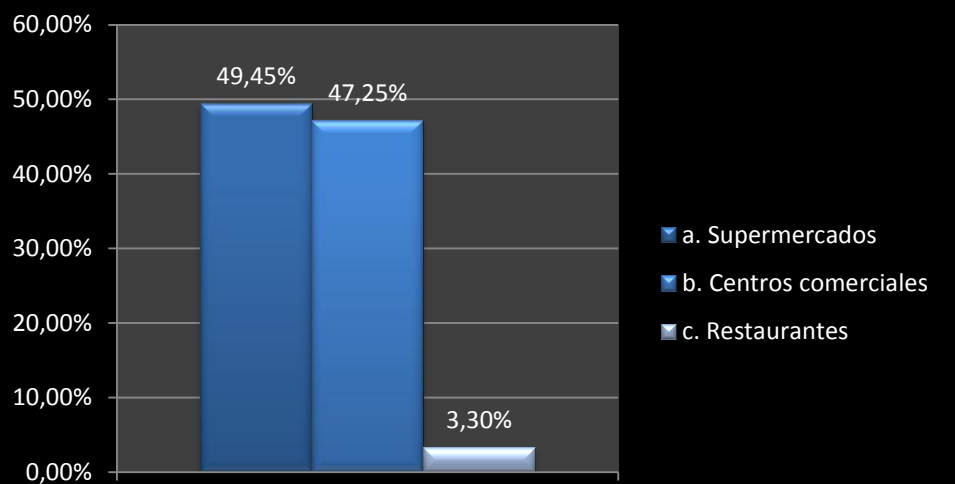
10. Para usted, ¿Cuál de estos medios prefiere para pagar el alquiler o compra de una película en una máquina dispensadora?



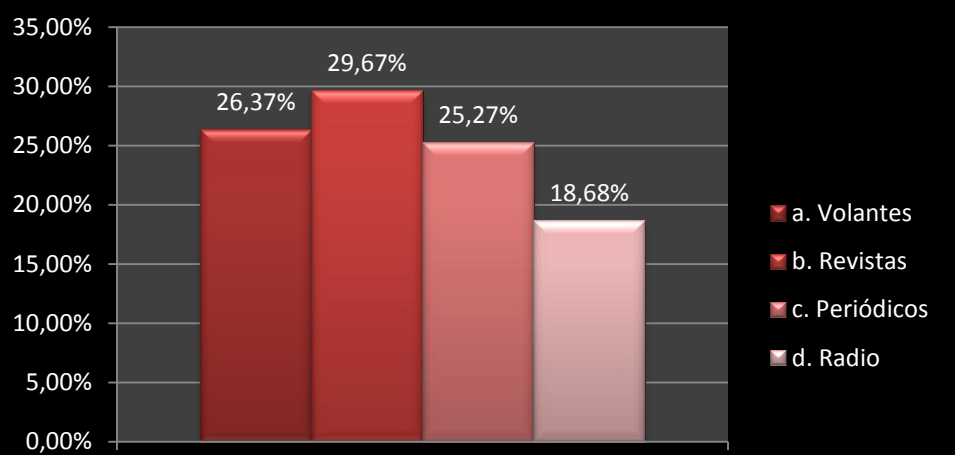
11. ¿Cuál de estos tipos de DVD está usted interesado en alquilar en una máquina dispensadora?



12. ¿Qué otro bien diferente a las películas en DVD le gustaría comprar en la máquina dispensadora?



13. ¿Dónde le gustaría encontrar las máquinas dispensadoras?



14. ¿Cómo le gustaría a usted que se diera a conocer las máquinas dispensadoras de DVD para compra o alquiler?

Anexo # 2

Competencia (Servicios sustitutos)				
	Disco tienda	Tiendas de alquiler	Cine	Piratería
Servicio	Vende	Vende nuevas y usadas) Alquila	Proyecta	Vende
Precio	15000 - 90000	N: 25000 - 90000 U: 12000 - 15000 29000 - 70000	6000 - 15000	1000 - 5000
Calidad	Buena	Nuevas: buena Usadas: regular Alquiladas: buena	Buena	Mala
Estrategias	Precio	Precio y promoción	Precio y promoción	Nada

