

**MINI-CANCHEROS**

*AMBIENTAMOS TU TRIBUNA, CANCHERIAMOS CON EL RECICLAJE.*



**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

**Nicolás Nupia Calderón**

**Jairo Andrés Becerra González**

**Tutor:**

**Hernán Cortes Cerón**

**Facultad Administración de Empresas**

**División Ciencias Económicas, Administrativas Y Contables**

**Jornada Diurna**

**Bogotá D.C.**

**2016**

Producto MINI CANCHEROS

SECTOR: Otras actividades Profesionales, científicas y técnicas

S.A.S. (SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS)

Actividad Principal: Producción de mini estadios de futbol a escala de colección con materiales reciclables

## CONTENIDO

1. Introducción .....	7
1.1 Justificación .....	9
1.2 Objetivos de Trabajo .....	14
1.3 Metodología .....	15
2. Planeación estratégica .....	23
2.1 Misión .....	23
2.2 Visión .....	23
2.3 Estrategias de impulso de la empresa en los mercados .....	23
2.4 Objetivos Tácitos .....	24
2.5 Objetivos Operacionales .....	24
2.5 Objetivos Comerciales .....	25
2.6 Sistemas, Métodos y Procedimientos para la producción del bien o servicio .....	25
2.7 Políticas, Normas internas y manuales de procesos para la administración de Recurso Humanos .....	26
3. Contextualización del Producto .....	31
3.1 Identificación de las necesidades de los consumidores .....	31
3.2 Marca, Logo y Slogan del producto o servicio .....	33
3.3 Ficha Técnica del Producto o Servicio .....	33
3.4 Uso y manejo del producto o servicio .....	34
3.5 Resumen del modelo del negocio .....	35
4. Estudio del mercado .....	36
4.1 Investigación del mercado .....	36
4.1.1 Análisis del sector .....	36
4.1.2 Análisis de la Oferta .....	39
4.1.3 Análisis de la Demanda .....	45
4.2 Plan de Mercado .....	45
4.2.1 Estrategias de penetración del mercado .....	45
4.2.1 Estrategias de Distribución .....	46
4.2.2 Estrategias de Promoción .....	46
4.2.3 Estrategias de Precio .....	47

4.2.4 Costo de Ventas .....	48
5. Estudio de los procesos de las operaciones .....	51
5.1 Diagrama de Flujo .....	51
5.2 Costos de Producción .....	52
5.3 Inversiones en infraestructura .....	53
5.4 Inversiones de capital de trabajo .....	55
6. Estudio de la Estructura Organizacional .....	56
6.1 Organigrama .....	57
6.2 Manual de funciones .....	58
6.3 Registro legal del proyecto: escritura, matrícula y registró .....	59
6.4 Apoyos logísticos de la administración .....	60
7. Estudio Financiero .....	62
7.1 Flujo de caja explicado .....	62
7.2 Indicadores de viabilidad .....	65
8. Dirección .....	66
8.1 Motivación .....	66
8.2 Liderazgo .....	67
9. Control .....	68
9.1 Indicadores de Gestión .....	68
10. Conclusión .....	69
11. Bibliografía .....	70

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Aficionados encuestados .....	17
Tabla 2. Mercado Potencial.....	31
Tabla 3. Entrada aficionados .....	32
Tabla 4. Datos Generales.....	34
Tabla 5. Especificaciones Innovación del Producto .....	34
Tabla 6. Dimensiones .....	34
Tabla 7. Datos y artes Maquetas. ....	42
Tabla 8. Datos Rivas Maquetas .....	42
Tabla 9 Datos Diseño Arquitectónico .....	43
Tabla 10. Precios Competencia .....	47
Tabla 11. Estado de costos... ..	48
Tabla 12. Punto de equilibrio en ventas .....	49
Tabla 13. Materia Prima .....	53
Tabla 14. Insumos .....	54
Tabla 15. Maquinaria .....	54
Tabla 16. Personal Encargado. ....	55
Tabla 17. Especificaciones Cargo Gerente General. ....	58
Tabla 18. Especificaciones Cargo Gerente de Ventas Y Mercadeo. ....	58
Tabla 19. Especificaciones Cargo Asesor Externo .....	59
Tabla 20. Salario empleado .....	60
Tabla 21 Nomina Anual .....	61
Tabla 22. Gatos creación de empresa. ....	61
Tabla 23 Balance General .....	62
Tabla 24 Estado de Resultados. ....	63

Tabla 25 Flujo de caja .....	63
------------------------------	----

### **LISTA DE DIAGRAMAS**

Diagrama 1. Marqueterías .....	38
Diagrama 2 Competencia Mini Cancheros. ....	40
Diagrama 3. Diagrama de flujo del proceso de elaboración.....	46
Diagrama 4. Organigrama .....	51

### **LISTA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1. Logo de Mini Cancheros .....	31
Ilustración 2. Punto de Equilibrio .....	47

### **LISTA DE GRAFICAS**

Grafica 1-1. Resultado Aficionados Encuestados.....	17
Grafica 1-2. Resultado Aficionados Encuestados.....	17
Grafica 1-3. Resultado Aficionados Encuestados.....	18
Grafica 1-4. Resultado Aficionados Encuestados.....	18
Grafica 1-5. Resultado Aficionados Encuestados.....	19
Grafica 1-6. Actividad Económica Sector.....	34
Grafica 1-7. Actividad Económica Sociedades .....	35
Grafica 1-8. Actividad Económica Persona Natural.....	36
Grafica 1-9. Actividad Económica Regional.....	37
Grafica 1-10. Generación de Empleo.....	38

## 1. Introducción

Este documento tiene como fin desarrollar una empresa de diseño basada en la creación de mini estadios de fútbol a escala con asesoramiento de un Arquitecto, en el cual nuestro valor agregado son materiales reciclables los cuales son un elemento fundamental para la creación de nuevos productos.

Este proyecto fue desarrollado con base en el análisis del mercado, costos y procesos de producción en el cual los materiales reciclables que encontramos a diario en casas, oficinas, universidades, colegios, son la base de nuestra empresa, es así como el cartón, envases de plástico, latas, hojas impresas, periódicos, hojas de jardín, entre otros hacen factible la creación de nuevos productos a bajos costos y alta calidad.

Si bien las empresas se están basando en construcción de productos en los cuales la materia prima sean artículos que se reciclan, nosotros vemos que esta oportunidad de negocio y de compromiso con nuestro medio ambiente es fundamental para generar nuevas iniciativas de comercialización de productos a base de estos materiales, genera una visualización del enfoque de empresa, no sea únicamente el benéfico económico sino un mensaje de valoración de nuestro planeta.

Para nosotros es importante y de gran utilidad mantener esta propuesta, ya que de igual manera la gran industria debe dejar atrás sus proyectos míopicos. Debe pensar a escala industrial. Como empresas líderes, responsables de los residuos de sus productos, y como transformadores de materiales, deben impulsar nuevas cadenas de valor. Así podrán impulsar nuevos negocios y generar empleo. (Van Hoof,2011)

De esta manera nuestra idea va encaminada a las personas que les apasiona el futbol, personas que encuentran una satisfacción coleccionando piezas o artículos de sus equipos predilectos, haciendo apertura a nuevas ideas de negocio, teniendo en cuenta un manejo adecuado de la planeación estratégica para dar un fortalecimiento a la organización.

## 1.1 Justificación

Teniendo en cuenta el proceso de investigación realizado por las partes involucradas en este proyecto, nace de la necesidad de ver como se desaprovechan materiales que encontramos en casas, universidades, oficinas y lo que hacemos es seguir contaminando el medio ambiente, es de ahí donde vemos el alza que ha tenido la venta de mini estadios de futbol a escala, los amantes de este deporte han evidenciado que les gustaría tener el estadio de colección del equipo preferido ya sea Nacional como Internacional.

Toda la metodología implementada en este trabajo la realizaremos con base en el recorrido académico realizado durante nuestra carrera, implementado proceso y procedimientos que estarán supervisados por docentes y personal capacitado para el surgimiento de esta nueva empresa.

Nuestra empresa desarrollara un producto de diseño, teniendo en cuenta aspectos artísticos de la personalización que se le va a brindar a cada producto, buscando un impacto positivo relación costo- Producto, ya que vemos una oportunidad de apertura de mercado, teniendo en cuenta que el cliente va a tener un artículo de colección satisfaciendo su necesidad y mini-cancheros una rentabilidad.

El resultado esperado a largo plazo es obtener un producto 100% con materiales reciclados, tales como: Cartón, envases plásticos, latas, papelería, entre otros, esto hace la contribución para mantener como primera medida nuestro planeta, según el ministro de medio ambiente *“Es importante que los ciudadanos contribuyan de diversas maneras en este ejercicio, en el que además interactúan los recicladores, proveedores de materia prima y la industria que transforma los residuos en nuevos productos”* López- Vallejo (2015)

Según Cempre (compromiso empresarial para el reciclaje), el compromiso que se ha adquirido para que las grandes organizaciones reciclen, es que transformen productos con elementos reciclados esto hace que se optimicen los recursos y se minimicen los residuos, es ahí donde los nuevos proyectos empresariales abarcan un comercio en donde los productos reciclables son la base de nuevas propuestas nacionales como internacionales.

Un estudio realizado en mercado de reciclaje, indica que las exportaciones con productos reciclables han crecido en un 11,15% respecto a los años anteriores, con ello esta industria ha tenido un impacto de favorabilidad en los consumidores. (Dane 2014)

Si bien es importante resaltar como la industria ha crecido en un 39.1% donde las empresas reciclan 1.710 toneladas al año. (Aluna Consultores (2015). Queremos a partir de nuestra empresa se rompa esa barrera del reciclaje en cada uno de sus hogares y se den cuenta que con este proceso se puede hacer tres cosas fundamentales:

1. Creación de empresa.
2. Reciclaje en cada uno de los hogares colombianos.
3. Contribuimos con el cambio de mentalidad para la conservación del medio ambiente.

**Antecedentes.**

Hasta la Revolución Industrial (S. XIX) el hombre pudo contrarrestar los efectos perniciosos de la basura había hecho a la naturaleza. La población estaba tan ocupada recuperando prendas de ropa, metales, piedras y otros materiales y dándoles nuevos usos que hay historiadores que han bautizado aquel periodo como “la edad de oro del reciclaje”. A principios del siglo XX, llegó el “boom consumista del usar y tirar”, con productos y envases de un sólo uso, que provocó un problema generalizado que sigue hasta nuestros días de la excesiva acumulación de basura en los vertederos. (Conciencia Eco, 2015)

Actualmente, diversas campañas de concienciación abogan por el uso consciente del agua, y de energía mediante un consumo responsable y de la importancia del reciclaje con la separación la basura desde los hogares en el contenedor correspondiente. Tal es el impacto de estas campañas ambientales que en muchos lugares del mundo, que el reciclaje está incorporada a nuestros hábitos de vida saludable, como puede ser tomar fruta o hacer deporte. El reciclaje ha calado hondo en nuestra sociedad actual, tanto es así que ha nacido el “Upcycling” como tendencia artística del siglo XXI. Esta nueva tendencia se basa en el acto de la reutilización de objetos o materiales de desecho como materia prima para la creación de obras de arte. (Conciencia Eco, 2015).

Una vez un nicho industrial apenas apreciado, el reciclaje se ha convertido en una industria de miles de millones de dólares. Como la presión por los recursos naturales limitados de la Tierra se incrementa, también lo hace la importancia del reciclaje. La fabricación de productos con materiales reciclados consume menos energía, reduce los

residuos y conserva los recursos naturales. En este momento hay miles de productos hechos con materiales reciclados.

Los productos reciclados dominan algunas categorías de productos de papel, pero van a la zaga en otras áreas, tales como: papel de carta, donde los productos reciclados representan sólo el 10% del volumen de ventas.

Muchos artículos domésticos comunes contienen plásticos reciclados. Estos incluyen: bolsas de basura y botes de basura revestidos, botellas de detergente, bolígrafos, juguetes, cortinas de baño y contenedores de reciclaje, por nombrar sólo algunos.

(Donald, 2015)

#### FORMAS DEL RECICLAJE:

- Reciclaje de aluminio
- Reciclaje del vidrio
- Reciclaje de pilas y baterías
- Reciclaje de cemento
- Reciclaje de papel
- Reciclaje de cartón
- Reciclaje de plástico
- Reciclaje de tetra pak
- Reciclaje de computadoras
- Conversión en papel
- Conversión en composta para abono

Crear conciencia a través de campañas para reciclar desde nuestros propios hogares.  
(Hernández Ramos, 2011)

Una muestra de este gran beneficio que tiene el reciclaje y la creación de empresas son: Tejas y placas hechas a base de tetra packs. Empaques para alimentos 100% biodegradables. Bolsos elaborados con el caucho de los neumáticos. Ropa 100% orgánica para bebés. Todos son productos pensados para mejorar nuestra vida y la del planeta. Y además, productos colombianos, elaborados por emprendedores preocupados por el medio ambiente. (Twenergy, 2014)

## 1.2 Objetivos del trabajo

### Objetivo General

Desarrollar una empresa para la producción y comercialización de mini estadios de futbol a escala con algunos materiales reciclables, con el fin de conservar el medio ambiente, concientizando a los consumidores de lo importante que es reciclar.