Anexo # 3

Proyección de ventas

	Un.	2011	2012	2013	2014	2015	2016
VARIABLES MACROECONÓMICAS							
Inflación	%		6,00%	6,36%	6,76%	7,22%	7,74%
Devaluación	%		3,00%	3,09%	3,19%	3,29%	3,39%
PAGG	%		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
IPP	%		5,00%	5,05%	5,10%	5,15%	5,20%
Crecimiento PIB	%		4,00%	4,04%	4,08%	4,12%	4,16%
DTF T.A.	%		3,00%	3,03%	3,06%	3,09%	3,12%
VENTAS, COSTOS Y GASTOS							
Precio Por Producto							
Precio Producto 1	\$/ unid.		22.048	22.048	22.048	22.048	22.048
Precio Producto 2	\$/ unid.						
Precio Producto 3	\$/ unid.						
Precio Producto 4	\$/ unid.						
Precio Producto 5	\$/ unid.						
Unidades Vendidas por Producto							
Ventas Producto 1	unid.		12.000	12.840	13.739	14.701	15.730
Ventas Producto 2	unid.						
Ventas Producto 3	unid.						
Ventas Producto 4	unid.						
Ventas Producto 5	unid.						
Total Ventas							
Precio Promedio	\$		22.048,0	22.048,0	22.048,0	22.048,0	22.048,0
Ventas	unid.		12.000	12.840	13.739	14.701	15.730
Ventas	\$		264.576.000,0	297.251.136,0	334.120.680,7	375.743.881,4	422.757.370,5
Rebajas en Ventas							
Rebaja	% ventas		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Pronto pago	\$		0	0	0	0	0
Costos Unitarios Materia Prima							
Costo Materia Prima Producto 1	\$/ unid.		9.000	9.090	9.181	9.273	9.365
Costo Materia Prima Producto 2	\$/ unid.						

Costo Materia Prima Producto 3	\$ / unid.									
Costo Materia Prima Producto 4	\$ / unid.									
Costo Materia Prima Producto 5	\$ / unid.									
Costos Unitarios Mano de Obra										
Costo Mano de Obra Producto 1	\$ / unid.									
Costo Mano de Obra Producto 2	\$ / unid.									
Costo Mano de Obra Producto 3	\$ / unid.									
Costo Mano de Obra Producto 4	\$ / unid.									
Costo Mano de Obra Producto 5	\$ / unid.									
Costos Variables Unitarios										
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.									
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.									
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.									
Otros Costos de Fabricación										
Otros Costos de Fabricación	\$									
Costos Producción Inventariables										
Materia Prima	\$									
Mano de Obra	\$									
Materia Prima y M.O.	\$									
Depreciación	\$									
Agotamiento	\$									
Total	\$									
Margen Bruto	\$									
Gastos Operacionales										
Gastos de Ventas	\$									
Gastos Administración	\$									
Total Gastos	\$									
Capital de Trabajo										
Cuentas por cobrar										
Rotación Cartera Clientes	días									
Cartera Clientes	\$	0								
Cartera Clientes (Var.)	\$									
Provisión Cuentas por Cobrar	%									
Provisión Cuentas por Cobrar	\$									
Provisión Período	\$									
Inventarios										
Invent. Prod. Final Rotación	días costo									
Invent. Prod. Final	\$	0								
Invent. Prod. Final Variación	\$									
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días									
Invent. Prod. Proceso	\$	0								
Invent. Prod. Proceso Variación	\$									
Invent. Materia Prima Rotación	días compras									
Invent. Materia Prima	\$	0								
Invent. Materia Prima Variación	\$									
Total Inventario	\$									
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar										
Anticipos y Otras Cuentas por Cobar	\$	0								
Anticipos y Otras Cuentas por Cobar	\$									
Gastos Anticipados										
Gastos Anticipados	\$	0								
Acreedores Gastos Anticipados	\$									
Cuentas por Pagar										
Cuentas por Pagar Proveedores	días									
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	0								
Cuentas por Pagar Proveedores (Var.)	\$									
Acreedores Varios	\$									
Acreedores Varios (Var.)	\$									
Otros Pasivos	\$									
Otros Pasivos (Var.)	\$									
Activos iniciales										
Terrenos										
Valor Ajustado	\$	0								