### Objetivos Específicos

- Diseñar un prototipo a escala, como muestra de los diferentes equipos nacionales como internacionales.
- Seleccionar los materiales reciclables para la elaboración de los mini estadios.
- Imprimir instrucciones sobre la forma de emplear los materiales reciclables.

### 1.3 Metodología

En este proceso que se desarrolló se indicará la metodología llevada a cabo bajo un proceso investigativo y sus resultados para la viabilidad de este proyecto.

- a. Investigar las preferencias de los posibles consumidores del producto.
- b. Definir con los clubes de futbol más representativos, las autorizaciones para utilizar la marca y emblema de cada uno.
- c. Desarrollar un prototipo a escala, para cada equipo, como muestra impulsadora del producto.

#### 1. Planeación de las necesidades del consumidor y su impacto en el mercado.

Tras un comité con los integrantes del grupo en noviembre del 2015, donde se planteaba un proyecto en el cual su valor agregado tendría que ser la conservación del medio ambiente o un mensaje basados en el reciclaje, al desarrollar varias ideas logramos observar un mercado potencial en este caso los aficionados al futbol, en otras palabras los famosos “Hinchas”, es donde nos enfocamos en el lugar en el cual se sienten más cómodos y les gusta estar, en este caso hablamos del estadio, la idea es desarrollar un mini estadio de futbol a escala con materiales que se puedan reciclar.

El grupo de trabajo empezó a realizar una investigación para tener certeza de que se tenía un enfoque para penetrar un mercado en el cual no sea potenciado de la manera más efectiva.

Las herramientas con las cuales procedimos son encuestas a aficionados de Millonarios, Santa fe y personas, a quienes les guste el futbol como deporte, ver los materiales con los cuales se va a desarrollar y su costo en su elaboración, sin olvidar la calidad y facilidad de

adquisición. Con los resultados obtenidos se dió paso a desarrollar la idea de negocio llamada: *MINI-CANCHEROS*.

Daremos a conocer los resultados obtenidos a los aficionados de los equipos mencionados y también a los amantes del futbol para generar ese valor agregado, a los cuales queremos llevar nuestra idea y ser competitivos en el mercado.

### **Análisis de Resultados**

La encuesta realizada a los aficionados al futbol, y personas del común en el año 2016 de la ciudad de Bogotá nos muestra, se realizó con las siguientes preguntas:

- ¿Compraría el mini-estadio de fútbol de su equipo preferido local?
- ¿Adquiriría el estadio de fútbol de su club internacional favorito?
- ¿Les gustaría que los mini-estadios sean desarrollados con las insignias del equipo y diseño como lo reflejan al ir al estadio?

La encuesta fue realizada a las afueras del estadio NEMESIO CAMACHO. “EL CAMPIN”, y sus alrededores.

Calculo de la muestra población finita

N: Total de población: 122.000

Za: 1.96 al cuadrado

P: Proporción esperada: 0.16

q: 1-p: 0.84

d: precisión 5%

$$\text{Fórmula: } n = \frac{122.000 * 196^2 * 0.16 * 0.84}{0.05^2 * (122.000 - 1) + 1.96^2 * 0.16 * 0.84} = 196$$

Mini-Cancheros estudiaría de una población de aficionados de 122.000 en la ciudad de Bogotá a 196, se consolida en 200 aficionados.

Total encuetados: 200

Hombres: 150

Mujeres: 50

Tipo de Población: Hinchas del Futbol.

Personas Encuestadas

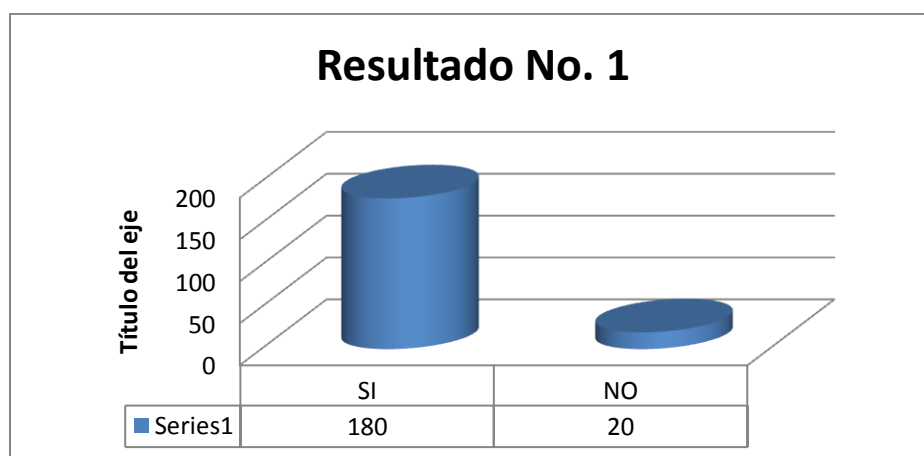
**Tabla 1 – Aficionados Encuestados**

1. Aficionados de Millonarios
2. Aficionados de Santa fe
3. Aficionados de Otros clubes Colombianos
4. Aficionados del futbol

Fuente: Autoría Propia

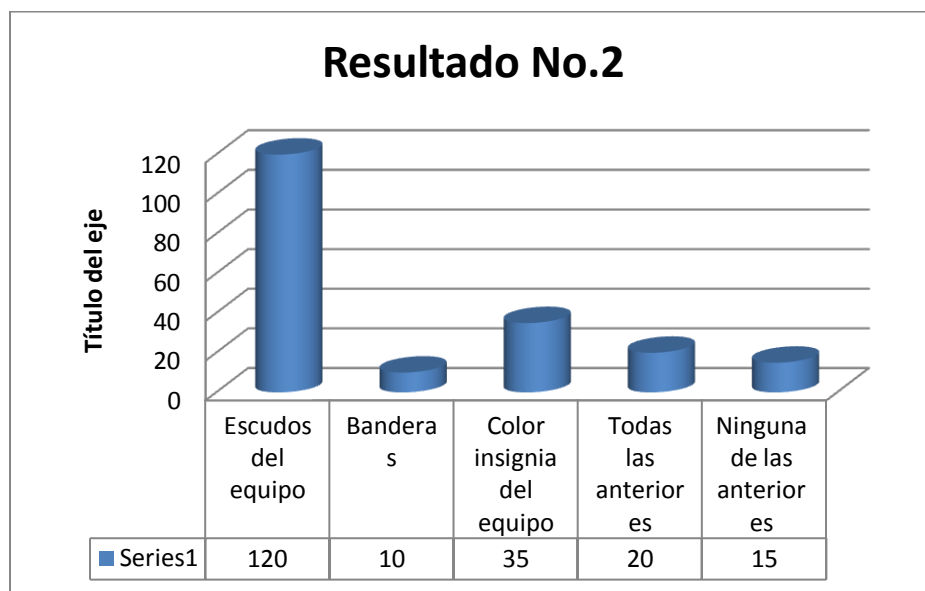
Resultados obtenidos

### Graficas



1. Le gustaría adquirir un mini estadio de futbol a escala de su equipo favorito colombiano.

**Grafica 1-1 Resultado Aficionados Encuestados**



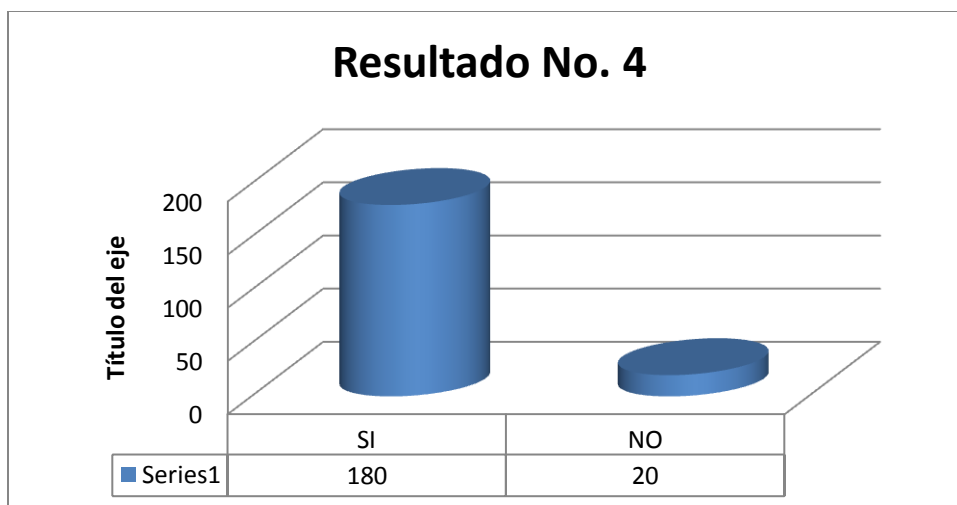
2. Que elementos decorativos le gustaría que tuviera su estadio.

**Grafica 1-2 Resultado Aficionados Encuestados**



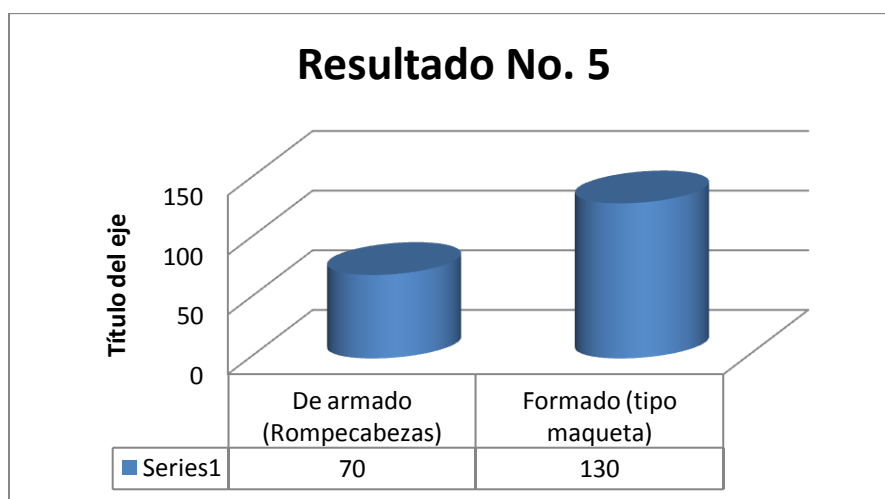
3. Cuanto estaría dispuesto pagar por un mini estadio de futbol.

**Grafica 1-3 Resultado Aficionados Encuestados**



4. Es atractivo los materiales reciclables que se utilizara en el producto.  
(Botellas, cartón, latas, toda clase de papel con el que sea manipulable)

**Grafica 1-4 Resultado Aficionados Encuestados**



5. Como prefiere el producto final

**Grafica 1-5 Resultado Aficionados Encuestados**

¿Cómo podemos observar que en las gráficas se refleja el interés por los consumidores en adquirir los mini estadios de futbol a escala, ya que tiene como fin tener el artículo con el cual ellos se sentirán cómodos cada ocho días, y así para muchos de ellos completar la colección de su equipo predilecto o simplemente tener una pieza única?

Nos muestra un alto índice de acogida por nuestra materia prima, porque es muy atractivo el mensaje que referenciamos, en cada consumidor, al verificar que se pueden hacer productos atractivos con estos materiales reciclables.

1. En la primera grafica observamos que el 95 % de los encuestados acepta el producto ya que es muy impactante, un solo 5 % les parece poco atractivo.
2. Cuando realizamos la encuesta pensamos en el aficionado y lo que le gustaría y con 60% el escudo de su equipo en las tribunas del mini estadio es la mejor forma para adquirirlo, teniendo en cuenta que 10% le gustaría tener todas las insignias y demás atributos que se ven en el estadio.
3. En este caso el costo es primordial para ellos y genera un impacto el cual al diseñarlos sea lo que espera el usuario y como lo sueña tener en casa es ahí donde nos indican que pagarían un poco más si queda tal y cual lo ven cada ocho días. En este caso el 60% pagaría menos de un precio establecido solo con tener el estadio tal y como es.
4. En este momento la utilidad que le estamos dando a estos materiales además e conservar el medio ambiente es tener un impacto positivo y determinante de innovación por ello la aceptación es de un 95%.
5. Por último tenemos la forma en la cual el usuario desea tener su mini estadio mucho de ellos les gusta realizarlo armarlo que es un atractivo para estar en familia, pero por otro lado les gusta la facilidad de tenerlo y solo ponerlo en su estante como vemos la diferencia es de 35 % y esto hace que mini cancheros busque a largo plazo realizar los mini estadios de forma de rompecabezas, por ahora mini cancheros los entregara armados.

**2. Manejo y tratamiento de los recursos para el desarrollo de un producto con alta calidad y satisfacción al cliente.**

Para realizar nuestras operaciones de los mini estadios de futbol, contaremos a largo plazo con una maquina la cual ejecuta el proceso de corte y esto hace que se agilice el proceso de ensamble de los mini estadios de futbol, seguidamente contamos con un 50% de materia prima que es reciclable ya sea botella o cartón hasta que comprobemos si otro material puede ser utilizado, el otro 50 % lo trataremos con materiales que no son nocivos contra el medio ambiente en este caso hablamos de tintas especializadas para la personalización del estadio y materiales a muy bajo costo como lo es el cartón BASIK.