Axi	\$		0	0	0	0	0	
Construcciones y Edificios								
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0	
Axi	\$		0	0	0	0	0	
Depreciación Período	\$		0	0	0	0	0	
Axi Depreciación acumulada	\$		0	0	0	0	0	
Depreciación acumulada	\$		0	0	0	0	0	
Valor neto	\$		0	0	0	0	0	
Maquinaria y Equipo								
Valor Ajustado	\$	80.625.500	80.625.500	80.625.500	80.625.500	80.625.500	80.625.500	
Axi	\$		0	0	0	0	0	
Depreciación Período	\$		8.062.550	8.062.550	8.062.550	8.062.550	8.062.550	
Axi Depreciación acumulada	\$		0	0	0	0	0	
Depreciación acum.	\$		8.062.550	16.125.100	24.187.650	32.250.200	40.312.750	
Valor neto	\$		72.562.950	64.500.400	56.437.850	48.375.300	40.312.750	
Muebles y Enseres								
Valor Ajustado	\$	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	
Axi	\$		0	0	0	0	0	
Depreciación Período	\$		400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	
Axi Depreciación acumulada	\$		0	0	0	0	0	
Depreciación acum.	\$		400.000	800.000	1.200.000	1.600.000	2.000.000	
Valor neto	\$		1.600.000	1.200.000	800.000	400.000	0	
Equipo de Transporte								
Valor Ajustado	\$	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	
Axi	\$		0	0	0	0	0	
Depreciación Período	\$		300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	
Axi Depreciación acumulada	\$		0	0	0	0	0	
Depreciación acum.	\$		300.000	600.000	900.000	1.200.000	1.500.000	
Valor neto	\$		2.700.000	2.400.000	2.100.000	1.800.000	1.500.000	
Equipo de Oficina								
Valor Ajustado	\$	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	
Axi	\$		0	0	0	0	0	
Depreciación Período	\$		240.000	240.000	240.000	240.000	240.000	
Axi Depreciación acumulada	\$		0	0	0	0	0	
Depreciación acum.	\$		240.000	480.000	720.000	960.000	1.200.000	
Valor neto	\$		960.000	720.000	480.000	240.000	0	
Semovientes pie de Cría								
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0	
Axi	\$		0	0	0	0	0	
Amortización Período	\$		0	0	0	0	0	
Axi Amortización acumulada	\$		0	0	0	0	0	
Amortización acum.	\$		0	0	0	0	0	
Valor neto	\$		0	0	0	0	0	
Cultivos Permanentes								
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0	
Axi	\$		0	0	0	0	0	
Amortización Período	\$		0	0	0	0	0	
Axi Amortización acumulada	\$		0	0	0	0	0	
Amortización acum.	\$		0	0	0	0	0	
Valor neto	\$		0	0	0	0	0	
Inversiones (Inicio Período)								
Terrenos	\$	0	0	0	0	0	0	
Construcciones y Edificios	\$	0	0	0	0	0	0	
Maquinaria y Equipo	\$	80.625.500	0	0	0	0	0	
Muebles y Enseres	\$	2.000.000	0	0	0	0	0	
Equipo de Transporte	\$	3.000.000	0	0	0	0	0	
Equipos de Oficina	\$	1.200.000	0	0	0	0	0	
Semovientes pie de Cría	\$	0	0	0	0	0	0	
Cultivos Permanentes	\$	0	0	0	0	0	0	
Total Inversiones	\$		0	0	0	0	0	
Otros Activos								
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0	
Variación			0	0	0	0	0	
Impuestos								
Renta								

Patrimonio	\$	50.000.000	96.509.138	179.746.233	280.916.088	402.598.374	547.746.131
Renta Presuntiva sobre patrimonio Liquido	%		10,00%	15,00%	15,00%	10,00%	10,00%
Renta Presuntiva	\$		5.000.000	14.476.371	26.961.935	28.091.609	40.259.837
Renta Liquida	\$		71.552.521	128.057.069	155.645.931	187.203.516	223.304.242
Renta Presuntiva	%		35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%
Impuesto Renta	\$		25.043.382	44.819.974	54.476.076	65.521.231	78.156.485
Impuestos por Pagar	\$		25.043.382	44.819.974	54.476.076	65.521.231	78.156.485
Pago de Impuesto Renta	\$		0	25.043.382	44.819.974	54.476.076	65.521.231
Estructura de Capital							
Capital Socios	\$	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Capital Adicional Socios	\$	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Fondo Emprender	\$	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	\$	53.500.000	0	0	0	0	0
Patrimonio							
Capital Social	\$	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Reserva Legal Período	\$		0	4.650.914	8.323.709	10.116.986	1.908.391
Reserva Legal Acumulada	\$		0	4.650.914	12.974.623	23.091.609	25.000.000
Utilidades Retenidas	\$		0	41.858.224	116.771.610	207.824.479	327.598.374
Utilidades del Ejercicio	\$		46.509.138	83.237.095	101.169.855	121.682.285	145.147.757
Base Revalorización	\$	50.000.000	50.000.000	96.509.138	179.746.233	280.916.088	402.598.374
Revalorización patrimonio período	\$		0	0	0	0	0
Revalorización patrimonio acumulado	\$		0	0	0	0	0
TOTAL PATRIMONIO	\$						
Dividendos							
Utilidades Repartibles	\$		-	41.858.224	116.771.610	207.824.479	327.598.374
Dividendos	%		0%	0%	0%	0%	0%
Dividendos	\$		-	-	-	-	-

Anexos # 4

Balance General

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
BALANCE GENERAL						
Activo Corriente						
Efectivo	16.674.500	19.227.871	112.058.707	212.232.915	333.801.866	479.878.755
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar						
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	78.001.700	83.812.100	90.091.399	96.877.438	104.211.110
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	0	0	0	0	0	0
Amortización Acumulada	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados Neto	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	16.674.500	97.229.571	195.870.807	302.324.314	430.679.304	584.089.865
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Depreciación Acumulada Planta						
Construcciones y Edificios Neto	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	80.625.500	80.625.500	80.625.500	80.625.500	80.625.500	80.625.500
Depreciación Acumulada		-8.062.550	-16.125.100	-24.187.650	-32.250.200	-40.312.750
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	80.625.500	72.562.950	64.500.400	56.437.850	48.375.300	40.312.750
Muebles y Enseres	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Depreciación Acumulada		-400.000	-800.000	-1.200.000	-1.600.000	-2.000.000
Muebles y Enseres Neto	2.000.000	1.600.000	1.200.000	800.000	400.000	0
Equipo de Transporte	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Depreciación Acumulada		-300.000	-600.000	-900.000	-1.200.000	-1.500.000
Equipo de Transporte Neto	3.000.000	2.700.000	2.400.000	2.100.000	1.800.000	1.500.000
Equipo de Oficina	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Depreciación Acumulada		-240.000	-480.000	-720.000	-960.000	-1.200.000
Equipo de Oficina Neto	1.200.000	960.000	720.000	480.000	240.000	0

Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Agotamiento Acumulada		0	0	0	0	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Agotamiento Acumulada		0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	86.825.500	77.822.950	68.820.400	59.817.850	50.815.300	41.812.750
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO	103.500.000	175.052.521	264.691.207	362.142.164	481.494.604	625.902.615
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	25.043.382	44.819.974	54.476.076	65.521.231	78.156.485
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	53.500.000	53.500.000	40.125.000	26.750.000	13.375.000	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	53.500.000	78.543.382	84.944.974	81.226.076	78.896.231	78.156.485
Patrimonio						
Capital Social	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	4.650.914	12.974.623	23.091.609	25.000.000
Utilidades Retenidas	0	0	41.858.224	116.771.610	207.824.479	327.598.374
Utilidades del Ejercicio	0	46.509.138	83.237.095	101.169.855	121.682.285	145.147.757
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
TOTAL PATRIMONIO	50.000.000	96.509.138	179.746.233	280.916.088	402.598.374	547.746.131
TOTAL PAS + PAT	103.500.000	175.052.521	264.691.207	362.142.164	481.494.604	625.902.615

Estado de resultados

	2012	2013	2014	2015	2016
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	264.576.000	297.251.136	334.120.681	375.743.881	422.757.370
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	108.000.000	116.715.600	126.134.549	136.313.607	147.314.115
Depreciación	9.002.550	9.002.550	9.002.550	9.002.550	9.002.550
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	147.573.450	171.532.986	198.983.582	230.427.724	266.440.705
Gasto de Ventas	36.480.000	37.574.400	38.701.632	39.862.681	41.058.561
Gastos de Administracion	34.442.400	785.000	785.000	785.000	785.000
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	76.651.050	133.173.586	159.496.950	189.780.043	224.597.144
Otros ingresos					
Intereses	5.098.529	5.116.517	3.851.019	2.576.528	1.292.902
Otros ingresos y egresos	-5.098.529	-5.116.517	-3.851.019	-2.576.528	-1.292.902
Revalorización de Patrimonio	0	0	0	0	0
Ajuste Activos no Monetarios	0	0	0	0	0
Ajuste Depreciación Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	71.552.521	128.057.069	155.645.931	187.203.516	223.304.242
Impuestos (35%)	25.043.382	44.819.974	54.476.076	65.521.231	78.156.485
Utilidad Neta Final	46.509.138	83.237.095	101.169.855	121.682.285	145.147.757