**3. Producto reciclable de alta calidad, contribuyendo con el medio ambiente.**

Nuestro producto se basa en que sus materiales son reciclables, estamos hablando de que con una botella de gaseosa podamos construir una linda pieza de futbol, la idea es que entre más materiales reciclables involucremos en el mini estadio mayor valor generara al consumidor y así podamos visualizar un artículo de colección 100% colombiano y un mensaje de conservación del medio ambiente.

**4. Comercialización del producto a un Precio competitivo.**

Nuestro producto está dirigido a todos los amantes del futbol, en este caso estamos hablando de toda persona que le guste un equipo en especial ya sea colombiano o nivel mundial,

generando un complemento a su vitrina de colección, ofreciendo nuestro producto a un precio de \$96.000 pesos colombianos y así tener la satisfacción de que el usuario lo pueda adquirir.

Generaremos unas alianzas estratégicas inicialmente con los dos clubes locales de futbol, bogotanos, ya que a través de la participación de los aficionados al estadio podemos elaborar un plan para la producción de mini estadios de futbol por tribunas, esto que quiere decir, que en las tribunas donde la boletería es más costosa podremos tener un potencial para la venta de este.

Es así como, en las tribunas norte y sur, la compra de estos Mini-estadios no es tan favorable como en la tribuna occidental en donde se comparte más en familia y en donde las personas tienen un mayor poder adquisitivo.

Hemos identificado 3 necesidades prioritarias en el consumidor, la primera es encontrar su estadio de futbol a escala que sea económico, la segunda es que el usuario no tenga la dificultad de armar si no ya entregar el producto totalmente realizado, y la tercera y no más importante que la empresa además del producto le dé un mensaje de concientización a través de los materiales de la importancia de reciclar

## **2. Planeación Estratégica**

### **2.1 Misión**

Somos una micro-empresa productora y comercializadora de mini-estadios de futbol, artículo decorativo y de colección, realizado con materiales reciclables, como valor agregado para la conservación del medio ambiente. La motivación intrínseca del artículo, satisface una necesidad del espíritu y sentimientos de afiliación de sus compradores. El diseño y la calidad de nuestros productos son la garantía permanente ofrecida por la empresa.

### **2.2 Visión**

Nos proyectamos hacia el 2020 con el fin de ser la empresa líder a nivel nacional en diseño y creación de Mini-estadios de futbol para ser reconocidos por los aficionados al deporte como satisfactores de una necesidad intrínseca y con espíritu de tradición.

### **2.3 Estrategias de impulso de la empresa en los mercados.**

Desde el primer instante en el cual empezamos a desarrollar nuestra empresa MINI-CANCHEROS, nos enfocamos en fomentar lo importante que es el reciclaje y lo que podemos realizar con solo estos materiales, por eso como dice nuestro logo *AMBIENTAMOS TU TRIBUNA, CANCHERIAMOS CON EL RECICLAJE*, es el mensaje contundente que queremos promover a nuestros compradores.

Empezando con un Logo que identifique nuestra ideología del reciclaje y el amor que sentimos por el futbol, es cuando avanzamos para reflejar nuestra empresa y lo que queremos,

Basándonos en esto realizaremos una página web donde sería nuestra mayor comunicación hacia nuestros clientes, y así mismo como nuestro cliente realizarían los pedidos y las especificaciones de cómo quieren sus estadios.

Por otro lado, realizaremos toda clase redes sociales para que conozcan nuestro producto, FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM y además impulsaremos los diseños y algunos paso a paso de lo que realizamos mediante otra red social muy conocida en este momento que es SNAPCHAT, todo esto con el fin de impulsar y ser competitivos de manera contundente.

#### **2.4 Objetivos Tácitos**

- Perfilándonos en el mercado como un producto 100% colombiano siendo asequible para el usuario.
- Hacer campañas publicitarias en eventos de innovación y creación de empresas a nivel nacional.
- Día tras día realizar mejora continua de nuestros estadios.

#### **2.5 Objetivos Operacionales**

- Ser eficientes y eficaces para tener la efectividad a la hora de entregar nuestro producto.

- Incurrir en nuevos materiales reciclables para un mejoramiento de nuestro producto.

## **2.6 Objetivos Comerciales**

- Tener las redes sociales y pagina web para establecer contacto con nuestros clientes potenciales.
- Utilizar la voz a voz como método de reconocimiento de nuestra empresa.
- La publicidad institucional ayudara a dejar un mensaje claro y contundente.

## **2.7 Sistemas, métodos y procedimientos para la producción del bien o servicio.**

Nuestro sistema de producción está dado por la mano de obra, nuestro principal recurso es la manualidad, la facilidad y agilidad que tenga la persona encargada de manipular los materiales, nuestra producción va de la siguiente manera:

- Área de digitalización.
- Área de corte
- Área de diseño
- Área de ensamblado.

Se finaliza con un diagnostico del grupo, una revisión del producto terminado.

## **2.8 Políticas, normas internas y manuales de procesos para la administración del Talento Humano.**

### **Políticas Talento Humano.**

1. Cumplir con los estándares de calidad establecidos para entrega del producto al consumidor siempre manejando la mejora continua.
2. Tener un plan de contingencia por si un proceso se estanca.
3. Tener en cuenta los conocimientos e ideas de nuestros socios para mejorar la calidad de nuestros mini estadios a escala.
4. Contribuir con una política social a personas menos favorecidas para que puedan tener un empleo y así desarrollar una habilidad.

### **Normas Internas**

Para Mini Cancheros es importante que nuestros colaboradores tengan en cuenta estas normas básicas para un cumplimiento apropiado de su desempeño efectivo, estas son las normas con las cuales se rige la organización:

- Cumplir las citas con nuestros clientes a la hora pactada.
- la jornada de trabajo comienza a las 8:30 am y finaliza a las 4:30 pm en las oficinas de MINI CANCHEROS.
- Debe cumplir con los días de tele trabajo establecidos en la organización.
- Los días de teletrabajo son los jueves, y solo se cambia bajo permiso otorgado por su gerente general.

- Tener en cuenta las salidas de emergencia y el lugar donde se encuentra el botiquín por si ocurre algún suceso.
- Todo permiso o inasistencia en el trabajo debe ser reportado al gerente general para su validación.
- Velar por los materiales e instrumentos de trabajo que se encuentran en la sede de mini cancheros.
- Si desaparece alguno de los instrumentos o equipo de trabajo reportarlo con su jefe inmediato para posteriormente tomar las medidas del caso.
- Si se tiene conocimiento de fraude, robo o mala conducta en el entorno laboral se procederá a rendir descargos a la o las personas involucradas en el caso.
- Ser una persona honesta y responsable que cumpla su labor pactada.
- Para los pagos de nomina se cancelara mensualmente, dos días hábiles antes de terminado el mes.

### **Manuales de proceso.**

Tendremos en cuenta la selección, contratación, capacitación, remuneración y evaluación de las personas que nos van a colaborar en mini cancheros.

### **Selección**

1. Realizar análisis de los puestos.
2. Reclutamiento para cumplir la necesidad expuesta.
3. Selección de los candidatos.
4. Se establece y desarrolla programas de capacitación e inducción.

5. Administración de la remuneración.
6. Se establece las normas de salud, higiene y segur

## **Contratación**

Documentación solicitada para comenzar el proceso de contratación

- Fotocopia de la cedula de ciudadanía.
- Fotocopia diploma de bachiller.
- Foto de fondo blanco para carnet de ingreso a las oficinas.
- Fotocopia de diploma profesional ( si el puesto lo determina)
- Certificado EPS.
- Apertura cuenta de ahorros número de cuenta.
- Diligenciar formato de seguridad social.
- Resultado exámenes médicos de ingreso.
- Firma del contrato ya sea por obra o labor, a término indefinido o a término fijo.

## **Capacitación**

Cuando hablamos de capacitación debemos tener claro cuál es el área a y la funcionalidad que se va a capacitar para obtener las metas propuestas en ese cargo, estos son algunos de los pasos más relevantes para dicha tarea:

- Detección de la necesidad.
- Clasificación de la necesidad.
- Definición de los objetivos.
- Elaboración del programa.

- Ejecución.
- Evaluación de los resultados.<sup>1</sup>

### **Nomina**

Se procederá a incluirlo en la planilla de nomina para efectos financieros, y de ahí se registrara en la cuenta bancaria el saldo correspondiente pactado en el contrato.

### **Seguridad social y parafiscal**

- Registrar al empleado en el formato de para la prestación de la EPS y fondo de pensiones.
- Realizar mensualmente el pago de la seguridad social e cada uno de los empleados.
- Todo debidamente registrado en los formatos contables de la compañía.
- Tener en sistema administrativo por ARL.
- Caja de compensación familiar.

### **Causales de terminación del contrato laboral**

En el artículo 61 del CST subrogado por el articulo 5de la ley 50 de 1990señala los modos y causales generales de la terminación del contrato de trabajo.

Modo:

1. Muerte del trabajador
2. Muerte del empleador
3. Por mutuo consentimiento.

---

<sup>1</sup> Recuperado el 27 de junio de 2016, de <http://www.emprendepyme.net/los-pasos-del-proceso-de-capacitacion.html>

4. Expiración del plazo fijado
5. Liquidación o clausura de la empresa.
6. Despido colectivo.
7. Suspensión de actividades por parte del empleador por más de 120 días
8. Por fuerza mayor
9. Por sentencia ejecutoriada.
10. Por decisión unilateral.
  - Terminación sin justa causa
  - Terminación con justa causa <sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Recuperado el 27 de junio de 2016 de diplomado derecho laboral/contratos laborales/ politécnico de Colombia.

### 3. Contextualización del producto o servicio.

#### 3.1 Identificación de las Propiedades.

1. Es un producto que satisface una necesidad intrínseca de imagen y de afición a un equipo de futbol.
2. El producto es de carácter decorativo y de colección para los amantes a esta actividad.
3. El producto contiene materiales reciclables, envases plásticos de bebidas dulces o de agua potable, los cuales no producen sustancias contaminantes.

**Tabla 2. Mercado potencial**

CLIENTES	CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO
<b>Aficionados de algún club colombiano de futbol</b>	<b>REPRESENTATIVO DE SU CLUB</b>
<b>Coleccionistas</b>	BLANCO- TRASNPARENTE
<b>Niños</b>	COLORIDOS
<b>Aficionados a los Clubes de futbol</b>	DE ACUERDO A SUS COLORES QUE LO REPRESENTAN

Fuente: Autoría Propia

Nuestro compromiso es ser líderes en el mercado con los aficionados de los clubes, edades desde los 12 años, hasta los 50 ya que ellos desean tener su estadio con características específicas y se le adecue para mayor satisfacción.

En Bogotá encontramos que en el último mes aproximadamente al estadio el campin asistió un aforo entre aficionados de santa fe y millonarios de 22.700, en donde en las tribunas occidental preferencial y general es nuestro mercado fijo ya que por el costo de la boleta podemos intuir

que es más factible nuestra comercialización, sin evadir que las otras tribunas encontramos aficionados que les gustaría adquirir nuestro producto.<sup>3</sup>

En esta tabla, se ha distribuido en porcentajes, el promedio de aficionados que asisten al estadio.

Y cómo está distribuida la población de aficionados, posibles compradores.

**Tabla 3. Entrada Aficionados**

Tribunas	Norte	Sur	Oriental popular	Occidental popular	Oriental general	Occidental General	Oriental preferencial	Occidental preferencial
No. Aficionados	2000	3200	1500	1000	7000	3800	2200	1800
Porcentaje	8.8%	14%	6.6%	4.4%	30.8%	18.5%	9.6%	7.04%

Fuente: Millonarios F.C- Sata Fe

Autoría: Propia

Por ende analizamos que las personas que viven en los estratos 0-1-2 no son posibles compradores de nuestros productos ya que su nivel adquisitivo no se lo permito, esto no quiere decir que sea toda la población, cuando hablamos de los estratos 3-4.5-6, encontramos más poder de compra de nuestros estadios de futbol ya que muchos de ellos coleccionan todo lo referente a su club predilecto.

Estas estadísticas del ingreso al estadio de los aficionados son muy variables ya que depende mucho de diversos factores, hablamos de lo climático, horario del partido, o como se encuentre

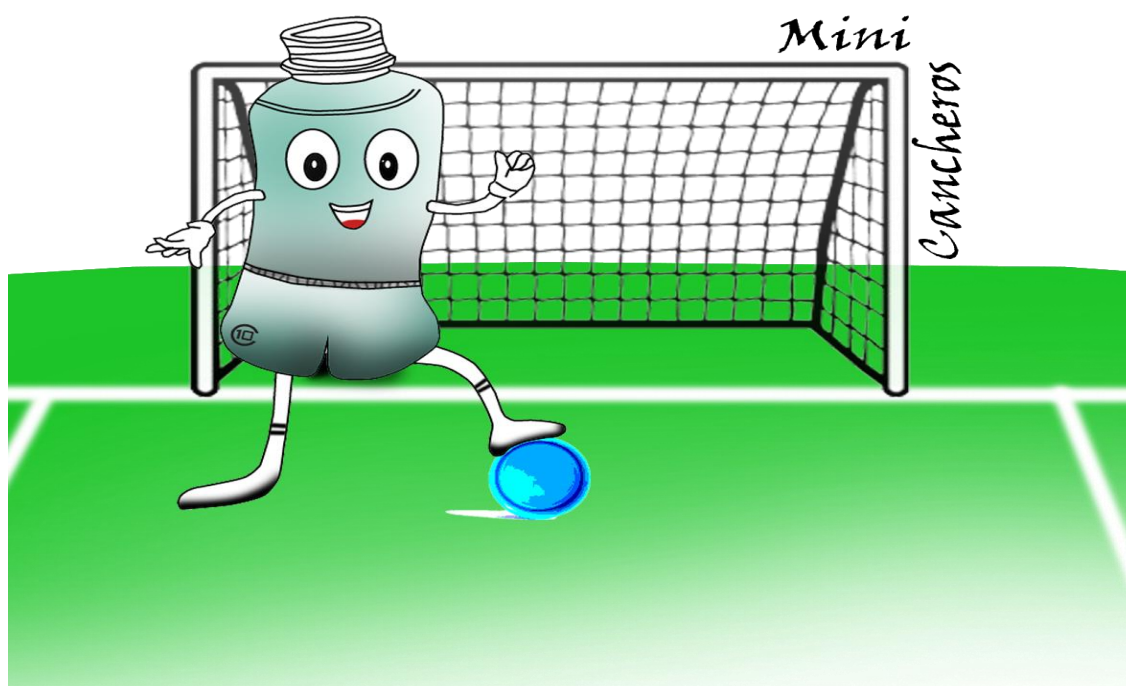
<sup>3</sup> Recuperado el 26 de julio de 2016 de <http://notimillos.com/>  
 Recuperado el 26 de julio de 2016 de <http://independientesantafe.co/>

el club actualmente, por ello dialogaremos con los diferentes dirigentes para desarrollar la propuesta y así tener los permisos para utilizar su marca y logo que identifiquen a cada club.

### 3.2 Marca, logo y slogan del producto o servicio

Mini Cancheros

*AMBIENTAMOS TU TRIBUNA, CANCHERIAMOS CON EL RECICLAJE*



**Ilustracion1. Logo Mini Cancheros**

**Autoría: Propia**

Nuestro logo significa el reto al cual queremos llegar, compuesto por unos de nuestros principales elementos que es la botella, en la cual nuestra felicidad será realizar un producto reciclable, conservando el medio ambiente y con la satisfacción de contribuir con la pasión del futbol.

### 3.3 Ficha técnica del producto o servicio

#### Datos generales

**Tabla 4. Datos generales**

Servicio / producto.	Mini Estadios de Futbol a escala
Descripción	Diseños de mini estadios de futbol del mundo con diferentes estilos.
Nombre	MINI CANCHEROS
Slogan	<i>AMBIENTAMOS TU TRIBUNA, CANCHERIAMOS CON EL RECICLAJE.</i>
Locación	Sede Bogotá

Fuente: Autoría Propia

#### Especificaciones

**Tabla 5. Especificaciones de Innovación Producto**

Novedoso	Mini estadios de futbol a escala con materiales reciclables.
Innovador	Personaliza mini estadio de futbol al gusto del comprador.

Fuente: Autoría Propia

#### Dimensiones del producto

**Tabla 6. Dimensiones**

Ancho	25 cm
Largo	35 cm
Altura	10 cm

Fuente: Autoría Propia

### 3.4 Usos y manejo del producto o servicio

Básicamente nuestro producto es un artículo de colección en el cual su uso es estrictamente a la utilidad que le da el usuario cuando lo posee, es decir nuestra replica se basa en darle un valor a su colección de pertenencias del equipo de futbol que es

aficionado o amantes del futbol, en general que les gustaría tener una pieza de esta magnitud en su hogar, oficina o recinto donde se sienta más cómodo.

### **3.5 Resumen del modelo de negocio**

**Concepto del negocio.** El producto es un mini estadio de futbol (MAQUETA), el cual tiene un valor agregado alto el cual es que la mayoría de los materiales con los que vamos a realizar el producto son reciclables, esto quiere decir que son más fáciles de adquirir y no necesitamos infraestructura para realizar el procedimiento de los mini estadios.

Queremos darles un producto a nuestros consumidores en el cual se refleje su amor o gusto hacia un equipo específico o hacia un estadio en el cual se vea reflejado su pasión por este deporte.

Una de las fortalezas que desarrollaremos son los materiales con los cuales vamos a incurrir y los diseños extras que desee el usuario para su colección (PERSONALIZADA).

La debilidad que hemos identificado es el posicionamiento de grandes empresas que realizan los mini estadios y la factibilidad en encontrar los planos para realizarlos.

## 4. Estudio del Mercado

### 4.1 Investigación del mercado

#### 4.1.1 Análisis del sector.

En el sub sector de otras actividades Profesionales, científicas y técnicas no ha tenido un crecimiento esperado en el 2015 ni comienzos del primer semestre de 2016, debido a la alta competitividad de nuevos proyectos y pymes en las cuales sobre sale la innovación y creatividad en este sector, con ello está conformado por 17.586 sociedades lo cual tiene una participación del 6.8% de las nuevas empresas registradas. (Confecámaras 2016).

ACTIVIDAD ECONÓMICA	Total		Var. % 2015/14
	2014	2015	
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	5.601	4.722	(15,7)
Explotación de minas y canteras	1.605	1.312	(18,3)
Industrias manufactureras	31.226	27.139	(13,1)
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire	234	259	10,7
Distribución de agua, saneamiento ambiental	1.815	1.408	(22,4)
Construcción	18.082	15.397	(14,8)
Comercio al por mayor y al por menor	115.183	99.811	(13,3)
Transporte y almacenamiento	9.272	8.103	(12,6)
Alojamiento y servicios de comida	35.646	32.135	(9,8)
Información y comunicaciones	9.840	7.458	(24,2)
Actividades financieras y de seguros	4.140	3.323	(19,7)
Actividades inmobiliarias	5.235	4.682	(10,6)
<b>Actividades profesionales, científicas y técnicas</b>	<b>19.552</b>	<b>17.587</b>	<b>(10,1)</b>
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	13.640	10.617	(22,2)
Administración pública y defensa ; seguridad social	157	115	(26,8)
Educación	3.037	2.856	(6,0)
Actividades de salud humana y asistencia social	4.593	3.769	(17,9)
Actividades artísticas, de entretenimiento	12.201	5.846	(52,1)
Otras actividades de servicios	11.519	10.519	(8,7)
Actividades hogares en calidad de empleadores	77	32	(58,4)
Actividad no Homologada a CIIU V4	615	745	21,1
<b>TOTAL</b>	<b>303.270</b>	<b>257.835</b>	<b>(15,0)</b>

Fuente: RUES – Registro Único Empresarial y Social.

#### Grafica 1.6 Actividad económica sector<sup>4</sup>

Por otro lado las personas naturales en el sub sector de las actividades profesionales, científicas y técnicas tuvieron una creación del 0.3% sobre el 2014, no teniendo una

<sup>4</sup>recuperado el 02 de julio de 2016

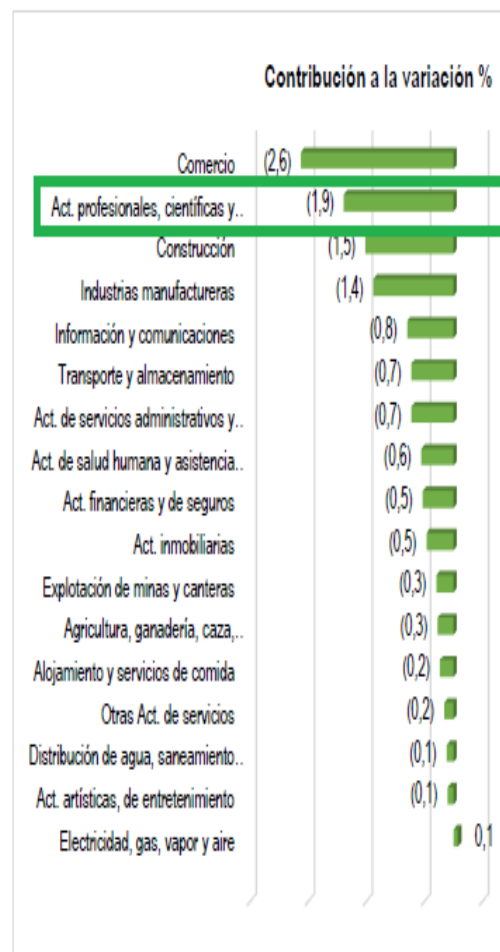
<http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Informe%20de%20Coyuntura%202015.pdf>

implicación esperada ya que las sociedades son las que más se hacen fuertes en este ámbito y hace que el crecimiento de la persona natural no sea lo esperado.

En las siguientes imágenes se observara el contraste entre las sociedades y personas jurídicas.

ACTIVIDAD ECONÓMICA	Sociedades		Var. %
	2014	2015	
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	2.045	1.860	(9,0)
Explotación de minas y canteras	956	708	(25,9)
Industrias manufactureras	8.027	7.036	(12,3)
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire	150	190	26,7
Distribución de agua, saneamiento ambiental	584	501	(14,2)
Construcción	9.581	8.503	(11,3)
Comercio al por mayor y al por menor	15.086	13.189	(12,6)
Transporte y almacenamiento	3.236	2.689	(16,9)
Alojamiento y servicios de comida	2.302	2.145	(6,8)
Información y comunicaciones	3.706	3.106	(16,2)
Actividades financieras y de seguros	1.785	1.340	(24,9)
Actividades inmobiliarias	3.515	3.191	(9,2)
<b>Actividades profesionales, científicas y técnicas</b>	<b>11.699</b>	<b>10.353</b>	<b>(11,5)</b>
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	4.079	3.558	(12,8)
Administración pública y defensa; seguridad social	131	90	(31,3)
Educación	1.071	1.069	(0,2)
Actividades de salud humana y asistencia social	2.340	1.915	(18,2)
Actividades artísticas, de entretenimiento	956	891	(6,8)
Otras actividades de servicios	751	631	(16,0)
Actividades hogares en calidad de empleadores	32	14	(56,3)
Actividad no Homologada a CIIU V4	37	50	35,1
<b>TOTAL</b>	<b>72.069</b>	<b>63.029</b>	<b>(12,5)</b>

Fuente: RUES – Registro Único Empresarial y Social.



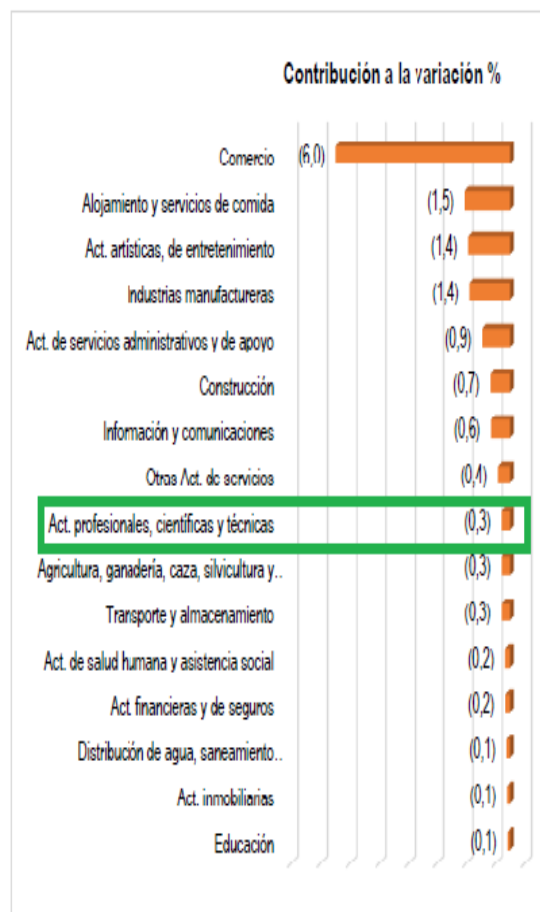
Fuente: RUES – Registro Único Empresarial y Social

**Grafica 1.7 Actividad económica sociedades <sup>5</sup>**

<sup>5</sup>Extraído de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Informe%20de%20Coyuntura%202015.pdf> 02 de julio 2016

ACTIVIDAD ECONÓMICA	P. Naturales		Var. %
	2014	2015	
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	3.556	2.862	(19,5)
Explotación de minas y canteras	649	604	(6,9)
Industrias manufactureras	23.199	20.103	(13,3)
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire	04	69	(17,9)
Distribución de agua, saneamiento ambiental	1.231	907	(26,3)
Construcción	8.501	6.894	(18,9)
Comercio al por mayor y al por menor	100.097	86.622	(13,5)
Transporte y almacenamiento	6.036	5.414	(10,3)
Alojamiento y servicios de comida	33.344	29.990	(10,1)
Información y comunicaciones	6.134	4.352	(29,1)
Actividades financieras y de seguros	2.355	1.983	(15,8)
Actividades inmobiliarias	1.720	1.491	(13,3)
Actividades profesionales, científicas y técnicas	7.853	7.234	(7,9)
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	9.561	7.059	(26,2)
Administración pública y defensa; seguridad social	26	25	(3,8)
Educación	1.966	1.787	(9,1)
Actividades de salud humana y asistencia social	2.253	1.854	(17,7)
Actividades artísticas, de entretenimiento	11.245	4.955	(55,9)
Otras actividades de servicios	10.768	9.888	(8,2)
Actividades hogares en calidad de empleadores	45	18	(60,0)
Actividad no Homologada a CIIU V4	570	695	20,2
<b>TOTAL</b>	<b>231.201</b>	<b>194.806</b>	<b>(15,7)</b>

Fuente: RUES – Registro Único Empresarial y Social.



Fuente: RUES – Registro Único Empresarial y Social.

### Grafica 1.8 Actividad económica persona natural <sup>6</sup>

Con respecto a las diferentes regiones de Colombia podemos observar que Bogotá con una variación de 20,3 es la principal cuando se habla de nuevas empresas con un total de 61.132, la alta competitividad y la facilidad de incurrir y abrir nuevos mercados hace que sobre salga con respecto a Antioquia que tiene una variación de 4,5 con una creación de 33,666 en el año 2015.

Teniendo en cuenta que en casi todas las regiones la tasa de crecimiento de nuevas empresas fue baja con respecto al año 2015.

<sup>6</sup>Extraído de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Informe%20de%20Coyuntura%202015.pdf> 02 de julio 2016

Departamentos	2014	2015	Variación %
Bogotá	76.681	61.132	(20,3)
Antioquia	35.250	33.666	(4,5)
Valle del Cauca	26.266	22.620	(13,9)
Santander	18.521	14.805	(20,1)
Cundinamarca	17.822	13.785	(22,7)
Atlántico	15.282	11.859	(22,4)
Norte de Santander	10.077	8.999	(10,7)
Bolívar	8.719	8.404	(3,6)
Meta	7.481	7.735	3,4
Tolima	8.570	7.148	(16,6)
Risaralda	7.616	6.764	(11,2)
Huila	7.213	6.750	(6,4)
Boyacá	7.823	6.549	(16,3)
Caldas	6.195	5.386	(13,1)
Nariño	6.112	5.370	(12,1)
Cesar	4.932	4.703	(4,6)
Magdalena	5.338	4.600	(13,8)
Quindío	3.804	3.813	0,2
<b>Subtotal</b>	<b>273.702</b>	<b>234.088</b>	
<b>% Total</b>	<b>90,3</b>	<b>90,8</b>	

Fuente: RUES – Registro Único Empresarial v Social.

### Grafica 1.9 Actividad económica regional <sup>7</sup>

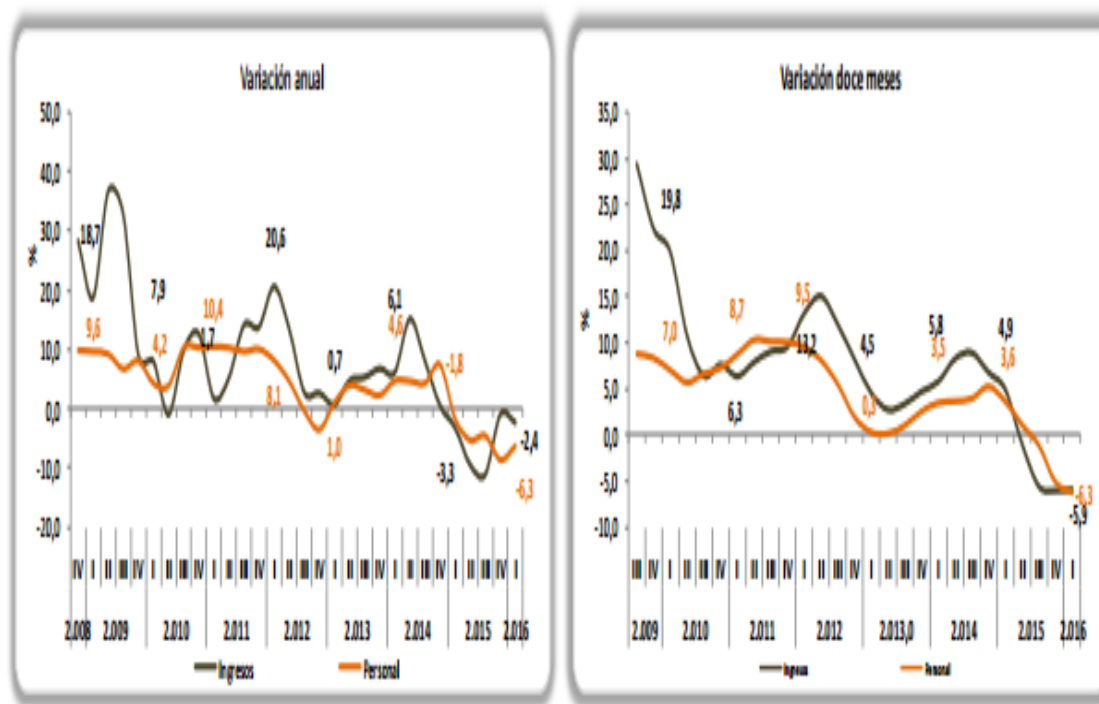
#### Empleos generados en el primer trimestre de 2016 <sup>8</sup>

En el primer trimestre de 2016 el sub sector de actividades profesionales, científicas y técnicas registraron una disminución del 2,4 % en los ingresos nominales y del 6.3 % en el personal ocupado respecto al mismo periodo del 2015. (Dane 2016)<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Extraído de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Informe%20de%20Coyuntura%202015.pdf> 02 de julio 2016

<sup>8</sup> Recuperado el 02 de julio de 2016 <sup>8</sup>Extraído de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Informe%20de%20Coyuntura%202015.pdf> 02 de julio 2016

<sup>9</sup> Extraído de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Informe%20de%20Coyuntura%202015.pdf> 02 de julio 2016



Fuente: DANE – Muestra Trimestral de Servicios MTS  
 Cifra provisional

Grafica 1.10 generación de empleo <sup>10</sup>

#### 4.1.2 Análisis de la oferta

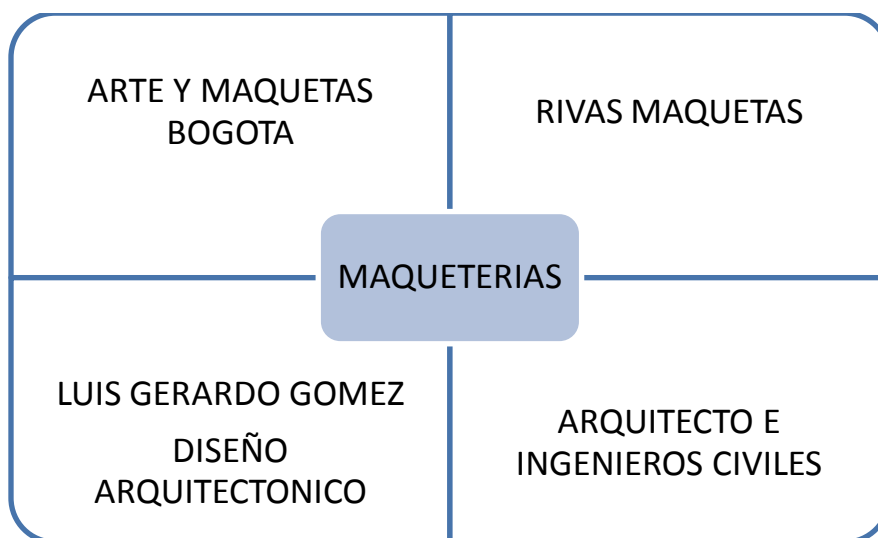
La oferta de mini cancheros está enfocada todos los que son amantes del futbol, por ende hemos minimizado el nicho para ofrecerle nuestro producto a los coleccionistas del futbol, ya que muchas de las personas que son amantes a un club del futbol determinado le gustaría tener su estadio de futbol en versión de maqueta o coleccionable, es por eso que nos enfocamos en “HINCHAS” en edades entre los 12 y 50 años, el tamaño total de este mercado no tiene una cifra contundente por ende nuestras ofertas las realizaremos a los alrededores del estadio Nemesio Camacho el

<sup>10</sup> extraído [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol\\_PIB\\_ltrim16\\_oferta\\_demanda.pdf03](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_ltrim16_oferta_demanda.pdf03) de julio de 2016

campin, el cual alberga cada domingo e incluso entre semana miles de aficionados al futbol.

### **Análisis de la competencia**

#### **Diagrama1. Marqueterías.**



Para tener una visión más clara de nuestro mercado indagamos un poco sobre las principales empresas en las cuales se desarrollan productos que les interesa a nuestros posibles consumidores, y con ello verificar la especialidad y el contenido de cada producto que ellos venden.

Las MAQUETERIAS son unas de las principales competencias indirectas, ya que su especialidad no es realizar mini estadios a escala de futbol, pero sin lugar a duda por su trabajo y el resultado es posible ver que el cliente desee realizar un mini estadio con alguna de estas organizaciones.

**Tabla 7. Datos Artes y Maquetas**

Nombre	Arte y maquetas Bogotá
Localización	Bogotá
Servicio	<i>“En Arte y Maquetas desarrollamos proyectos estudiantiles, universitarios, personales y empresariales. No importa el tamaño, ni la complejidad, para cada uno contamos con personal especializado.”( arte y maquetas, 2011)</i>
Productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Maquetas de interiores y exteriores.</i></li> <li>• <i>Escalas de muebles, automóviles, aviones y barcos, entre otros.</i></li> <li>• <i>Balcones coloniales.</i></li> <li>• <i>Calles y avenidas.</i></li> <li>• <i>Figuras del cuerpo humano con movimiento y luz.</i></li> <li>• <i>Modelos de bares, vallas y stand.</i></li> <li>• <i>Cajas decorativas y Empaques especializados.</i></li> <li>• <i>Restauración y Merchandising.</i></li> <li>• <i>Entre otros.”</i></li> </ul>

**Tabla 8. Datos Rivas Maquetas**

Nombre	Rivas Maquetas
Localización	Medellín
Servicio	Elaboración de modelos a escala
Productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Casas</li> <li>• Apartamentos</li> <li>• Todo lo relacionado con finca raíz</li> </ul>

**Tabla 9. Datos Diseño Arquitectónico**

Nombre	Luis Gerardo Gómez Diseño arquitectónico
Localización	Cali
Servicio	Solo para el valle del cauca con 15 años de experiencia en el sector
Productos	Elaboración de Planos Arquitectónicos Elaboración de Planos Estructurales Elaboración de Planos para Propiedad Horizontal Elaboración de Minutas de Propiedad Horizontal Elaboración de Maquetas: Volumetricas, Urbanas, Amobladas en todas las escalas

**Diagrama2. Competencia Mini cancheros**



En la búsqueda por entrar en el mercado a desarrollar una estrategia en la cual seamos pioneros en la implementación de estos materiales (materiales reciclables), para la construcción de

estadios de futbol, hemos encontrado que en Colombia hay empresas que esta en este mercado, de acuerdo la investigación realizada las demás empresas o pymes son internacionales, muchas de estas empresas son de los mismo clubes de futbol que venden la réplica de su estadio, pero solo las vemos en países importantes en el ámbito futbolístico, y hemos notado la ausencia de este producto en nuestro país.

Por ende, hemos querido incurrir y ser pioneros de la venta de este producto, pero con el valor agregado que es el material que utilizamos, preservando así el medio ambiente y contribuyendo con un mensaje contundente de la importancia que es reciclar y lo que podemos lograr con estos materiales.

Para esto como bien lo muestra el grafico hemos localizado importantes empresas que desarrollan este producto localizadas de la siguiente manera:

### **1. TIENDA FCI:**

Son artículos para armar, con resultado en una réplica a escala del original estadio real, con materiales de cartón pesado y plástico de alta calidad, es armable sin necesidad de pegamento, con un tamaño de 35cmsX 35cms X 18cms.

Con un precio estipulado de 130.000 con él envío gratuito.

- ### **2. NANOSTAD:**
- Empresa europea líder en el mercado de réplicas estadios en formato puzzle 3D, con materiales en cartón de pluma, impresas con papel de calidad, con dimensiones de 35 cm X 30 cm X 10 cm aproximadamente, no se necesita herramientas para su armado, es un producto recomendado para edades desde los 5 años.

Con un costo estipulado aproximado de 135.000, tiene un distribuidor en el centro comercial Santa fe.

### **3. TIENDA PUZZLEZ Y ROMPECABEZAS**

Esta tienda se encuentra en España consolidada en el mercado de los rompecabezas y mini estadios con un valor aproximado en pesos colombianos de 140.000 con envío incluido.

### **4. MERCADO LIBRE**

En mercado libre encontramos personas que adquieren el producto y después lo quieren vender o las mismas empresas ofrece sus mini estadios por esta página.

#### **4.1.3 Análisis de la demanda**

El costo establecido para el producto es de 57.739, se genera una tasa de ganancia de 42.26%, con un margen de utilidad de 42.267 y un precio de \$100.000 el cual es muy asequible para nuestros clientes

### **4.2 Plana de mercadeo**

#### **4.2.1 Estrategias de Penetración del mercado**

- Crecimiento del mercado: daremos a conocer nuestro producto a través de la voz a voz con nuestros aliados estratégicos que esto hace que se abra y tengamos una apertura de nuevos mercados para mini cancheros.
- Más canales de distribución: al comenzar mini cancheros tendrá una tienda on-line, luego se acercará a sus aliados estratégicos ala lado de los

estadios, esto hace que cada vez que juegue su equipo favorito o pase por esta tienda observara los productos y tendrá la capacidad de adquirirlo.

- Ampliación de productividad: cada vez que realicemos un mini estadio de futbol, nuestro objetivo es que los días de partido del equipo que es local tengamos una reserva de mini estadios para que el cliente se sienta satisfecho de llevarlo de inmediato y no tenga que esperarlo en su casa.

#### **4.2.1 Estrategias de Distribución**

Desarrollaremos una publicidad en las principales redes sociales y en la página web, desarrollando conexión con posibles clientes potenciales, es decir a través de sus dos socios se encargarían de distribuir el producto en las universidades o alrededor del estadio de la ciudad de Bogotá.

Luego cuando la empresa se compacte en el mercado, abriremos una sucursal en los alrededores del estadio el campin y ahí podremos tener nuestra sucursal de mini estadios de futbol, o alianzas con distintas empresas dedicadas a la comercialización de productos de colección de futbol.

Nuestra fabrica se encontrara en la oficina de mini cancheros situada en Zarzamora, donde se realizara la producción y personalización de mini estadio de futbol.

#### **4.2.2 Estrategias de Promoción**

En este momento tras tener hasta ahora la apertura de nuestra empresa no podemos realizar promociones, por ende cuando nuestra empresa tome fuerza y las utilidades generen un capital y podamos fortalecer nuestro patrimonio, la idea de mini cancheros es obsequiarles por la compra de nuestros mini estados la personalización de este o un producto complemento ya sea un reloj, llavero u articulo representativo del club.

La idea de mini cacheros es llegar a ciudades donde tenemos posibles clientes potenciales y donde la idea y el proyecto ha sido acogió por el mercado estas ciudades son Cúcuta y Manizales ciudades donde las familias de los socios son oriundas.

#### **4.2.3 Estrategias de precio.**

El precio en el cual se va a vender los mini estadios de futbol es de \$ 100.000 pesos, el precio es bastante asequible ya que otras empresas los precios son un poco altos para el mercado en el cual vamos a penetrar.

La estrategia de precio nace de ver el costo unitario de un mini estadio y a este le realizamos un porcentaje de beneficio, teniendo en cuenta la variación de los precios de la competencia.

**COSTOS.**

Costos de Producción: \$57.739

Tasa de Ganancia: 42.26%

Precio de venta: \$100.000

Unidades producidas al año: 1900

Margen de utilidad: \$ 42.261

**Tabla10. Precios competencias**

<b>Competencia</b>	<b>Precio/ sin envió</b>
NANOSTAD	135.000
TIENDA FCI	130.000
MERCADO LIBRE	130.000
TIENDA PUZZLEZ Y ROMPECABEZAS	140.000

### **FORMA DE PAGO MINI CANCHEROS**

- **Efectivo**
- **Tarjeta de crédito**
- **Tarjeta debito**

#### **4.2.4 Costos de ventas.**

- Para la producción de los mini estadios de futbol a escala es de \$57.739
- 

**Tabla11. Estado de Costos**

<b>Estado de Costos</b>	
<b>Materia prima Directa</b>	
Cartón Basik	\$ 1.000
Botella procesada	\$ 800
Tabla de madera	\$ 1.000
Impresión a laser	\$ 3.500

Tinta HP laser	\$ 1.000
Silicona	\$ 1.000
Total	\$ 8.300
<b>Mano De obra Directa</b>	
Funcionario	\$ 25.364
Asesor Externo	\$ 13.333
Total	\$ 38.697
<b>Costos Indirectos De Fabricación</b>	
Servicios Públicos	\$ 3.266,00
Arriendo	\$ 5.666,00
Depreciación maquinaria	\$ 1.810,00
Total	\$ 10.742
<b>TOTAL</b>	\$ 57.739
<b>PRECIO DE VENTA</b>	\$ 99.888 = (100.000)
<b>COSTO PRIMO</b>	\$ 46.997
<b>COSTO DE CONVERSIÓN</b>	\$ 49.439

- La tasa de ganancia que se espera es del 42.26%, es decir que el precio de venta es de \$ 100.000
- Su margen de utilidad es de \$42.261
- Cantidad de producción al año es de 1900 unidades.

El número de unidades a producir se saca tras el análisis del mercado por tribunas.

**Tabla 12. Punto de equilibrio en ventas**

Precio de venta	100.000
Cantidades al año	1900
Ventas anuales	190.000.000
Costos variables	92.150.000
Costos fijos	50.599.560
Costos totales	142.749.560

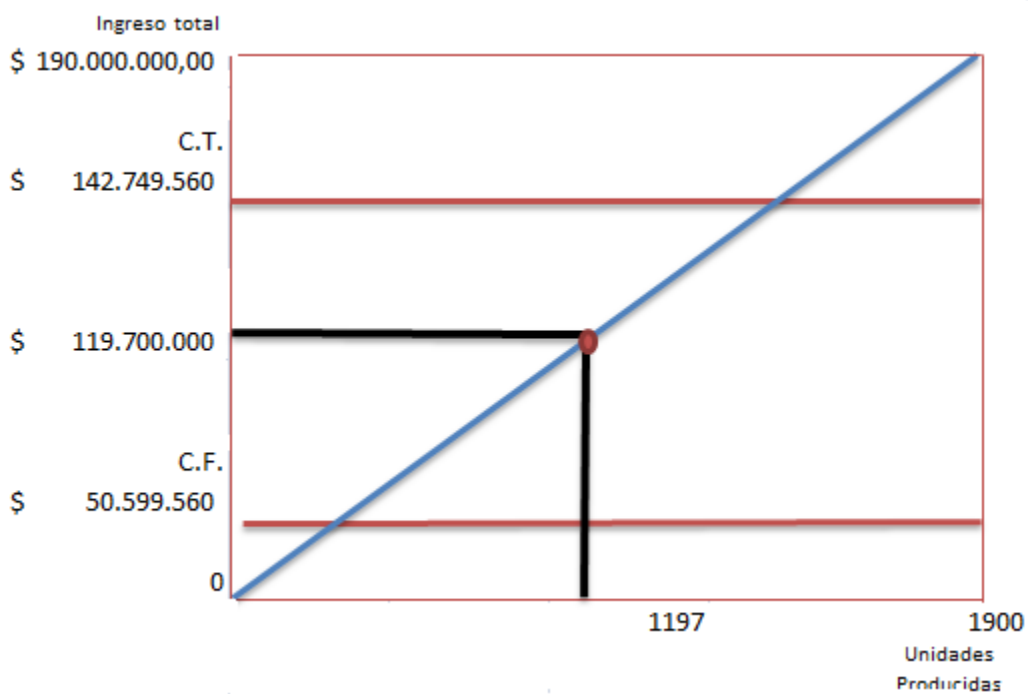
**Punto de equilibrio Unidades**

$$\frac{50.599.560}{100.000 - 42.261} = 1.197$$

$$100.000 - 42.261$$

**Punto de equilibrio en Ventas**

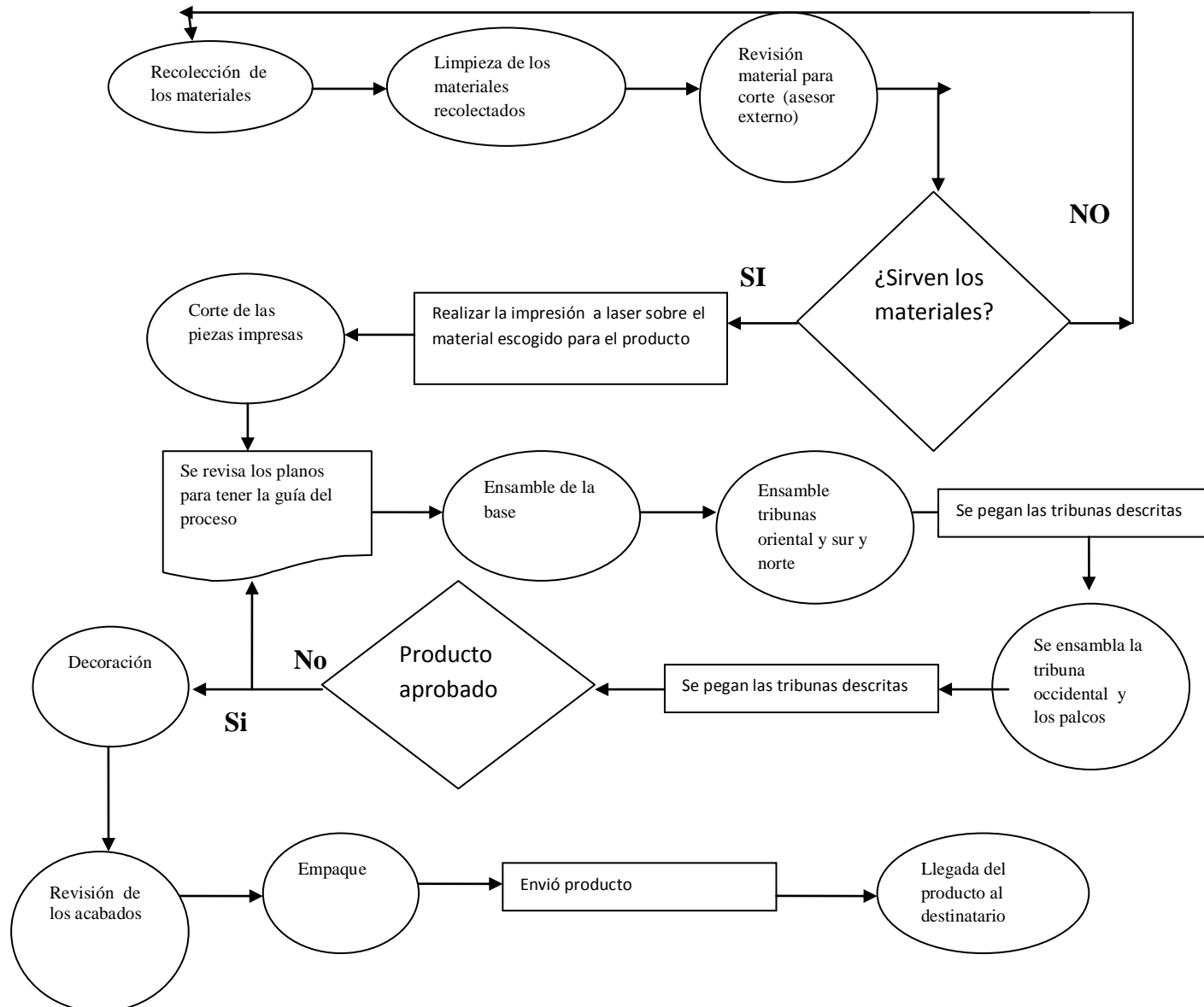
$$1.197 * 100.000 = 119.700.000$$

**Ilustración2. Punto de Equilibrio**

## 5. Estudio de los procesos de las operaciones

### 5.1 Diagrama de flujo

**Diagrama 3. Proceso de operación mini cancheros**



Fuente: autoría propia

## Descripción del proceso

- **Recolección de la materia prima:** se recolecta los materiales que se requieren para la realización del producto ya sea en casa o recolectando de empresas que les sobra material.
- **Revisión de los materiales:** el encargado da el visto bueno si los materiales son óptimos para el desarrollo de este o si no son útiles y no se pueden reciclar.
- **Sirven los materiales:** si sirven los materiales proseguimos a realizar el estadio, si no sirven volvemos al principio a la recolección de materiales.
- **Realizar la impresión a laser sobre el material escogido para el producto:** se imprime los ensamblajes para la construcción del mini estadio, ya sea intersecciones, tribunas y aspectos detallados del estadio, logos.
- **Cortes de las piezas impresas:** se realizan los cortes de todo lo impreso para mirar los detalles del estadio.
- **Revisión de planos:** se hace un seguimiento con los planos del estadio para dar comienzo al proceso.
- **Ensambla la base:** la base es un valor que da la empresa diferente, un estilo que lleva el sello de mini cancheros, con ellos se adecua la gramilla.
- **Ensamble tribunas:** se adecua cada tribuna alrededor de la base con los materiales cortados una por una
- **Pegamento:** se adhiere cada tribuna y se espera a que se penetre el pegamento para estabilidad.

- **Ensamble ultima tribuna:** luego de tener una base concreta de las otras tribunas procedemos a pegar la última.
- **Aprobación:** revisamos que las imágenes del plano sean igual al producto, si se acierta procedemos, si No, nos devolvemos a los planos para ver en que se fallo.
- **Decoración:** se decora con las insignias del equipo u otros elementos representativos del club.
- **Revisión acabados:** se da un último vistazo a todos los acabados y la estructura del mini estadio.
- **Entrega del producto:** se realiza la entrega del producto solicitado para mejor calidad del servicio se espera a revisión del producto.

## 5.2 costos de producción

Tabla 13. Materia prima

Nombre	Cantidad	Costo unidad	Sub total
Cartón Basik	1 pliego	1000	1000
Botella		800	800
Tabla			1000
Impresión			3500
Tinta laser			1000
Silicona			1000
			Total: 8.300

Tabla 14. Insumos

Nombre	Descripción	Cantidad	Costo unidad	Sub total
Bisturí	Cortador grueso alma metálica	1 unidad	52000	52000
Tijeras	De 17 cm	1 unidad	5900	5900
Lápiz	Faber Castell	1	1033	1033
Marcador	Sharpie negro	1	4000	4000
Borrador		1	1000	1000
Tinta	Eco solventes	1	180000	180000

Tabla 15. Maquinaria

Nombre	Descripción	Cantidad	Sub total
Impresora plotter	1	2.399.000	
Mesa de corte	1	150.000	
Mesa de ensamble	1	80.000	
Computador	1	1.199.900	
Impresora plotter cortadora	1	21.000.000	
		<b>TOTAL</b>	<b>24.828.900</b>

### Personal que se requiere para realizar un mini estadio.

Tabla16. Personal encargado.

Nombre del cargo	Descripción del cargo	hora
Diseñador	Encargado de establecer los planos de los mini estadios	1 hora
1Cortador y 1 de armado	Ensamblar las piezas de los mini estadios	3 horas

### 5.3 Inversión Infraestructura

Como primera medida nuestra empresa Mini-cancheros tendrá su sede en el barrio zarzamora de ahí saldrán los productos ya que mientras la empresa tiene un crecimiento para la compra o arrendamiento del local que está situado en el barrio galerías, y se acondicionara con la maquinaria y los elementos fundamentales para la producción máxima de mini estadios de futbol.

Esto hace que necesitemos más mano de obra directa, con lo cual se empezara a la contratación del personal idóneo para desarrollar los mini estadios.

#### **5.4 Inversión de capital de trabajo**

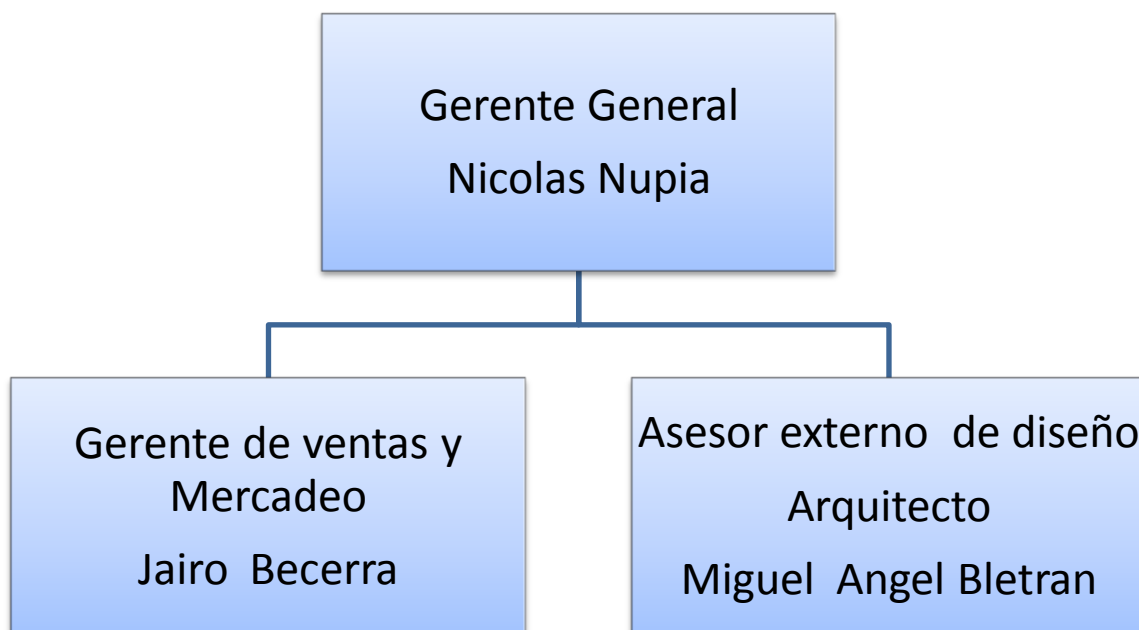
Mini cancheros empieza con una inversión de 60.000.000, el cual fue entregado por los dos socios de la organización, un porcentaje igualitario.

Mini cancheros no quiere incurrir en préstamos para evitar obligaciones, y esto hace que en dado caso se necesite cubrir una necesidad del producto, o de las instalaciones, los socios contarán con una reserva de inversión por 10.000.000 que será facilitada en el momento en que lo indique la empresa.

## 6. Estudio de la Estructura Organizacional

### 6.1 Organigrama

Diagrama 4. Organigrama



Nuestra estructura Administrativa está conformada por el primer nivel el cual está encargado de todas las operaciones financieras de la compañía y la verificación de los documentos para los procesos en los cuales incurre la organización, teniendo en cuenta esto el segundo nivel y ultimo de nuestra empresa se basa en la persona encargada de las ventas y el mercadeo la cual tiene como objetivo desarrollar las estrategias de ventas y comunicación al usuario final para que el producto sea reconocido y tenga un impacto importante, y por último la persona encargada de el diseño y la realización de nuestro producto el cual verifica e indica el proceso para la culminación de nuestro producto tanto la imagen de nuestro empaque como el diseño a realizar.

## 6.2 Manual de funciones

**Tabla 17. especificaciones gerente general.**

Denominación del cargo: GERENTE GENERAL Nivel : Gerencial
Salario: 1.100.000
Formación Académica: Titulo Profesional
Experiencia: 2 años
Función Básica: liderar y apoyar los procesos de la organización manejando la estructura financiera adecuadamente para un desarrollo óptimo.
Funciones Especificas: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Velar por que los objetivos y metas planteadas se cumplan a totalidad, encaminada al seguimiento de los procesos y colaboración de los mismos.</li> <li>2. Asignas las actividades acordadas y verificar que se estén cumpliendo para tener una efectividad el 100%</li> <li>3. Apoyar en todo momento al grupo de trabajo y asistirlos e lo que necesiten para que el resultado final sea lo que el cliente busca.</li> <li>4. Corregir y seguir un plan de contingencia para que cada día se busque un mejor resultado, controlando los recursos financieros y siendo más eficientes con la materia prima que necesitemos.</li> </ol>
Responsabilidades: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Velar porque los recursos financieros sea aprovechados de la mejor manera.</li> <li>2. Llevar un seguimiento de las actividades realizadas en cada producto que entreguemos.</li> <li>3. Rendir cuentas a los socios.</li> <li>4. Motivación y colaboración a las personas encargadas de las diferentes áreas.</li> <li>5. Ser proactivo, en decisión a corto y largo plazo.</li> <li>6. Celebrar y firmar los contratos de las obligaciones</li> <li>7.</li> </ol>

**Tabla 18. Especificaciones Cargo Gerente de Ventas Y Mercadeo**

Denominación del Cargo: Gerente de Ventas Y Mercadeo. Nivel: Gerencial.
Salario : 1.100.000
Formación Académica: Titulo Profesional
Experiencia: 2 años

Función Básica: generar planes de ventas e impulsar la marca para ser competitivos en el mercado.
Funciones Especificas: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer las metas de ventas de modo que se desarrolle una estrategia de impacto al consumidor.</li> <li>2. Determinar el mercado al cual queremos penetrar y así mismo el impacto en nuestra publicidad para un mayor acogimiento en el mercado.</li> <li>3. Investigación de mercado, interpretando las posibles soluciones para una venta exitosa.</li> <li>4. Hacer un seguimiento a las ventas y posibles compradores nuestros mini estadios.</li> <li>5. Impulsar la marca y hacerla reconocida a nivel nacional con las estrategias de comunicación que acogerá a MINI CANCHEROS.</li> </ol>
Responsabilidades: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Validar los informes de ventas presentados en la compañía.</li> <li>2. Rendir cuentas a los socios.</li> <li>3. Estar pendiente del proceso de ventas on line como personalizado.</li> <li>4. Velar por la calidad del producto final.</li> </ol>

**Tabla 19. Especificaciones Cargo Asesor Externo.**

Denominación del Cargo: Asesor Externo.
Salario: 2.000.000 prestación de servicio
Formación Académica: Título Profesional
Experiencia: 2 años
Función Básica: realizar el proceso de diseño de los estadios basándonos en las especificaciones de los usuarios.
Funciones Especificas: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Validar los planos de cada mini estadio que se vaya a realizar.</li> <li>2. Fotografiar y digitalizar los estadios realizados.</li> </ol>
Responsabilidades: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llevar adecuadamente informes mensuales de producción de los mini estadios</li> <li>2. Desarrollar una base de datos con todos los planos de los mini estadios</li> </ol>

### **6.3 Requisitos legales del proyecto: escritura, matrícula y registro**

Somos una que se legaliza por una sociedad de acciones simplificadas S.A.S mediante un documento privado, llevando unos estatutos con orientación a los interesados que sean flexibles, registramos la sociedad ante cámara de comercio con dos socios únicos

que son los únicos que aportan el dinero para el patrimonio de este para empezar la sociedad.

Contamos con escritura pública para los bienes inmuebles que se aportaron a lo sociedad, registro único tributario, también el registro de industria y comercio y tenemos los reglamentos de higiene y seguridad, reglamentos interno de trabajo, nos basamos con las normas ISO 9001 de calidad y la 140001 gestión ambiental ya que es la esencia del proyecto colaborar con el medio ambiente.

#### 6.4 Apoyo logístico a la administración

En los costos administrativos, Mini Cancheros inicia su proceso de producción de mini estadios a escala con tres personas en las cuales dos están fijas y la tercera persona que colabora trabaja por dos horas, tres veces a la semana, se darán a conocer los costos de nomina:

**Tabla20. Salario Empleados.**

salario por empleado			
	% Empleador	% Empleado	Empleador
Salario			\$ 1.100.000,00
sub. De transporte			\$ 77.700,00
Salud	8,5%	4%	\$ 137.500,00
Pensión	12%	4%	\$ 144.000,00
cesantías	8,33%		\$ 98.102,00
Int. Cesantías	1%		\$ 11.772,00
Prima	8,33%		\$ 98.102,00
		Total	\$ 567.176,00

El tercer colaborador tiene contrato por prestación de servicios por seis meses devenga \$4.200.000, retroalimentado dos veces al mes

Entonces esto quiere decir que:

**Tabla 21. Nomina Anual.**

<b>Nomina Anual</b>	
Meses	12
Empleados	2
Total salario anual	\$ 45.655.200,00

**Tabla 22. Gastos Creación de Empresa**

<b>Gastos construcción empresa</b>	
Autenticación Firma x2	\$ 6.900,00
Impuesto de registro	\$ 420.000,00
Derecho de suscripción	\$ 32.000,00
registro único empresarial	\$ 4.000,00
Inscripción libros actas	\$ 10.300,00
certificado existencia	\$ 8.600,00
<b>Total</b>	<b>\$ 481.800,00</b>

Toda la producción de mini cancheros comenzara en el barrio zarzamora en la calle 71b # 87-13, cuando se tenga el establecimiento y la compra de toda la maquinaria para la producción nos dijimos al barrio galerías cra. 27 con calle 53 para tener la oficina central de nuestros productos.

Toda la producción se basa bajo pedido, no tenemos mercancía en stock, ya que por los gustos de nuestros clientes no podemos diseñar mini estadios sin saber las características que ellos desees.

## 7. Estudio Financiero.

### 7.1 Flujo de caja Explicado

Tabla 23. Balance General.

	0	1	2	3	4	5
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Activo Corriente</b>						
Efectivo	33.202.200	63.116.412	88.260.116	116.442.244	152.678.265	197.497.559
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar						
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	15.989.028	16.780.064	17.301.811	18.513.611	19.355.139
Inventarios de Producto en Proceso	0	5.300.531	6.090.195	6.674.620	7.129.420	7.683.687
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados Neto	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>33.202.200</b>	<b>84.405.971</b>	<b>111.130.374</b>	<b>140.418.675</b>	<b>178.321.296</b>	<b>224.536.384</b>
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios Neto	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	21.000.000	18.900.000	16.800.000	14.700.000	12.600.000	10.500.000
Muebles y Enseres Neto	660.000	528.000	396.000	264.000	132.000	0
Equipo de Transporte Neto	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina Neto	5.137.800	4.110.240	3.082.680	2.055.120	1.027.560	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>26.797.800</b>	<b>23.538.240</b>	<b>20.278.680</b>	<b>17.019.120</b>	<b>13.759.560</b>	<b>10.500.000</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>60.000.000</b>	<b>107.944.211</b>	<b>131.409.054</b>	<b>157.437.795</b>	<b>192.080.856</b>	<b>235.036.384</b>
<b>Pasivo</b>						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	15.821.590	12.964.523	11.697.979	13.902.312	17.057.352
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0</b>	<b>15.821.590</b>	<b>12.964.523</b>	<b>11.697.979</b>	<b>13.902.312</b>	<b>17.057.352</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	3.212.262	5.844.453	8.573.982	11.817.854
Utilidades Retenidas	0	0	28.910.359	52.600.078	77.165.835	106.360.690
Utilidades del Ejercicio	0	32.122.621	26.321.910	27.295.285	32.438.728	39.800.488
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>60.000.000</b>	<b>92.122.621</b>	<b>118.444.531</b>	<b>145.739.816</b>	<b>178.178.544</b>	<b>217.979.032</b>
<b>TOTAL PAS + PAT</b>	<b>60.000.000</b>	<b>107.944.211</b>	<b>131.409.054</b>	<b>157.437.795</b>	<b>192.080.856</b>	<b>235.036.384</b>

Tabla 24. PYG

	1	2	3	4	5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	190.000.000	205.780.800	218.972.224	244.006.400	264.500.000
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	92.150.000	106.363.948	116.883.600	125.070.000	135.046.800
Depreciación	3.259.560	3.259.560	3.259.560	3.259.560	3.259.560
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>94.590.440</b>	<b>96.157.292</b>	<b>98.829.064</b>	<b>115.676.840</b>	<b>126.193.640</b>
Gasto de Ventas	1.000.000	500.000	500.000	0	0
Gastos de Administración	45.646.229	56.370.859	59.335.800	69.335.800	69.335.800
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>47.944.211</b>	<b>39.286.433</b>	<b>38.993.264</b>	<b>46.341.040</b>	<b>56.857.840</b>
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
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
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>47.944.211</b>	<b>39.286.433</b>	<b>38.993.264</b>	<b>46.341.040</b>	<b>56.857.840</b>
Impuestos (35%)	15.821.590	12.964.523	11.697.979	13.902.312	17.057.352
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>32.122.621</b>	<b>26.321.910</b>	<b>27.295.285</b>	<b>32.438.728</b>	<b>39.800.488</b>

Tabla 25. Flujo de caja

	0	1	2	3	4	5
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
Impuestos		0	-15.821.590	-12.964.523	-11.697.979	-13.902.312
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>51.203.771</b>	<b>26.724.403</b>	<b>29.288.301</b>	<b>37.902.621</b>	<b>46.215.088</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos <sup>3</sup>		-15.989.028	-791.036	-521.747	-1.211.800	-841.528
Variación Inv. Prod. En Proceso		-5.300.531	-789.664	-584.425	-454.800	-554.267
Variación Inv. Prod. Terminados		0	0	0	0	0
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
<b>Variación del Capital de Trabajo</b>	0	-21.289.559	-1.580.700	-1.106.172	-1.666.600	-1.395.794
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-21.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-660.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-5.137.800	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	-26.797.800	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-26.797.800</b>	<b>-21.289.559</b>	<b>-1.580.700</b>	<b>-1.106.172</b>	<b>-1.666.600</b>	<b>-1.395.794</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Fondo Emprender	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0
Capital	60.000.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>60.000.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>33.202.200</b>	<b>29.914.212</b>	<b>25.143.703</b>	<b>28.182.129</b>	<b>36.236.021</b>	<b>44.819.294</b>
<b>Saldo anterior</b>		<b>33.202.200</b>	<b>63.116.412</b>	<b>88.260.116</b>	<b>116.442.244</b>	<b>152.678.265</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>33.202.200</b>	<b>63.116.412</b>	<b>88.260.116</b>	<b>116.442.244</b>	<b>152.678.265</b>	<b>197.497.559</b>

## 7.2 Indicadores de Viabilidad

Capital

Capital Social: \$60.000.000

Rentabilidad de la empresa

Precio de venta: \$ 100.000

Unidades Producidas anuales: 1900

Total venta anual: \$ 190.000.000

Utilidad Neta: \$ 32.122.621

### **Margen de utilidad neta**

Utilidad neta \$ 32.122.621 = 16.90%

Ventas anuales \$ 190.000.000

### **Ventas**

Costos de Producción: \$57.969

Tasa de Ganancia: 42.26%

Precio de venta: \$ 100.000

Unidades producidas al año: 1900

Margen de utilidad: \$42.621

**Total ventas: 100.000 \*1900) = \$ 190.000.000**

Fuente: FONADE

Autoría: propia

**TIR: 42.05% VALOR ACTUAL NETO: \$ 89.390.668.**

**PRI: 1.83**

## 8. Dirección

### 8.1 Motivación

Para Mini Cancheros es una oportunidad de ser una empresa líder en el futuro debido a sus altas expectativas con el reciclaje, esto hace que nosotros como socios nos involucremos más con el sentido de pertenencia que tiene nuestra empresa y que busquemos diferentes métodos para incentivar y seguir manteniendo un alto estándar de calidad de nuestros productos, y que cuando nos referencien además del buen resultado de los estadios sea el mensaje de preservación del medio ambiente.

Siempre tenemos como meta involucrar a nuestro personal, que sean personas que les guste trabajar por una causa que nos beneficie a todos y además que tengan “sed” de progresar y salir adelante, por ello hemos querido que nuestro futuro personal sean personas que su situación económica no sea la mejor, esto que quiere decir, que para mini cancheros quiere dar la oportunidad de progresar trayendo nuevas ideas, siendo embajadores de sus propios productos que entren con la mentalidad de realizar y generar un producto 100% colombiano.

Una vez desarrollado el producto 100% reciclado, reflejaremos el mensaje que fue propuesto una vez se comenzó este proyecto, que es, defender la industria colombiana e incentivar a los nuevos emprendedores que si es posible realizar proyectos grandes

con pocos recursos, que no es necesario tener una gran infraestructura para poder desarrollar un producto de alta calidad.

Basados en estos puntos el futuro es que los mini cancheros ósea nuestros clientes, nuestros funcionarios, nuestros socios y demás círculo social que enfrente nuestra empresa tenga un sentido de pertenencia con nuestro planeta y ayudemos a preservar nuestro medio ambiente, llevando este mensaje a los colegios, universidades, organizaciones y ciclo familiar.

## **8.2 Liderazgo**

El liderazgo que maneja Mini Cancheros se basa en dos rangos, el primero participativo ya que todos los empleados cuando lleguen a nuestra empresa tienen su propio voto en las nuevas decisiones que ellos consideren se puedan hacer al producto, es así como el trabajo en equipo logrará involucrar más a nuestros trabajadores con la labor prestada, y como segundo y de la mano del participativo está el transformacional que es ahí donde después de las grandes ideas de nuestros colaboradores tomamos las decisiones para una mejora continua de nuestro producto y de el ambiente laboral de nuestra organización, acompañaremos cada paso y cada proyección porque mini cancheros trabaja por la efectividad de nuestros productos para que nuestros clientes se vean satisfechos con altos estándares de calidad y motivación laboral interna.

## **9. Control**

### **9.1 Indicadores de Gestión**

- ✓ **Cumplir la totalidad de producción estipulada.**
- ✓ **Mantener una mejora continua del producto.**
- ✓ **Hacer una producción 100% Colombiana.**
- ✓ **Satisfacción del cliente con el producto final.**
- ✓ **Controlar los tiempos de producción.**

## 10. Conclusiones

1. Mini- Cancheros desarrollara una micro-empresa en la cual desarrollara un producto de diseño y creación de un producto para la satisfacción de aficionados al futbol, contribuyendo con el medio ambiente, ya que utilizara materiales reciclables tales como envases de plástico y aspira a desarrollar mini estadios de futbol 100% con materiales reciclables.
2. Se observa que Mini-cancheros tras su evaluación financiera tiene como fin:
  - Un valor presente neto de \$89.390.668 pesos colombianos proyectado a 5 años.
  - Con una tasa de retorno del 42.05%, esto indica una rentabilidad cuando se dé el punto de equilibrio, nos hace más competitivos y atractivos para futuros inversionistas nacionales como internacionales.
3. Para nosotros es muy importante desarrollar esta idea de negocio ya que vemos la necesidad de conformar una sociedad para ejercer un liderazgo en la competitividad de mini- estadios, y generar un valor agregado a la industria colombiana, adicional a esto vemos un beneficio para el medio ambiente reutilizando productos que nos ayudan a producir nuestros Mini-estadios, así respondiendo a la ayuda de generar un sentido de reciclaje.

## 11. Bibliografía

- Melo, Balaguera (2016) Guía de operaciones para opciones de grado, Consultado el 31 de agosto de 2016.
- Guajardo Gerardo, Andrade Nora, (2012) *Contabilidad para no contadores*. Mc Graw Hill, consultado el 31 de agosto de 2016.
- Ministerio del medio ambiente (2015) “día mundial del reciclaje” disponible en <https://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article?id=1793:colombia-celebra-dia-mundial-del-reciclaje>, consultado el 01 de julio de 2016
- Aluna consultores limitada (abril de 2011) “Estudio nacional del reciclaje” disponible en [http://www.cempre.org.co/sites/default/files/3926-estudio\\_nacional\\_de\\_reciclaje\\_aproximacion\\_al\\_mercado\\_de\\_reciclables\\_y\\_las\\_experiencias\\_significativas\\_0.pdf](http://www.cempre.org.co/sites/default/files/3926-estudio_nacional_de_reciclaje_aproximacion_al_mercado_de_reciclables_y_las_experiencias_significativas_0.pdf), consultado el 02 de julio de 2016
- Proceso de capacitación, recuperado 27 de junio de 2016 de <http://www.emprendepyme.net/los-pasos-del-proceso-de-capacitacion.html>
- Dane (2015) “comercio exterior” disponible en [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/comercio\\_exterior\\_servicios/boletin\\_MTCES\\_I\\_16.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/comercio_exterior_servicios/boletin_MTCES_I_16.pdf), consultado el 04 de julio de 2016
- Conciencias Eco (24 de mayo de 2015),” Historia del reciclaje “disponible en <http://www.concienciaeco.com/2015/05/16/la-historia-del-reciclaje/>, consultado el 05 de julio de 2016.

- Donald (15 de marzo 2015), "Que productos son reciclables" disponible en [http://www.ehowenespanol.com/productos-son-fabricados-materiales-reciclados-info\\_330533/](http://www.ehowenespanol.com/productos-son-fabricados-materiales-reciclados-info_330533/) consultado el 03 de julio 2016
- Ramos Hernández (25 de agosto de 2011, "El reciclaje una necesidad del siglo XXI" disponible en <http://elreciclajeuncuentodetodos.blogspot.com.co/> consultado el 05 de julio de 2016
- Maldonado Valencia (2015). Contratos. Diplomado derecho laboral. volumen 2. Pag 20. pag 32
- Confecamaras. Otras actividades profesionales científicas y técnicas, recuperado el 02 de julio de 2016, <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Informe%20de%20Coyuntura%202015.pdf>.
- Twenergy (2015) "emprendedores colombianos" disponible en <http://twenergy.com/co/a/cuatro-casos-de-eco-emprendedores-colombianos-que-basan-su-exito-en-el-reciclaje>, consultado el 04 de julio de 2016
- Confecamaras, Informe de coyuntura empresarial de Colombia, recuperado el 02 de julio de 2016, <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Informe%20de%20Coyuntura%202015.pdf>
- Confecamaras, persona natural, Extraído de <http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Informe%20de%20Coyuntura%202015.pdf> 02 de julio 2016.

- Confecamaras, sociedades, regional, Recuperado el 02 de julio de 2016  
<http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Informe%20de%20Coyuntura%202015.pdf> 02 de julio 2016
- Responsabilidad social, Recuperado el 06 de febrero de 2016, internet  
<http://www.guioteca.com/rse/que-es-la-responsabilidad-social-empresarial/>
- Dane, *bol\_PIB\_IVtrim15\_oferta\_demanda* recuperado 03 de julio de 2016  
[www.dane.gov.co/index.php/cuentas-economicas/cuentas-trimestrales](http://www.dane.gov.co/index.php/cuentas-economicas/cuentas-trimestrales)
- Sociedad S.A.S, <http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituir-sas/37888> consultado junio 2016
- Artes y Maquetas, Recuperado el 01 de mayo de 2016, Internet  
<http://arteymaquetas.webnode.com.co/>
- Rivas Y Maquetas, Recuperado el 01 de mayo de 2016, Internet  
<http://rivasmaquetas.com/>
- Planos y maquetas Cali, Recuperado el 01 de mayo de 2016, Internet  
<http://www.planosymaquetascal.com/>
- Dane, Muestra trimestral de servicios de Bogotá,  
[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mts/bol\\_mts\\_Itrim\\_16.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/mts/bol_mts_Itrim_16.pdf),  
[consultado junio 2016.](#)
- Dane, PIB, demanda,  
[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol\\_PIB\\_Itrim16\\_oferta\\_de\\_manda.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrim16_oferta_de_manda.pdf) consultado junio 2016

- Procesos básicos de gestión, <https://prezi.com/76hi0x5fbn8p/procesos-basicos-en-la-gestion-de-los-rrhh/> consultado junio 2016
- Proyección Macroeconómica, extraído de [https://www.grupohelm.com/sites/default/files/Resumen%20proyecciones\\_may14.pdf](https://www.grupohelm.com/sites/default/files/Resumen%20proyecciones_may14.pdf)  
12de julio de 2016.