Flujo de Caja

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		76.651.050	133.173.586	159.496.950	189.780.043	224.597.144
Depreciaciones		9.002.550	9.002.550	9.002.550	9.002.550	9.002.550
Amortización Gastos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-25.043.382	-44.819.974	-54.476.076	-65.521.231

Neto Flujo de Caja Operativo		85.653.600	117.132.754	123.679.526	144.306.518	168.078.463
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos3		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		-78.001.700	-5.810.400	-6.279.299	-6.786.039	-7.333.672
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	-78.001.700	-5.810.400	-6.279.299	-6.786.039	-7.333.672
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-80.625.500	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-2.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	-3.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-1.200.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-86.825.500	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-86.825.500	-78.001.700	-5.810.400	-6.279.299	-6.786.039	-7.333.672
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	53.500.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	-13.375.000	-13.375.000	-13.375.000	-13.375.000
Intereses Pagados		-5.098.529	-5.116.517	-3.851.019	-2.576.528	-1.292.902
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0
Capital	50.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	103.500.000	-5.098.529	-18.491.517	-17.226.019	-15.951.528	-14.667.902
Neto Periodo	16.674.500	2.553.371	92.830.837	100.174.208	121.568.951	146.076.889
Saldo anterior	16.674.500	19.227.871	112.058.707	112.058.707	212.232.915	333.801.866
Saldo siguiente	16.674.500	19.227.871	112.058.707	212.232.915	333.801.866	479.878.755

Salidas

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Supuestos Macroeconómicos						
Variación Anual IPC						
Devaluación	6,00%	6,36%	6,76%	7,22%	7,74%	
Variación PIB	3,00%	3,09%	3,19%	3,29%	3,39%	
DTF ATA	4,00%	4,04%	4,08%	4,12%	4,16%	
	3,00%	3,03%	3,06%	3,09%	3,12%	
Supuestos Operativos						
Variación precios	N.A.	5,0%	5,0%	5,1%	5,2%	
Variación Cantidades vendidas	N.A.	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%	
Variación costos de producción	N.A.	7,4%	7,5%	7,5%	7,6%	
Variación Gastos Administrativos	N.A.	-97,7%	0,0%	0,0%	0,0%	
Rotación Cartera (días)	0	0	0	0	0	
Rotación Proveedores (días)	0	0	0	0	0	
Rotación inventarios (días)	240	240	240	240	240	
Indicadores Financieros Proyectados						
Liquidez - Razón Corriente	3,88	4,37	5,55	6,57	7,47	
Prueba Acida	1	3	4	5	6	
Rotación cartera (días)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Rotación Inventarios (días)	106,1	101,5	97,1	92,8	88,7	
Rotación Proveedores (días)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Nivel de Endeudamiento Total	44,9%	32,1%	22,4%	16,4%	12,5%	
Concentración Corto Plazo	0	1	1	1	1	
Ebitda / Gastos Financieros	1680,0%	2778,8%	4375,5%	7715,1%	18067,9%	

Ebitda / Servicio de Deuda	1680,0%	768,9%	978,2%	1246,2%	1592,6%
Rentabilidad Operacional	29,0%	44,8%	47,7%	50,5%	53,1%
Rentabilidad Neta	17,6%	28,0%	30,3%	32,4%	34,3%
Rentabilidad Patrimonio	48,2%	46,3%	36,0%	30,2%	26,5%
Rentabilidad del Activo	26,6%	31,4%	27,9%	25,3%	23,2%

Flujo de Caja y Rentabilidad

Flujo de Caja Proyectado y rentabilidad. Cifras en Miles de Pesos

Flujo de Operación		85.653.600	117.132.754	123.679.526	144.306.518	168.078.463
Flujo de Inversión	-	-	-5.810.400	-6.279.299	-6.786.039	-7.333.672
Flujo de Financiación	103.500.000	-5.098.529	-18.491.517	-17.226.019	-15.951.528	-14.667.902
Flujo de caja para evaluación	-	7.651.900	111.322.354	117.400.226	137.520.479	160.744.791
Tasa de descuento Utilizada		25%	25%	25%	25%	25%
Flujo de caja descontado	103.500.000	6.121.520	89.057.883	93.920.181	110.016.383	128.595.833

Criterios de Decisión

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	25%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	64,92%
VAN (Valor actual neto)	142.977.984
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	0,97
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	2 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	51,69%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	12 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes