

Noviembre 2019

# EASY SHOP



ANDRES LEÓN GONZÁLEZ  
CAMILA FINO GUERRERO

**Plan de empresa – Easy shop.**

**Fundadores**

María Camila Fino Guerrero

Andrés Felipe León González

**Tutor**

Jorge Aristizábal

Facultad de Administración de empresas

Bogotá D.C.

2019

EASY SHOP

*“Al alcance de un clic”*



Easy Shop  
Al alcance de un clic

## Contenido

|                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>                                     | <b>6</b>  |
| <b>JUSTIFICACIÓN .....</b>                                         | <b>6</b>  |
| <b>PROBLEMA .....</b>                                              | <b>9</b>  |
| <b>OBJETIVOS DEL PLAN .....</b>                                    | <b>14</b> |
| <b>OBJETIVO GENERAL. ....</b>                                      | <b>14</b> |
| <b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....</b>                                 | <b>14</b> |
| <b>DESCRIPCIÓN PRELIMINAR BÁSICA DEL PRODUCTO O SERVICIO .....</b> | <b>15</b> |
| PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....                                        | 19        |
| MISIÓN .....                                                       | 19        |
| VISIÓN .....                                                       | 19        |
| ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO .....                                | 20        |
| OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, TÁCTICOS Y OPERACIONALES.....              | 23        |
| Objetivos Operativos: 6 a 9 meses.....                             | 23        |
| Objetivos Tácticos: Año 1, 2 y 3 .....                             | 23        |
| Objetivos Estratégicos: Año 4 y 5.....                             | 24        |
| FILOSOFÍA DEL NEGOCIO .....                                        | 25        |
| KNOW HOW .....                                                     | 26        |
| CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO.....                              | 27        |
| NECESIDAD DEL MERCADO.....                                         | 27        |
| PRESENTACIÓN DE LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO.....  | 30        |
| USOS Y MANEJO DEL PRODUCTO O SERVICIO.....                         | 33        |
| MARCA: LOGO Y SLOGAN DEL PRODUCTO O SERVICIO. ....                 | 35        |
| RESUMEN DEL MODELO DE NEGOCIO.....                                 | 36        |
| ESTUDIO DE MERCADO .....                                           | 37        |
| INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.....                                     | 37        |
| ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....                                       | 42        |
| NICHOS DE MERCADO .....                                            | 45        |
| DETERMINACIÓN DEL PRECIO .....                                     | 46        |

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| PRONÓSTICO DE VENTAS.....                           | 48 |
| PLAN DE MERCADEO .....                              | 49 |
| ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.....                    | 49 |
| ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....                       | 51 |
| FIDELIZACIÓN, POST VENTA Y SERVICIO AL CLIENTE..... | 53 |
| MARKETING MIX .....                                 | 55 |
| ESTUDIO DE OPERACIONES .....                        | 56 |
| DESCRIPCIÓN DEL PROCESO - DIAGRAMA DE FLUJO .....   | 56 |
| DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....                         | 58 |
| INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA.....                 | 60 |
| INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO.....              | 61 |
| ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....                         | 62 |
| ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EXPLICADA .....           | 62 |
| PERFILES DEL CARGO .....                            | 63 |
| MANUAL DE FUNCIONES .....                           | 67 |
| REQUISITOS LEGALES DEL PROYECTO.....                | 69 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS.....                         | 70 |
| METODOLOGÍAS DE MOTIVACIÓN .....                    | 71 |
| MECANISMOS DE LIDERAZGO .....                       | 73 |
| INDICADORES DE GESTIÓN .....                        | 74 |
| ESTUDIO FINANCIERO.....                             | 75 |
| PRESUPUESTOS .....                                  | 75 |
| BIBLIOGRAFÍA .....                                  | 85 |

## Lista de Tablas

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| Tabla 1 .....                            | 46 |
| Tabla 2 Productos.....                   | 75 |
| Tabla 3 Ciclos de venta.....             | 76 |
| Tabla 4 Proyección primeros años .....   | 76 |
| Tabla 5 Flujos de caja .....             | 78 |
| Tabla 6 Constantes .....                 | 81 |
| Tabla 7 Indicadores de rentabilidad..... | 82 |

## Lista de ilustraciones

|                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Ilustración 1 Revista Dinero (2017) .....                                                          | 9  |
| Ilustración 2 Google (2016) .....                                                                  | 10 |
| métricas en tiempos reales, la creación      Ilustración 3Google (2017) .....                      | 11 |
| Ilustración 4 Google (2018) .....                                                                  | 12 |
| Ilustración 5 Google (2016) .....                                                                  | 14 |
| . Ilustración 6 Samvanetwork.com (2017) .....                                                      | 16 |
| Ilustración 7 NASDAQ (2019) .....                                                                  | 21 |
| Incluir dos personas al organigrama de la organización con el fin de que puedan      Ilustración 8 |    |
| Overflow.pe      asumir tareas de logística y atención al cliente.      23                         |    |
| Llegara a estar disponible en bodega.      Ilustración 9 Medellinjovent .com.....                  | 25 |
| Ilustración 10 amazonews.com.....                                                                  | 27 |
| Ilustración 11 Logo Easy Shop .....                                                                | 35 |
| Ilustración 12 Mercadolibre.com .....                                                              | 49 |
| Ilustración 13 Mercadolibre.com (2019).....                                                        | 51 |
| Ilustración 14 Mercadolibre.com (2019).....                                                        | 52 |
| Ilustración 15 Google (2016) .....                                                                 | 53 |

## Lista de Gráficas

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| Gráfica 1 .....                           | 38 |
| Gráfica 2 .....                           | 38 |
| Gráfica 3 .....                           | 39 |
| Gráfica 4 .....                           | 40 |
| Gráfica 5 .....                           | 41 |
| Gráfica 6 Diagrama de flujo.....          | 57 |
| Gráfica 7 Distribución de la planta ..... | 58 |
| Gráfica 8 Puestos de trabajo .....        | 62 |

## RESUMEN EJECUTIVO

### JUSTIFICACIÓN

*“El comercio electrónico será un amplio sector en el que triunfarán numerosas empresas al mismo tiempo con estrategias diferentes. Aquí hay sitio no para diez o cien empresas, sino para miles”* (Bezos, 2019)

El contexto económico mundial actual es un entorno competitivo en el cual las empresas no sobreviven por la cantidad de recursos que poseen al momento de iniciar sus operaciones sino que dependen de la estrategia que manejan en el mercado para conseguir el objetivo de la razón social.

Hoy se habla de un modelo de negocio demasiado utópico con posibilidad de globalización, clientes en todo el mundo y cadenas de abastecimiento y distribución óptimas para reducir costos. Siempre que pensamos en una empresa de estas características imaginamos gigantes globales con el potencial Amazon o con la economía de Apple.

Sin embargo, hoy por hoy existe otro canal de economía que ofrece estas posibilidades, las empresas de e-commerce han abierto la posibilidad de incluir todos estos elementos con una inversión mucho menor.



Figure 1 Tomado de: Google imágenes

Además de que los interesados no deben invertir en espacios físicos, pues no necesitan tener un punto de contacto directo con el cliente más allá de un computador en donde se puede tener control de todas las operaciones.

Este tipo de empresas le ofrecen a los “nuevos emprendedores” un mercado más allá de las redes sociales con características formales y legales que permiten tener un negocio rentable

con costos óptimos y con posibilidad de vender en Bogotá, pero también en La Guajira de ser necesario.

Es en este espacio donde se hace muy útil la experiencia adquirida en el medio, se evidencia cómo estas plataformas inculcan a los titulares de las cuentas el moverse con rigor para evitar tener pérdidas en sus ventas.

Los autores de este plan de negocios llevan en el mundo del e-commerce dos años, en los cuales se ha podido comprender los principales negocios y prácticas que evitan inconvenientes con la imagen en la plataforma.



*Figure 2 Tomado de: Google imágenes*

De igual manera permite entender los errores de la plataforma y aprender a manejar las situaciones que puedan llegar a generar estrés a los vendedores o demoras sobre las entregas.

Es de esperar que algunas personas se resistan a participar en este tipo de mercados, pues al no ser un negocio físico la naturaleza es desconfiar sobre el proceso de entrega de los productos. Sin embargo con el uso adecuado de las herramientas que ofrecen las plataformas podrán contar con la tranquilidad de que recibirán sus productos.

Las mismas nos permiten también incorporar estrategias de venta y distribución tercerizadas que optimizan costos y reducen tiempos de entrega, pues cuentan con servicios de paquetería que conocen el desarrollo del mercado y agilizan los plazos de espera brindando excelentes experiencias de compra.

Más allá de la necesidad de fidelizar clientes (que se puede dar por la calidad del producto) se crea un segmento de mercado que permite conocer una infinidad de clientes.

Es por ello que este canal es una herramienta viable para este proyecto y que pretende no solamente fomentar la economía de la razón social a la cual hará referencia, sino también impulsar los mercados de las comunidades menos favorecidas.

## PROBLEMA

### ¿CÓMO HACER UNA PYME SOSTENIBLE HASTA LOGRAR SER UNA EMPRESA SÓLIDA?

Las PYMES hoy por hoy son un porcentaje importante de la economía, esto porque en países como Colombia no encontramos muchas empresas multinacionales que trascienden las fronteras y puedan enfrentarse a gigantes corporativos con el suficiente poder económico y la referencia de marca para poder llegar a arrebatar un mercado tradicional.



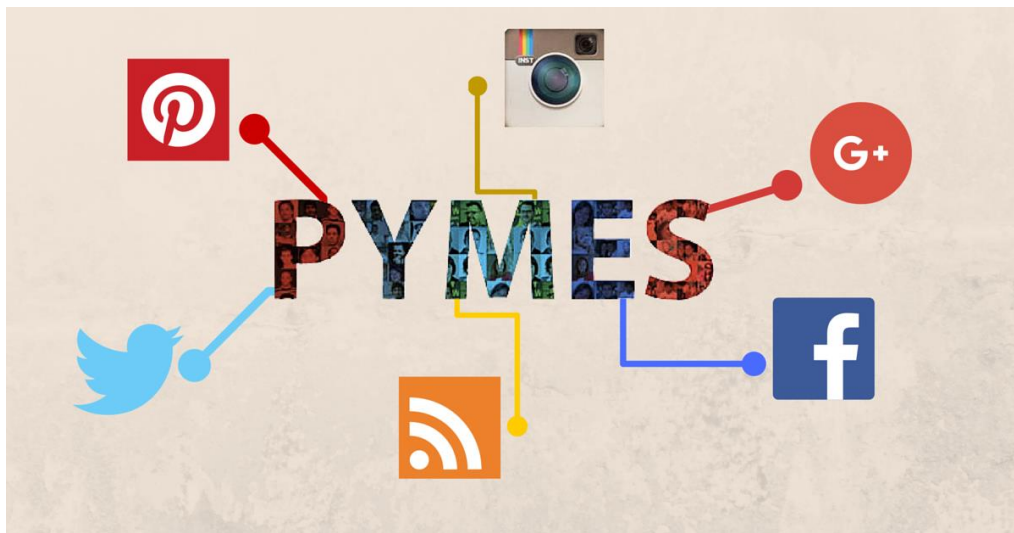
Ilustración 1 Revista Dinero (2017)

De acuerdo a la revista dinero (2017) basada en los estudios realizados por el doctor Rafael Ignacio Pérez Uribe de la universidad EAN se explica que:

*“Aunque en el país se observa un gran ambiente y actitud empresarial (cuarto puesto a nivel mundial en actitud positiva hacia el emprendimiento según la Universidad de Múnich),*

*solamente el 50% de las mipymes colombianas sobreviven el primer año y solo el 20% al tercero.”*

Esto nos da a entender que pese a que hay muy buena disposición por parte de los pequeños empresarios de emprender el entorno competitivo en el cual emergen las nuevas empresas está arrebatando la posibilidad de crecimiento y la tendencia por lo tanto es a fracasar.



*Ilustración 2 Google (2016)*

Al cabo del tercer año un 70% de las empresas han quebrado y es donde es importante analizar la causal de este efecto:

*“Si hay algo en lo que están fallando las pymes es en la poca importancia que le dan a la innovación y al conocimiento, los cuales deberían ser el centro y el corazón que hacen mover los otros ítems de importancia en las organizaciones.*

*Estos temas están pesando en la competitividad colombiana. No es necesario ya competir con las empresas de los países desarrollados. Empresas chinas, chilenas y brasileñas conforman ahora una fuerte barrera competitiva para las pymes nacionales. La globalización es un reto constante y estas empresas tienen una alta probabilidad de que las saquen del mercado ya que no son innovadoras. Las empresas son centros de responsabilidad social se quiera o no. Se debe ser estrategia y tener una visión a largo, tener direccionamiento estratégico, preguntarse en dónde estará la empresa en 30 años.”*

La falta de experticia al momento de iniciar en el mercado es una de las principales causales de fracaso, nos hace pensar que lo que sucede es que en Colombia tenemos el potencial de crear pero no de sostener, esto puede ser por que la proyección es a corto plazo sin tener en consideración las variables exógenas además del afán por obtener rentabilidad a corto plazo.

Es en este punto donde se deberían buscar entonces alternativas de análisis y de gestión, aliados que nos permitan comprender cómo se está moviendo el mercado con

*métricas en tiempos reales, la creación*

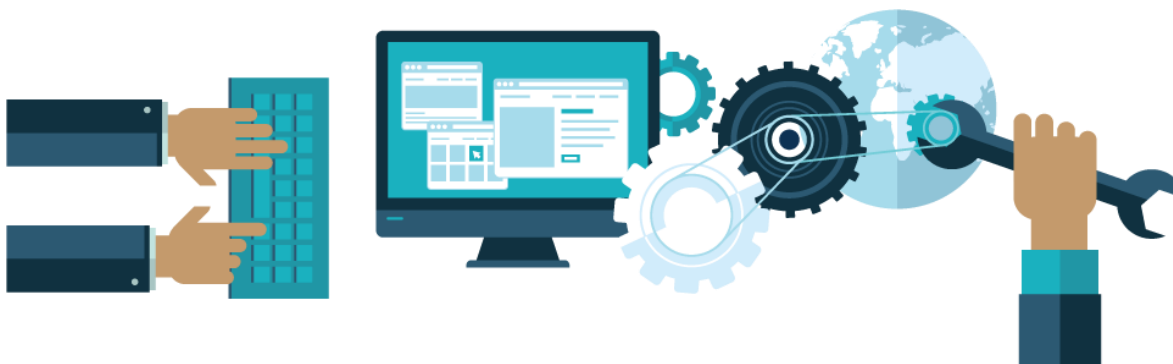


*Ilustración 3Google (2017)*

y rápido crecimiento de los mercados electrónicos nos permiten conocer el entorno en el cual nos estamos desarrollando de manera empírica y en tiempos cortos.

Es esta la importancia de comprender que las grandes empresas ya hacen uso de estas herramientas y son conscientes del potencial que pueden llegar a ejercer, los mercados virtuales permiten tener espacios de competencia a precios relativamente menores, pues no es necesario tener de trasfondo un espacio físico de exhibición sino que se minimizan costos al tener solo un espacio de almacenamiento y mediante internet hacer muestreos del mercado para establecer precios y fijar una estrategia.

Este tipo de comercios no solo se expanden a nivel regional o nacional sino que les permite a las empresas alcanzar internacionalización con exactamente los mismos costos de exposición.



*Ilustración 4 Google (2018)*

Uno de los inconvenientes de la economía colombiana es que nuestra balanza general está inclinada más hacia las importaciones que hacía las exportaciones, de acuerdo a los datos del Banco Mundial para el 2018 se estimaron los siguientes valores:

- Exportaciones 37.766 millones de dólares
- Importaciones 46.050 millones de dólares

Pero lejos de denotar que el país no tiene los recursos suficientes para poder equilibrar la balanza nos quedamos cortos en el proceso de industrialización y búsqueda de nuevos mercados.

Es entonces en donde surge el reto de buscar herramientas sencillas a bajos costos que permitan indagar en nuevos mercado para agilizar el proceso de comercialización de los productos que podemos llegar a producir al interior del país.

El mismo tiene por objetivo no la producción o transformación del producto sino la comercialización de bienes de una manera sostenida, logrando con ello la competitividad en mercados que pueden lograr ofrecer igualdad de condiciones.



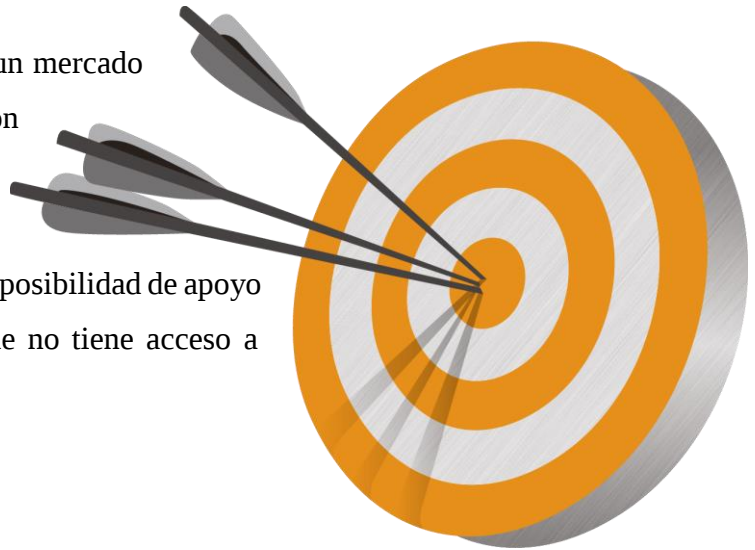
## OBJETIVOS DEL PLAN

### OBJETIVO GENERAL.

Determinar la viabilidad del proyecto Easy Shop como posible idea de negocio, fijando objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo, analizando todos los frentes de la organización como lo son el área financiera, de recursos humanos, de mercado y estratégica.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Creación de una idea de negocio sostenible con posibilidad de expansión en una escala de tiempo real.
- Identificación y penetración en un mercado sostenible con miras de expansión a corto, mediano y largo plazo.
- Creación de una razón social especializada en el comercio con posibilidad de apoyo al sector productivo del país que no tiene acceso a herramientas virtuales



*Ilustración 5 Google (2016)*

## DESCRIPCIÓN PRELIMINAR BÁSICA DEL PRODUCTO O SERVICIO

Con el fin de aprovechar la facilidad con la que las empresas pueden incorporarse en el comercio electrónico actualmente, se decide incursionar en el mundo del e-commerce a través de plataformas como AliExpress para que los clientes puedan tener a su alcance todos los productos que desean.

Es por esto que se ha formulado la creación de una empresa que se dedique a importar mercancía de países como China o España. La intención es abordar cuatro segmentos de mercado distintos para diversificar nuestro portafolio de productos.

Con base en la experiencia y la intención de hacer este un negocio viable, se descarta la posibilidad de manejar productos de ropa y accesorios pues se ha detectado que estos artículos tienen un porcentaje de devoluciones muy alto.

Esto debido a que se presentan contingencias con las tallas o los diseños que disgustan a los compradores y distribuir este tipo de artículos puede llegar a ser poco rentable si no se maneja con rigurosidad.

Los artículos de tecnología por su parte, tienen un inconveniente similar. Esto debido a que suelen dañarse con el tiempo y como la garantía de estos productos es tan amplia, llega a ser complicado distribuirlos garantizando el correcto funcionamiento de los mismos a largo plazo pues esto dependerá del uso que le dé el comprador al producto y eso variará según la persona.

Teniendo en cuenta lo anterior, se fijan cuatro líneas de negocio para abordar en este emprendimiento y que se conoce resultan bastante rentables:

El primero comprenderá el sector de **belleza**. Artículos como brochas para maquillarse, cepillos, y demás. Esto debido a que según el Espectador (2019) basado en cifras emitidas por la Andi (Asociación nacional de empresarios de Colombia):

“La venta directa o por internet de productos cosméticos representa negocios por casi US\$1.057 millones y Colombia ocupa el cuarto lugar en el mercado de este sector en Latinoamérica”.

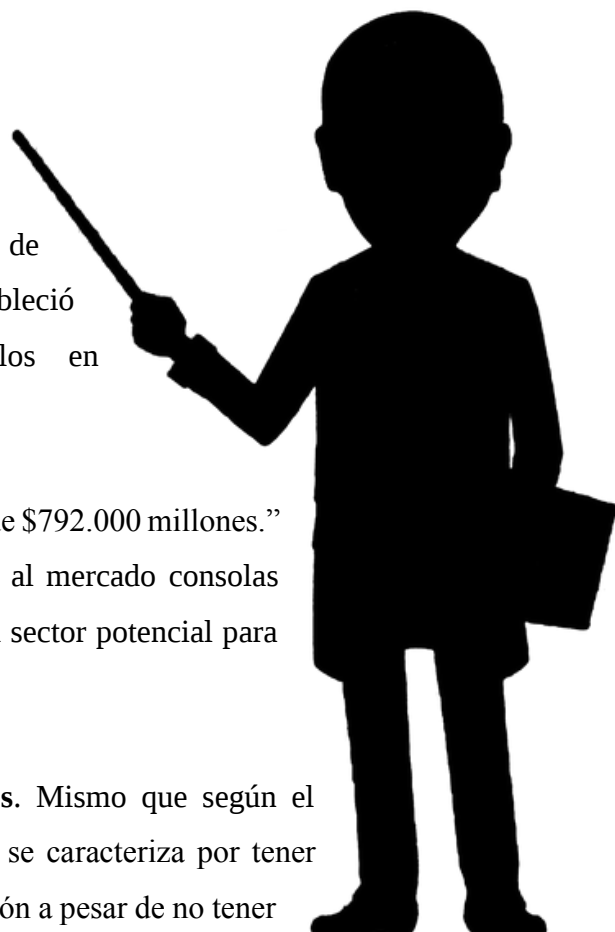
El mercado inicial serán las mujeres de la costa atlántica pues según la revista Dinero basada en los datos brindados por la empresa de datos en información Nielsen , “esta es la zona del país con mayor aporte al crecimiento del sector, con un 42%”.

Adicional a ello, según Juan Carlos Castro, director de la Cámara de la Industria Cosmética y Aseo de la Andi, entendemos que “además de Barranquilla, Bucaramanga y Cali son las ciudades que más invierten en estos productos.” Por esto la estrategia es enfocarse en esta población.

El segundo sector comprenderá los **videojuegos**. Según Newzoo (2015) proveedor líder de análisis de juegos electrónicos a nivel mundial, Colombia se estableció como el cuarto consumidor de estos artículos en Latinoamérica:

“Solo en el 2016 este sector generó ingresos por más de \$792.000 millones.” Teniendo en cuenta que en el año 2020 se lanzarán al mercado consolas como la PS5 y la futura xbox, se considera que es un sector potencial para incursionar con nuestro emprendimiento.

El tercer sector corresponde a **juguetes para niños**. Mismo que según el sistema de inteligencia comercial (2019) “el mismo se caracteriza por tener potencial tanto de producción como de comercialización a pesar de no tener un gran peso en la economía nacional”.



. Ilustración 6  
Samvanetwork.com (2017)

Este sector tiene muchas oportunidades de mejora debido a que se enfrenta día a día a desafíos para adaptarse a las tendencias actuales que demanda el mercado. Sin embargo, se cuenta con una ventaja para este emprendimiento y es que grandes productores como China o Taiwán cuentan con precios bajos a raíz de los costos de mano de obra reducidos que manejan.

Y por último, con el fin de innovar en el mercado, se decide que el cuarto sector a atender comprenderá la distribución de **productos 100% colombianos** como lo son los sombreros vueltiaos, hamacas, ruanas, bisutería, etc.

Sucede que, si se toman como ejemplo las mochilas tejidas a mano y distribuidas en ciudades como Santa Marta por las familias indígenas Wayuu, notamos que estos productos se adquieren allá por \$50.000 - \$90.000.

Sin embargo, en la capital estos mismos artículos tienen un valor aproximado de \$ 120.000 - \$ 150.000. La intención es ofrecerles a estas comunidades la posibilidad de aumentar el volumen de sus ventas en temporada baja y además, competir en el mercado con precios más justos por el mismo producto que los compradores adquieren a precios elevados en ciudades que no son costeras.

Se van a comercializar todos los productos anteriormente mencionados de dos formas distintas: A través de la distribución del inventario que se tendrá almacenado en bodega y además, efectuando órdenes sobre los pedidos registrados de los usuarios.

Es importante aclarar que la distribución de los productos no será al por mayor y el objetivo de nuestra razón es ofrecer los mismo a consumidores finales, esto porque el margen de rentabilidad al ofrecer a este tipo de clientes es mayor y nos permitirá obtener el margen de

rentabilidad deseado, es por ello que mencionamos el registro de ordenenes mediante el registro de usuarios en la plataforma.

Pese a que no cerramos la posibilidad de negociar en volumen el ideal es ofertar los productos a clientes finales.

## **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

### **MISIÓN**

Desde Easy Shop deseamos promover el uso de herramientas tecnológicas que nos permitan brindar experiencias extraordinarias a nuestros clientes incursionando en el mundo del e-commerce facilitando la experiencia de importación de los usuarios a través de nuestra gestión y apoyando el desarrollo del mercado nacional a través de la comercialización de productos 100% Colombianos como factor diferenciador.

### **VISIÓN**

Para el año 2024, se espera que Easy Shop sea una de las compañías importadoras más reconocidas del país destacada por la efectividad de sus operaciones y la calidad de la mercancía comercializada. Se contará con una alta fidelización por parte de compradores y un sentido de pertenencia arraigado por parte de los colaboradores como consecuencia de una serie de estrategias organizacionales robustas.

## ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

*“Hoy estamos en nuestro mejor momento, porque estamos en una etapa donde ya es muy grande en valores absolutos y tiene escala. El año pasado tuvimos 40 millones de compradores, 10 millones de vendedores, ingresos por miles de millones de dólares. Sin embargo, pensamos que en los próximos 20 años podemos llegar a crecer hasta 100 veces de donde estamos hoy.”*

(Galperin, 2019)

El sector económico al que pertenecerá Easy Shop corresponde al terciario, específicamente el sector comercial. El mundo actual se está desenvolviendo en un entorno mucho más virtual que real, es por esto que deseamos aprovechar las herramientas de un mercado emergente en Colombia como el del e-commerce.

Para 2020, se proyecta un mercado que desde ya genera miles de operaciones y con vendedores que pueden llegar a facturar más de \$ 30 millones de pesos mensuales por este canal, empresas completas que se dedican al comercio virtual por canales que facilitan cada vez más la entrega y que garantizan la seguridad del producto mediante programas específicos que benefician tanto al comprador como al vendedor.

Estimando las proyecciones de crecimiento que hace el fundador de la empresa de e-commerce más grande de América Latina, Mercado Libre, se concluye que el comportamiento de este mercado es creciente.



Ilustración 7 NASDAQ (2019)

*En el anterior gráfico podemos observar el comportamiento de las acciones del gigante latinoamericano, pasando de precios por debajo de los 200 USD por acción a precios de más de \$600 USD.*

Este mercado sigue creciendo en Colombia y prueba de esto es que la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (2019) dice que:

“En términos generales, el año pasado las visitas mensuales a sitios web ligados al eCommerce tuvieron, en promedio, un incremento de un 33%, crecimiento relacionado a un importante aumento de visitas del sector ‘compras’.

“Hay sectores que están impulsando el eCommerce en Colombia, particularmente la categoría ‘compras’, donde las visitas a través de dispositivos móviles han jalonado la expansión, con crecimientos importantes en visitantes mujeres entre los 35 a 44 años de edad” (CCCE, 2019)

Es por esto que hemos concluido que el sector terciario enfocado al comercio, y en conjunto con las herramientas electrónicas que predominan actualmente será el ambiente que propiciará el desarrollo de nuestra empresa y su establecimiento en el mercado.

## OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, TÁCTICOS Y OPERACIONALES

Con base en lo anteriormente mencionado, hemos establecido nuestros objetivos organizacionales a largo, mediano y corto plazo de la siguiente manera:

### Objetivos Operativos: 6 a 9 meses

- Ganar la distinción de la marca por parte del público a través de estrategias de difusión como publicidad en sitios web.
- Garantizar el ingreso de la organización al mercado a través de estrategias de mercadeo que nos permitan darle a conocer a los clientes una imagen atractiva de los productos a comercializar. Y de esta forma, alcanzar el número de ventas pronosticado.
- Fortalecer la competitividad de la organización a través de procesos rigurosos que nos permitan garantizar la calidad de las operaciones.

Incluir dos personas al organigrama de la organización con el fin de que puedan asumir tareas de logística y atención al cliente.



*Ilustración 8 Overflow.pe*

### Objetivos Tácticos: Año 1, 2 y 3

- Ganar el reconocimiento tanto de clientes como de competidores con el fin de expandir nuestras operaciones alrededor de ciudades como Bogotá, Medellín y Cali.

- Emplear estrategias específicas con un modelo de beneficios en pro de la fidelización de nuestros compradores.
- Abrir una segunda bodega en otra ciudad del país con el fin de expandir nuestra operación y contar con un segundo punto de despacho que nos permita ofrecerles a nuestros compradores un menor tiempo de entrega o costos más bajos de envío.
- Establecer los principios culturales de la organización para que con base en esto, se elabore un plan de trabajo que nos permita fomentar el sentido de pertenencia en los colaboradores.

### **Objetivos Estratégicos: Año 4 y 5**

- Implementar estrategias mucho más robustas (ofensivas y no defensivas) que nos permitan solidificar la competitividad de la empresa en el sector.
- Invertir las utilidades de la organización en títulos como bonos o acciones con el fin de garantizar que los ingresos de la compañía asciendan a \$ 30.000.000 mensuales
- Adquirir bodegas en ciudades escogidas estratégicamente con el fin de asegurarles a nuestros clientes un tiempo de entrega de 24 horas para sus compras.
- Establecer un plan de beneficios y actividades que favorezcan a los colaboradores y nos permitan asegurar una cultura organizacional fuerte y arraigada en todos y cada uno de ellos.

## FILOSOFÍA DEL NEGOCIO

Durante los últimos dos años los autores de este plan de negocios han tenido la oportunidad de estar inmersos en el mundo del e-commerce interactuando día a día con plataformas que fomentan las ventas por internet. Es por esta razón que para la creación de esta empresa hemos definido la filosofía del negocio de la siguiente manera:

Deseamos que la eficiencia de los procesos sea el distintivo principal de la organización y por ello es muy importante implementar medidas que permitan garantizarle a los clientes tiempos exactos. Para nosotros lo más importante será cumplir con las promesas de entrega a nuestros clientes.

Le apostamos a la experiencia de nuestros usuarios y para ello generamos estrategias a través de la cultura organizacional que permitan brindarles el sentido de familiaridad e interés genuino por parte de los colaboradores para ayudarles a encontrar el producto que supla perfectamente su necesidad, si es que el mismo no llegara a estar disponible en bodega.



*Ilustración 9 Medellinjovent .com*

Ligamos nuestro propósito con los principios culturales de la empresa debido a que somos conscientes de que para alcanzar las metas organizacionales es completamente necesario que todos los colaboradores de la organización tengan claro los parámetros bajo los cuales nos regiremos todos. Por ello, nuestra filosofía institucional también estará enfocada en construir un ambiente de trabajo en equipo alrededor de todas las operaciones de la empresa.

## KNOW HOW

El saber cómo de la organización estará enfocado en usar las herramientas y habilidades que se han desarrollado para conocer detalladamente el perfil de todas las personas que pueden resultar siendo posibles clientes.

Para lograr que las operaciones funcionen bajo los mismos parámetros en todos los centros, definiremos los protocolos de atención que se le brinde a los clientes y que permitirán fidelizar a los compradores y solidificar nuestras ventas.

Si bien la participación colombiana en el e-commerce ha aumentado en los últimos años, aún existe cierto grado de resistencia por parte del público para las compras en internet. Es por esto que el paso a seguir con nuestros clientes se ejecutará de la siguiente manera:

1. Al contacto del comprador, el primer paso a seguir corresponderá al envío de la cotización por el pedido realizado, seguido de una explicación de las garantías que se le brindarán respecto a la seguridad de la operación para proporcionarle un parte de tranquilidad.
2. Se le ofrecerá una asesoría detallada sobre los temas de interés y se generará un acompañamiento por parte de la organización durante el proceso de compra desde la selección del material del pedido hasta la recepción del mismo por parte del comprador.
3. Al dar por terminada la compra, se hará un seguimiento postcompra el cual incluirá una encuesta de satisfacción y oportunidades de mejora que los compradores puedan identificar con base a su experiencia comprando con nosotros.

De esta forma, podremos garantizar que nuestra esencia no variará independientemente de la franquicia donde los usuarios compren.

## CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO.

### NECESIDAD DEL MERCADO

Cómo se ha mencionado a lo largo de este trabajo es cada vez más frecuente encontrar empresas que transaccionan por medio de plataformas electrónicas, pero es entonces donde surge la pregunta ¿Cuáles son los mercados más representativos de este comercio?

Se encuentra entonces que en el comercio electrónico hay personas que son vendedoras frecuentes y que se encargan de comercializar sus productos por internet y empresas como por ejemplo Yaxa o Ebay que son multinacionales especialistas en el sector, sin embargo pese a que el volumen de ventas puede llegar a ser muy distinto, los sectores más llamativos son:

|  Vendedores frecuentes              |  MercadoLíderes Platinum                  |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|  Accesorios para Vehículos 6492     |  Accesorios para Vehículos 13831 113%    |            |
|  Animales y Mascotas 1531           |  Animales y Mascotas 3002 96%            |            |
|  Bebés 1746                         |  Bebés 3444 97%                          |            |
|  Cámaras y Accesorios 883           |  Cámaras y Accesorios 1586 80%           |            |
|  Celulares y Teléfonos 5952         |  Celulares y Teléfonos 11943 101%        |            |
|  Computación 5526                   |  Computación 13375 142%                  |            |
|  Consolas y Videojuegos 2611        |  Consolas y Videojuegos 2444 -6%         |            |
|  Deportes y Fitness 2229            |  Deportes y Fitness 5107 129%            |            |
|  Electrodomésticos y Aires Ac. 2310 |  Electrodomésticos y Aires Ac. 4631 100% |            |
|  Electrónica, Audio y Video 2338    |  Electrónica, Audio y Video 4565 95%     |            |
|  Hogar, Muebles y Jardín 4491       |  Hogar, Muebles y Jardín 9413 110%       |            |
|  Industrias y Oficinas 1814         |  Industrias y Oficinas 3538 95%          |            |
|  Instrumentos Musicales 1969        |  Instrumentos Musicales 4086 108%        |            |
|  Joyas y Relojes 605                |  Joyas y Relojes 1252 107%               |            |
|  Juegos y Juguetes 1221             |  Juegos y Juguetes 1867 53%              |            |
|  Ropa y Accesorios 1855             |  Ropa y Accesorios 4079 120%             |            |
|  Salud y Belleza 1344               |  Salud y Belleza 2395 78%                | <b>95%</b> |

Ilustración 10 amazonews.com

Podríamos entonces entender que los mercados independientemente del tamaño del vendedor se podrían clasificar de acuerdo al total de ventas que pueden llegar a generar.

Encontramos de primera mano el mercado con mayor cantidad de ventas en las cuales están las categorías más representativas y de mayor volumen de facturación por el precio de sus productos, categorías como celulares, tecnología y muebles o decoración para el hogar encabezan las listas.

Siguiendo este hilo, tendríamos un mercado intermedio en el cual encontramos categorías con un buen volumen de ventas, podría ser la clasificación intermedia, en la que encontramos las categorías de accesorios tecnológicos, artículos de belleza, la sección de juegos para niños y por supuesto la categoría de ropa y prendas de vestir.

En la parte final, encontramos el mercado menos llamativo para el sector, en las cuales encontramos las categorías de joyas, la sección de bebés y las secciones de mascotas.

En este punto es donde entramos a analizar el mercado más llamativo, lo cierto es que pese a que las categorías señaladas en azul son las de mayor movimiento, sus productos tienen un costo muy alto, mismo que para iniciar una empresa no es tan positivo, pues requiere una inversión inicial muy alta.

Por otro lado los productos de la categoría final tienen un margen de venta muy bajo y deja de ser representativo, por lo que para los efectos de esta idea de negocio encontramos el mercado intermedio, productos que con una correcta negociación pueden ser traídos de china a un precio muy accesible.

Sin embargo es importante también evaluar el riesgo de estas categorías, encontramos que por ejemplo la categoría de prendas de vestir tiene un riesgo muy alto por el tema de tallas, en la cual el comprador no puede medirse el producto y termina generando devoluciones que son costosas por los costos de envío, además de que no se puede garantizar el estado del producto al momento de llegar de la devolución.

Entonces las categorías más llamativas para efectos del plan de negocio por volumen de ventas, margen de rentabilidad y necesidad en el mercado son:

- La categoría de accesorios para dispositivos electrónicos, mismos que si bien es cierto tienen un margen de error por defecto de fábrica más adelante veremos que pueden tener de igual forma un margen de rentabilidad elevado.
- Artículos de belleza, este tipo de productos pueden tener un costo de compra para comercio muy bajo y tienen un alto nivel de representatividad en el total de ventas que podría llegar a tener un vendedor frecuente.
- Artículos para el hogar y accesorios, esta categoría está en las principales y tiene por finalidad traer elementos que sirvan de decoración para el hogar, mismos que tienen un alto margen de salida cuando por su naturaleza son únicos o son artículos raros que no son tan comerciales en tiendas físicas.

Finalmente, uno de los objetivos del plan de empresa es tener un componente social, mismo que se ve impulsado por una cuarta categoría de comercio, hablamos de un impulso adicional a la economía naranja, uno de los objetivos de la empresa es comercializar a precios justos y competitivos todo aquello que pueda de alguna manera llegar a representar nuestra cultura.

Para ello se hace una inmersión en el mercado de productos como por ejemplo las mochilas wayú, las hamacas, ruanas, carrieles y sombreros volteados,

## **PRESENTACIÓN DE LAS ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO.**

El objetivo principal de esta idea de negocio es desarrollar una razón social con la capacidad de brindar una experiencia de compra única aprovechando las facilidades de los comercios electrónicos.

De primera mano se hace necesario examinar el proceso de importación para los productos traídos de otro país, pues como es bien sabido este proceso requiere una serie de validaciones legales y tributarias con la finalidad de evitar delitos como la piratería y la ilegalidad.

Para esta sección es importante aclarar que las importaciones se harán mediante la plataforma virtual: “Ali Express”, plataforma especializada en hacer comercio electrónico a todo el mundo comercializando los productos de empresas productoras y re vendedoras asiáticas, esto es importante aclararlo porque por la naturaleza de los productos tienen precios más accesibles y de esta manera son mucho más viables al momento de iniciar con un proceso de re venta

También se debe tener en cuenta el tema de propiedad intelectual pues es crucial al momento de intentar comercializar cualquier tipo de producto, pues como es bien sabido las grandes corporaciones son muy celosas con el uso de su marca, esto porque un mal control de la misma puede ocasionar que se produzcan productos de mala calidad bajo su nombre y puede perjudicar el buen nombre de la empresa.

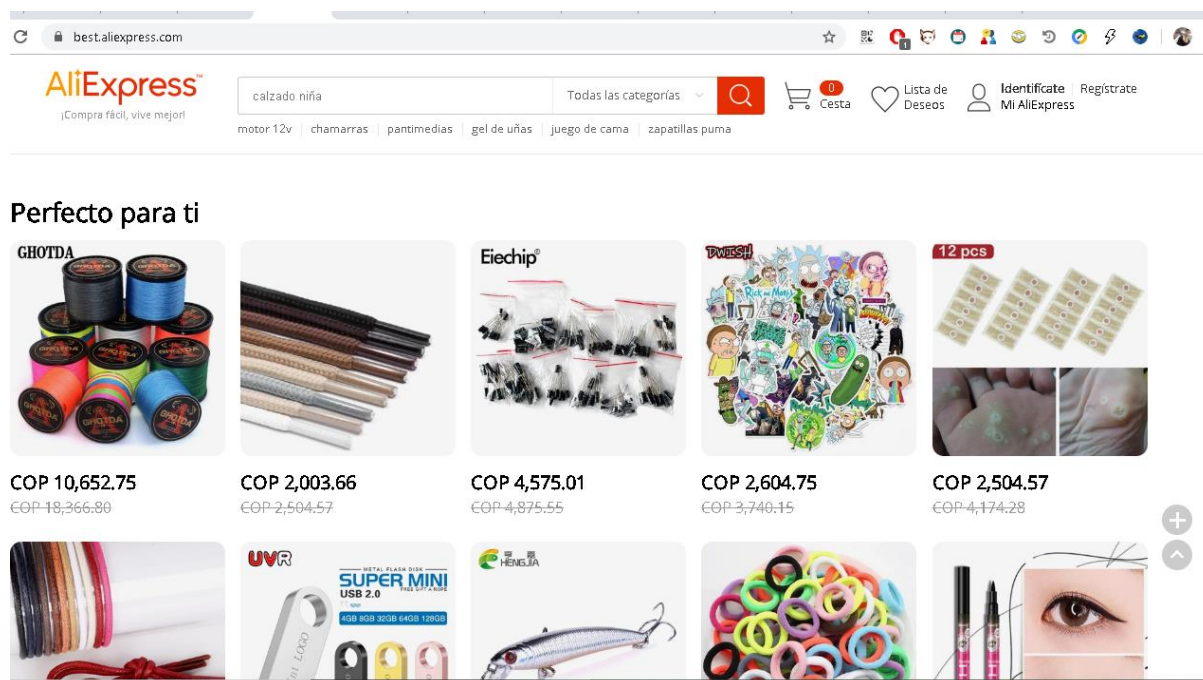
De primera mano es importante aclarar que los procesos de importación mediante estas plataformas se pueden dar de dos maneras, la primera es como una persona natural, pues todas las personas mayores de 18 años pueden acceder a este tipo de plataformas y la segunda son empresas.

La diferencia es que dependiendo del registro fiscal que tenga cada persona física o moral el porcentaje de impuestos puede variar, es diferente cuando una empresa que importa 100 millones mensuales le cobramos el 1% a cuando una persona que hace importaciones una

vez cada 3 años, pues se entiende que una persona física no maneja el mismo número de operaciones que una empresa importadora.

Sin embargo este proceso legal es muy complejo y es por ello que la plataforma lo terceriza e incluye en el precio de venta los costos del transporte y de ingreso al país.

De esta manera el proceso es mucho más sencillo y el cliente no tiene necesidad de lidiar con inconvenientes, ¿Pero por qué una empresa de e-commerce facilita este proceso?, Sucede que para estas empresas es mucho más viable fidelizar clientes, se dieron cuenta que muchas veces estos trámites podrían orillar al comprador a desistir de la compra lo cual ocasiona pérdidas para los vendedores y por ello es mucho más sencillo simplificar el proceso y la plataforma cuenta con un proceso de conversión que dependiendo del lugar desde donde se haga la orden se adapta:



Adicional a ello esto nos permite conocer el valor real para poder hacer las proyecciones de si el precio de venta es o no el adecuado para poder generar ganancia.

Encontramos por otro lado el tema de propiedad intelectual, en este aspecto la plataforma lo que hace es un registro preventivo para evitar que se vendan réplicas o productos bajo el concepto de piratería, sin embargo es deber del comprador también validar los permisos necesarios para poder efectuar la compra del producto.

Para el caso de Easy Shop no aplica, porque el objetivo no es comercializar productos directos de una marca, si no que el objetivo es brindar a la comunidad los productos con mayor nivel de oferta según las encuestas del plan de mercadeo.

Una vez hecha la oferta el embarque puede tardar hasta 60 días en ser entregado, esto porque la mercancía viene en contenedores desde China, lo cual ayuda a minimizar el costo por transportes.

Una vez el producto esté en manos de nosotros los distribuidores del mismo, es necesario hacer nuevas publicaciones para la venta de los productos al interior del país, esto mediante la plataforma fin de este proceso que es Mercado Libre, empresa de e-commerce con mayor acogida al interior del país.

## USOS Y MANEJO DEL PRODUCTO O SERVICIO.

La interfaz de la plataforma de venta, es muy similar a la de la plataforma de compra, Mercado Libre ofrece a los vendedores la posibilidad de ofrecer sus productos al interior de su plataforma a diferentes precios, la diferencia radica básicamente en el nivel de exposición:

|                                                     | Gratuita | Clásica       | Premium       |
|-----------------------------------------------------|----------|---------------|---------------|
| Exposición en los listados                          | Baja     | Alta          | Máxima        |
| Duración                                            | 60 días  | Ilimitada     | Ilimitada     |
| Ofreces cuotas sin interés con bancos seleccionados | ✗        | ✗             | ✓             |
| Ofreces Mercado Pago                                | ✓        | ✓             | ✓             |
| Costo por publicar                                  | Gratis   | Gratis        | Gratis        |
| Costo por venta                                     | Gratuita | 12% por venta | 16% por venta |

Partiendo de esta base es donde se comienzan a fijar los precios del producto, pues si bien es cierto que hay una modalidad de exposición gratuita tiene un porcentaje de venta muy bajo y más en categorías muy competitivas donde la mayoría de vendedores tienen sus publicaciones en la máxima exposición.

Adicional a esto es bueno por temas de experiencia brindar el envío del producto de manera gratuita, esto porque resulta más llamativo y nos garantiza que el mismo se entregue en buenas condiciones.

Es por ello que a la base de cualquier producto es necesario sumar el costo por exposición de venta del 16%, el costo por envío puede variar entre los \$6.000 y los \$15.000 dependiendo de las dimensiones y el peso del producto.

Por lo que podemos hacer un promedio general de \$8.500, esto nos ayudará a fijar los precios para poder lograr una rentabilidad adecuada:

$$(X+(X*0.16)) +8.500= \text{Precio final de venta}$$

En donde X es el precio de venta del producto, 0,16 es la constante de costo por venta en la plataforma, obtenemos entonces el porcentaje del costo por venta multiplicando el precio por venta de cada producto por esta constante, se hace de esta manera por que el precio de venta cambia con cada precio de venta en los productos.

Finalmente sumamos a este valor \$8.500, esto porque es una constante que no varía independientemente del total del producto.

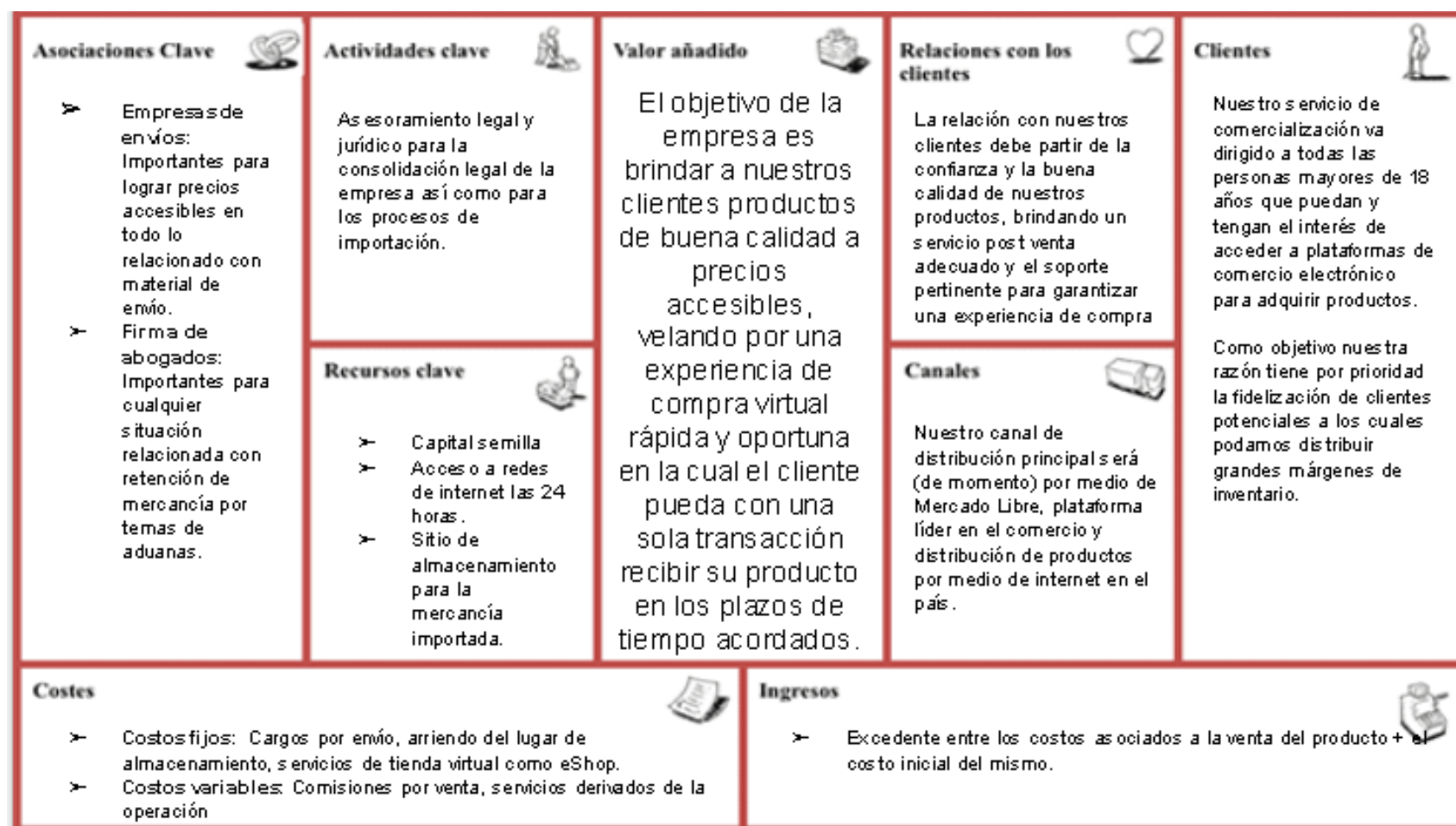
De esta manera se garantiza la recepción de las ganancias esperadas asegurando el crecimiento sostenido de la razón social.

**MARCA: LOGO Y SLOGAN DEL PRODUCTO O SERVICIO.**



*Ilustración 11 Logo Easy Shop*

## RESUMEN DEL MODELO DE NEGOCIO



## ESTUDIO DE MERCADO

### INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Para llevar a cabo la investigación del mercado al cual se dirigirá Easy Shops, se ha empleado la metodología de Philip Kotler por lo cual en primera instancia definimos el problema y los objetivos de la investigación.

Encontramos entonces que el aspecto sobre el cual la empresa debe accionar corresponde al desconocimiento de las plataformas electrónicas por parte de la población, pues como empresa que en ocasiones existe cierta resistencia para llevar a cabo una compra por internet.

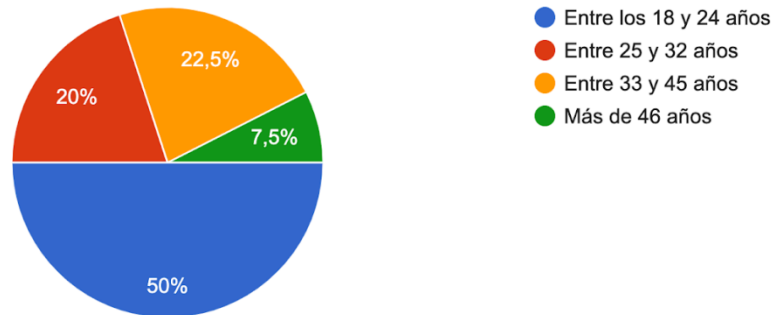
Se decide conducir la investigación a través de encuestas para conocer el concepto que tienen los consumidores sobre estas plataformas y qué les resultaría más atractivo para animarse a participar.

**Dicha encuesta fue aplicada a personas entre los 18 y 50 años aproximadamente cuyo perfil incluye un dominio intermedio de las plataformas virtuales. Se incluye en este muestreo a un total de 40 personas para brindar a Easy Shop una idea de cómo se encuentra el mercado en este momento.**

Se plantearon preguntas que darían a conocer cuáles son los principales miedos de los consumidores al momento de concretar una operación, su experiencia con el e-commerce y los artículos que más les llaman la atención. Se obtuvo la siguiente información:

## Edad

40 respuestas

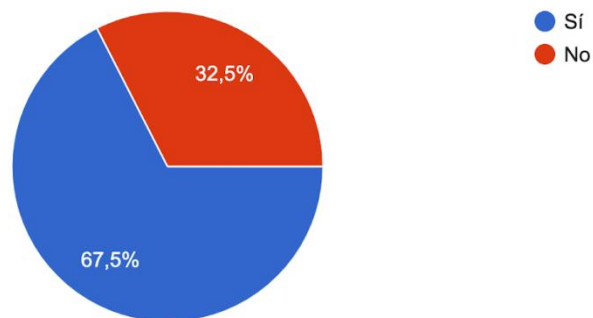


Gráfica 1

De las personas encuestadas, exactamente el 50% está en el rango de los 18 y 24 años. Se entiende que su participación dentro de plataformas digitales es más alta debido a que se les facilita mucho más interactuar con este tipo de herramientas y son más conscientes de los pros y contras que esto conlleva, que personas de otras edades.

## ¿Alguna vez ha comprado por internet?

40 respuestas

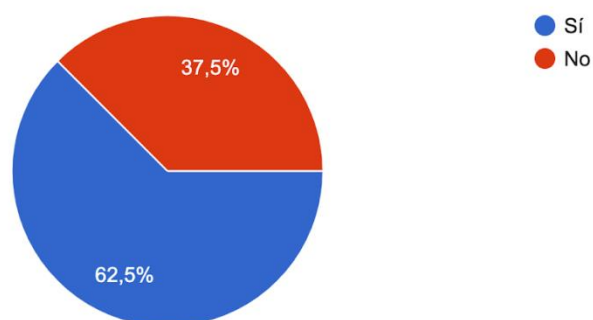


Gráfica 2

Se concluye que gran parte de las personas encuestadas ha tenido experiencias de compra a través de plataformas digitales, siendo el 67% de la población quien se ha interesado en experimentar con estos portales que se han venido posicionando en América latina en las últimas décadas.

### ¿Se abstuvo alguna vez de comprar por internet por temas de seguridad informática? (Protección de sus datos, garantía en las transacciones)

40 respuestas



Gráfica 3

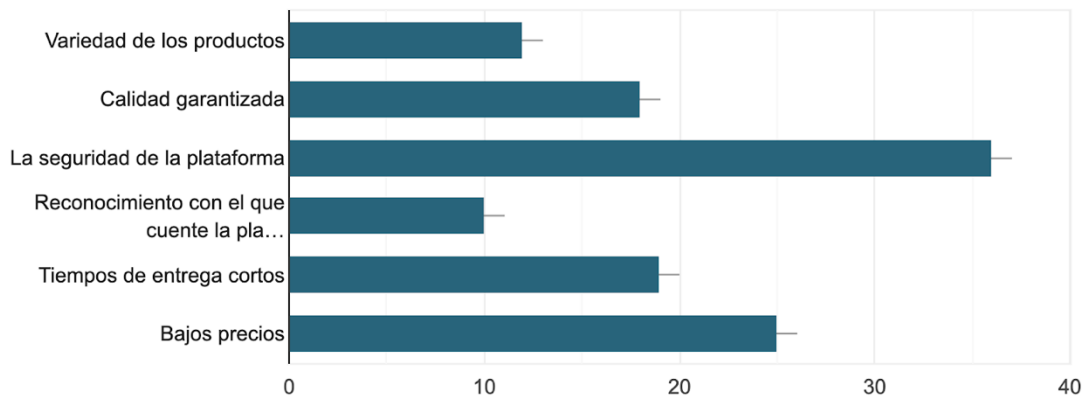
Tal y como se planteaba en la problemática inicial, más de la mitad de los encuestados ha puesto cierta resistencia para comprar en línea pues se ven agobiados por temas como la transmisión de información delicada a través de la red.

Por eso, Easy Shop tiene una gran oportunidad para darles a conocer medios de pago que los hagan sentir seguros y por ende, los inciten a comprar a través de portales de e-commerce.

Por otra parte, para evaluar los aspectos que deberíamos fortalecer como organización, se planteó la siguiente pregunta a nuestros encuestados:

## Seleccione los tres aspectos más importantes que usted tendría en cuenta al momento de elegir una plataforma para comprar en línea

40 respuestas



Gráfica 4

En este punto se evidencia que la seguridad que le brindan las plataformas a los usuarios es un factor completamente decisivo al momento de escoger a través de qué portal se llevará a cabo la operación.

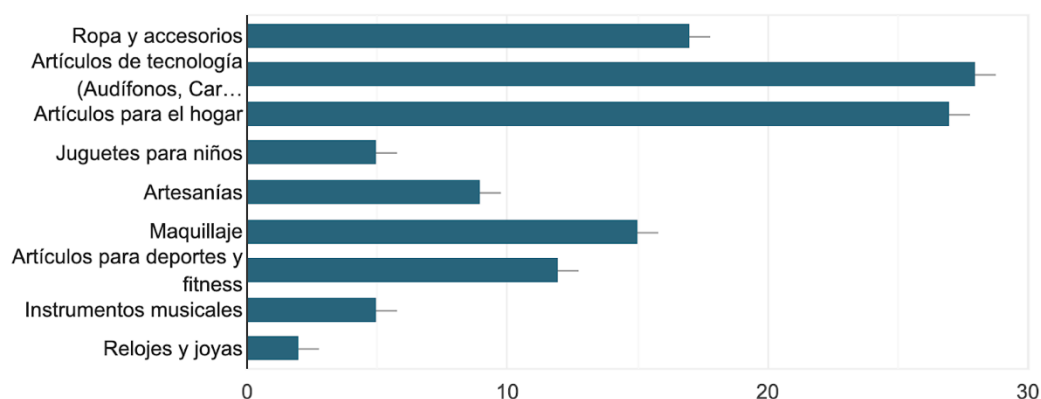
Adicional a ello, las personas deciden arriesgarse a comprar por factores como los bajos precios debido a que sienten que el riesgo de pérdida es menor y además, es un elemento que aporta valor a la compra pues son conscientes de que en un espacio físico probablemente tendrán que pagar precios más altos por productos muy similares.

Y por último, es posible inferir que la calidad de los productos y los tiempos de entrega reducidos son otros factores que compiten de forma reñida en la mente de los usuarios al momento de ejecutar una compra. Por eso, concluimos que nuestra oportunidad también se encontrará en ofrecerle a los clientes procesos estratégicos que les permitan tener sus productos lo más pronto posible, asegurando que los mismos contarán con todas las especificaciones que vieron en la página web al momento de comprar.

Para poder definir cuáles eran los productos que eran más atractivos a los ojos de los compradores, se estableció la siguiente pregunta:

**De los siguientes productos ¿Cuáles considera usted más viables para comprar en línea? Seleccione máximo tres opciones.**

40 respuestas



Gráfica 5

Es posible concluir entonces que los artículos de tecnología son los más apetecidos por los compradores virtuales con una participación del 70%, seguido de los artículos para el hogar con un 67.5%. Y finalmente, la ropa y accesorios además del maquillaje suelen ser productos que los compradores consideran interesantes cuando ingresan a plataformas digitales, con un porcentaje de participación del 42.5% y 37.5% respectivamente.

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, se estudiaron los artículos que predominaron en las encuestas de la investigación, y su comportamiento en el mercado colombiano durante los últimos años pues son la clase de productos que deseamos incluir dentro de nuestro portafolio de productos.

Para incursionar en el sector de la tecnología, uno de los productos del portafolio son los **videojuegos**. Según Newzoon (2015), proveedor líder de análisis de juegos electrónicos a nivel mundial, Colombia se estableció como el cuarto consumidor de estos artículos en Latinoamérica.

Además, la consultora afirma que “solo en el 2016 este sector generó ingresos por más de \$792.000 millones.” Teniendo en cuenta que en el año 2020 se lanzarán al mercado consolas como la PS5 y la futura xbox, consideramos que es un sector potencial para incursionar con nuestro emprendimiento.

Por otra parte, en una entrevista con Caracol Radio, Javier Ramírez director de Mercado Libre (empresa líder de e-commerce en latinoamérica) confirmó a que después de los productos tecnológicos, los artículos para el hogar como productos para decorar, colchones, etc. representan la mayor demanda por parte de los consumidores.

La entrevista de Caracol Radio indica que “las ventas vienen registrando un crecimiento del orden de tres dígitos con un promedio de artículos comercializados por trimestre de 1.700.000.”

Esto se vio reflejado en las encuestas que se efectuaron durante la investigación de mercado realizada y por eso **este tipo de productos serán el segundo sector que abordaremos dentro de nuestro portafolio.**

El tercer sector a abordar comprenderá la **belleza**. Artículos como brochas para maquillarse, sombras, labiales, cepillos y demás. Esto debido a que según la Andi (Asociación nacional de empresarios de Colombia), “la venta directa o por internet de productos cosméticos representa negocios por casi US\$1.057 millones. Y Colombia ocupa el cuarto lugar en el mercado de este sector en Latinoamérica”.

Deseamos enfocarnos primeramente en las mujeres de la costa atlántica pues según la revista dinero, “esta es la zona del país con mayor aporte al crecimiento del sector, con un 42%”.

Uno de los cuatro productos más apetecidos por los compradores para ordenar por internet corresponde a la ropa y los accesorios como bolsos y bisutería. Sin embargo, esta línea de productos es más compleja debido a que el margen de error por tallas o la calidad de la tela son muy altos.

Es por esto que con el fin de ofrecer un producto similar a los compradores e innovar en nuestro portafolio, se decidió que el cuarto sector a abordar comprenderá la distribución de **productos 100% colombianos** como lo son los sombreros vueltiaos, hamacas, ruanas, bisutería hecha a mano, etc.

Tomando como ejemplo las mochilas tejidas a mano y distribuidas en ciudades como Santa Marta por las familias indígenas Wayuu, se observa que estos productos se adquieren en estos lugares por un precio que oscila entre \$50.000 y \$90.000.

Sin embargo, en la capital estos mismos artículos tienen un valor aproximado de \$ 120.000 - \$ 150.000. Nuestra intención es ofrecer a estas comunidades la posibilidad de aumentar el volumen de sus ventas en temporada baja y además, competir en el mercado con precios más justos por el mismo producto que los compradores adquieren a precios elevados en ciudades que no son costeras.

Se comercializarán todos los productos anteriormente mencionados de dos formas distintas:  
A través de la distribución del inventario que se tendrá almacenado en bodega y además,  
efectuando órdenes sobre los pedidos registrados de los usuarios.

## NICHO DE MERCADO

Para definir el segmento de la población al que nos dirigiremos y teniendo en cuenta que estaremos abordando distintos sectores desde nuestra gestión empresarial, decidimos definir el mismo según la línea a la que nos dirijamos:

Según la Revista Dinero basada en los datos brindados por el señor Bernardo Camacho gerente de Microsoft Xbox en Colombia, “la mayor parte de las personas que hacen uso de sus juegos en dispositivos móviles y consolas, específicamente el 62,7% de ellos, lo hacen para pasar el tiempo” de los cuales el 56% corresponde a hombres y el 44% a mujeres.

Es por esta razón que para esta línea de negocio buscaremos dirigirnos a hombres y mujeres entre los 18 y 34 años alrededor del país y que cuenten con ingresos iguales o superiores a \$ 1.000.000. De esta forma, estaremos ofertando directamente al segmento de la población que más demanda este producto.

Para el sector de belleza, nos centraremos en mujeres de 18 a 45 años que cuenten con ingresos iguales o superiores al SMMLV en Colombia (\$ 828.116). Como se dijo anteriormente, según estudios de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia se observó que lo más acertado es iniciar en ciudades como Barranquilla, Bucaramanga y Cali, pues son las ciudades que más demandan este tipo de productos por internet, pues son los sitios con más consumo per cápita.

Finalmente, en cuanto al sector de artículos para el hogar y productos Colombianos, nos dirigiremos a personas entre 25 y 50 años alrededor del país que cuenten con ingresos superiores a \$ 1.200.000. Este segmento contiene personas mucho más maduras y no solo en el ámbito económico, lo que nos permitirá incursionar en el mercado con mayor facilidad.

## DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Teniendo definidos los sectores a los que nos dirigiremos, procedimos a establecer la cantidad de productos que irán dentro del portafolio: tres artículos para las líneas de tecnología, hogar y economía naranja, y dos artículos para el sector de belleza.

Para definir qué productos estaríamos incluyendo, procedimos a analizar los costos que representaba importar cada uno de ellos versus los precios de los competidores de esos productos en el mercado colombiano.

Pudimos evidenciar que existen productos que generan un margen de rentabilidad bastante alto pues todos y cada uno de los precios asignados se fijaron con base en un análisis de los precios de la competencia en todas las plataformas digitales.

De esta forma, los precios de los productos que fueron incluidos dentro de nuestro portafolio están definidos de la siguiente manera:

| Productos                         | Precio de compra | Precio de venta en el mercado |
|-----------------------------------|------------------|-------------------------------|
| Mini Proyector Led Portatil Yg300 | \$100.000        | \$210.000                     |
| Auricular bluetooth               | \$22.000         | \$70.000                      |
| Consola retro                     | \$15.195         | \$43.000                      |
| Set brochas para maquillaje       | \$6.645          | \$25.000                      |
| Peine Láser Infrarrojo Eléctrico  | \$12.622         | \$80.000                      |
| Humidificador 300ml               | \$7.513          | \$30.000                      |
| Key finder                        | \$42.710         | \$117.000                     |
| Bombilla led inteligente          | \$16.663         | \$80.000                      |
| Ruanas                            | \$60.000         | \$100.000                     |
| Hamacas                           | \$50.000         | \$78.000                      |
| Mochilas wayuú                    | \$40.000         | \$75.000                      |

Tabla 1

Teniendo en cuenta que los precios establecidos por la organización van muy acorde a los que fija el mercado, y que los costos de los productos resultan ser bastante bajos, concluimos que con una estrategia de mercadeo rigurosa podremos asegurar un margen de ventas estable que nos permita obtener altas utilidades.

## PRONÓSTICO DE VENTAS

Se desarrolló la investigación de mercados del proyecto utilizando como herramienta principal las encuestas. Estas fueron aplicadas a 40 personas que cuentan con habilidades intermedias para la tecnología.

Adicional a ello, efectuamos el análisis de la demanda a través de artículos informativos y estudios donde pudimos evidenciar cuáles son los productos más apetecidos por los compradores virtuales. De esto la empresa pudo concluir que las necesidades que el mercado manifiesta corresponden a las que describen los estudios de las empresas de e-commerce en latinoamérica.

Siendo así, las ventas de Easy Shop se verían beneficiadas puesto que el gigante en ventas de Latinoamérica, Mercado Libre, pronostica en su portal un crecimiento en ventas del 23,9%, anual. Teniendo en cuenta que estamos abordando los sectores que más ventas le registran a estas plataformas (Tecnología, Artículos para el hogar, belleza, ropa y accesorios) consideramos que nuestra actividad económica se verá impactada de forma positiva en el año 2020.



Para poder garantizar el incremento de las ventas y posicionamiento en el mercado, se combina el análisis previo de la demanda para proyectar el volumen de ventas junto con una serie de estrategias enfocadas a una estructura organizacional sólida que rija a todos los colaboradores bajo los mismos parámetros, y una gestión de procesos rigurosa que garantice el éxito de las operaciones con el fin de fidelizar al máximo a los compradores.

## PLAN DE MERCADEO

### ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN.

Como se ha mencionado a lo largo del trabajo el canal de venta se logra mediante una plataforma virtual, la misma que a su vez posee un ecosistema entero para de esta manera lograr hacer los cobros y posteriores envíos de manera mucho más rápida y eficiente.

Este ecosistema que integra la plataforma de ventas de Mercado Libre es Mercado Envíos, mediante esta sección del ecosistema la plataforma garantiza la entrega y distribución de los productos en plazos de no más de 72 horas y con la seguridad y respaldo de la empresa, asegurando entonces que la entrega se realice a la persona indicada y liberando el dinero de la operación a la confirmación por parte de la paquetería del producto.



*Ilustración 12 Mercadolibre.com*

La estrategia propuesta por la empresa para poder garantizar un crecimiento sostenido mediante un canal de distribución eficiente es coordinar con Mercado Libre un registro y crecimiento como Mercado Líder de esta manera las empresas de envíos se encargan de proveer los materiales necesarios para una entrega mucho más profesional y segura.

Hacemos referencia a los insumos de envíos, adicional a ello con el paso del tiempo se incorporará a los métodos de entrega la posibilidad de registrar los servicios propios de entrega tal como lo ha aplicado en este momento en Argentina y México, el objetivo de esto

para el momento es que en los sitios en los que sea posible podamos hacer las entregas de los productos de manera un poco más personalizada asegurando aún más la seguridad del mismo y minimizando los costos por envío.

Por otro lado, es importante asegurar un crecimiento sólido, pues la plataforma dependiendo de este nivel de crecimiento ofrece descuentos sobre los costos por envío, entonces si por ejemplo tenemos el mayor nivel de crecimiento es decir una reputación con tonalidad verde oscura la plataforma cubre el 50% del envío permitiendo entonces tener un mayor margen de rentabilidad.

Easy Shop no tiene por objetivo competir con Mercado Libre si no por el contrario planea utilizar su plataforma de ventas con la finalidad de colocar a la venta sus productos, esto porque el canal cuenta con el reconocimiento suficiente para poder ofrecer los productos y poder llegar a una mayor cantidad de compradores potenciales.

El reto real de la empresa es competir con los vendedores ya posicionados en la plataforma, sin embargo, contamos con un alto conocimiento en el sector, y por lo tanto la empresa cuenta con la experticia para entrar a competir directamente con vendedores experimentados en la plataforma, pues la conocemos desde adentro.

## ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.

Desde Easy Shop se observa que una de las mejores maneras para poder llegar a clientes potenciales es mediante el uso y la promoción en redes sociales, es por ello que mediante el canal de venta que es Mercado Libre por el alto margen de experiencia que poseemos en la plataforma preferimos adquirir un servicio adicional que es el eShop, servicio que lo que permite es crear una especie de tienda en la plataforma y que almacena el total de las publicaciones disponibles para de esta manera poder compartir la misma mediante un solo link y poder vincular personas a los productos que ofrecemos a mayor velocidad.

Esto nos ayudará a brindar una mejor experiencia de compra pues los compradores podrán acceder a todos los productos que ofrecemos en un solo link, dejamos algo más de información respecto al funcionamiento de este servicio:

### Beneficios para tu negocio

✓ **Un listado personalizado solo para ti**

Ten un espacio exclusivo para todas tus publicaciones y con tu logo.

✓ **Tu propia dirección web en MercadoLibre**

Incluye la URL de tu eShop en tus e-mails, tarjetas comerciales y en las redes sociales.

✓ **Tu trayectoria, más visible**

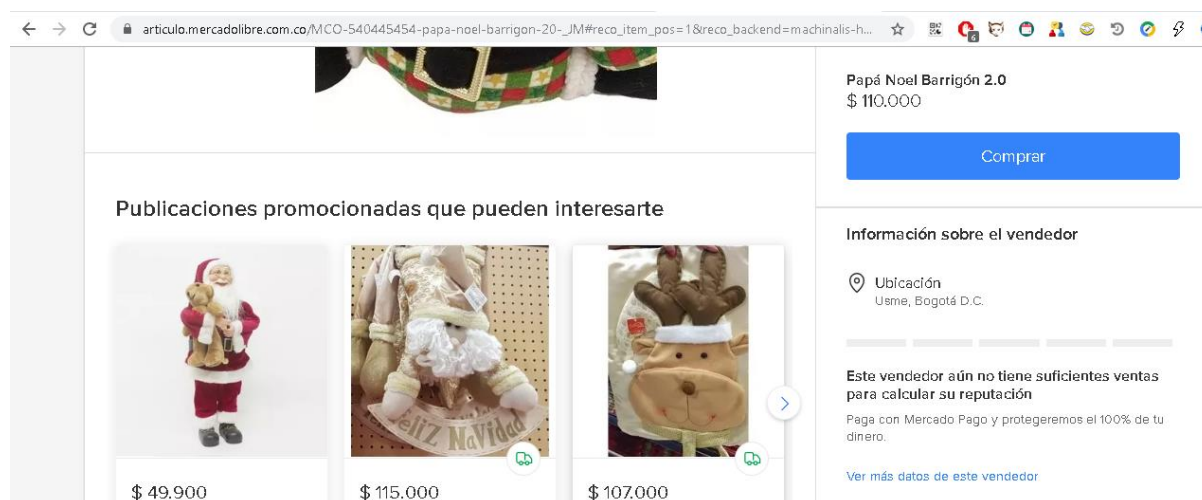
En tu eShop se verá tu reputación, tus ventas, tus calificaciones y tu antigüedad.

*Ilustración 13 Mercadolibre.com (2019)*

Por otro lado existe la posibilidad de utilizar los servicios de campañas de publicidad denominadas Product Ads, este es un servicio adicional que lo que hace es que permite a nuestra empresa promocionar los productos en anuncios al interior de la plataforma atrayendo interesados y mejorando el margen de posibilidad de concreción de una operación.

Product Ads es la herramienta de publicidad de Mercado Libre para promocionar los productos y aumentar tus ventas. Los anuncios de Product Ads son publicaciones que se muestran en posiciones relevantes dentro de Mercado Libre.

El objetivo de estos es que cuando un comprador realice una búsqueda relacionada a lo que ofrecemos, los anuncios podrán aparecer entre los resultados de búsqueda y dentro de las páginas de los productos de otros vendedores. Los anuncios de Product Ads están identificados con la palabra “Promocionado”:



*Ilustración 14 MercadoLibre.com (2019)*

De esta manera podremos lograr llegar a personas interesadas en nuestros productos pero que no tienen conocimiento de nuestra tienda generando entonces un campo de acción mucho más amplio.

## FIDELIZACIÓN, POST VENTA Y SERVICIO AL CLIENTE.

Uno de los retos que tiene el e-commerce es el tema de la fidelización, esto porque las grandes plataformas no se rigen por vendedores sino que ofrecen a los compradores el mejor producto al menor precio, es una verdadera competencia, pues el comprador tiene por objetivo aumentar la relación costo beneficio, por lo que no le interesa quien es el vendedor siempre y cuando reciba el producto adecuado a la brevedad.

Por lo que una de las grandes propuestas de Easy Shop es reducir esta brecha de no fidelización, para ello una de las propuestas es medir la repercusión de compra de los usuarios contactados mediante las redes sociales, adicional a ello se puede almacenar el listado de compradores reincidentes en la adquisición de productos a nuestra tienda y de esta manera poder brindar algún tipo de incentivo o recordatorio, pues se entiende que si el cliente es reincidente es por que nuestros productos le están satisfaciendo sus necesidades y por lo tanto es conveniente sostenerlo mediante un incentivo que le capture y nos recomiende a su círculo inmediato.

Esto viene de la mano con nuestro servicio post venta, de cara a la plataforma para poder garantizar una buena reputación es necesario que siempre se sostenga una excelente experiencia de compra, por lo que existe como prioridad los tiempos de respuesta a los mensajes de los compradores, entendiendo que al ser una



*Ilustración 15 Google (2016)*

compra virtual las largas en estos procesos de acompañamiento y asesoramiento suelen generar ansiedad en los compradores y por lo tanto ocasiona inestabilidad y anulación de las compras.

Como la finalidad es garantizar una mejor experiencia de compra es necesario que haya un sistema dispuesto a brindar respuestas las 24 horas mientras hay uno de los integrantes del equipo disponible a brindar el soporte y acompañamiento pertinente, para lo cual sugerimos para la idea un integrador como Tienda Nube, mismo que emite respuestas y control automatizado a las operaciones garantizando de cara al comprador una correcta gestión en tiempo y forma ayudando a ganar confiabilidad, fidelización y un correcto servicio de venta.

Adicional a ello uno de nuestros criterios para continuar creciendo en el servicio post venta es el hecho de brindar un mínimo de garantía al comprador con la finalidad de que el pueda tener la certeza de la calidad de nuestros productos además de sentir un correcto acompañamiento y asegurando la promulgación del buen servicio, ya que si bien es cierto que es importante ofrecer productos de muy buena calidad este es solo el 50% y el resto es un correcto acompañamiento y servicio lo cual no solo hace feliz al cliente por el producto si no por el nivel de empatía que puede llegar a sentir al momento de interactuar con un vendedor realmente interesado en sus necesidades y no en solo vender.

Es importante aclarar además de que la empresa tiene el beneficio de no tener que manejar una política de crédito, esto porque la plataforma abona el total de la operación antes de continuar con la entrega, lo cual optimiza el proceso y economiza recursos pues los colaboradores y fundadores de la empresa no deben estar pensando en la recuperación de cartera si no que pueden dedicar estos esfuerzos a una mejor experiencia de venta, siendo mucho más eficiente y limpio el proceso.

## MARKETING MIX



## **ESTUDIO DE OPERACIONES**

### **DESCRIPCIÓN DEL PROCESO - DIAGRAMA DE FLUJO**

La idea de negocio de Easy Shop radica en la importación de mercancía para la venta de la misma a través de plataformas virtuales como Alli Express y Mercado Libre.

Este proceso inicia cuando después de la investigación de mercados, encontramos los productos más demandados por la población y los importamos con ayuda de una plataforma virtual como Alli Express, desde la cual cumplimos el rol de compradores.

Posterior a la espera y recepción de la mercancía en bodegas, se llevará a cabo una inspección de calidad para verificar que los artículos cumplan con la calidad que esperamos y que está explícita en la promesa de entrega de cara a nuestros compradores.

Una vez contemos con el inventario en bodega, procederemos con la habilitación de las publicaciones en la plataforma donde ejecutaremos nuestras ventas: Mercado Libre. De esta forma, le daremos el seguimiento adecuado con la finalidad de atraer compradores.

Cuando las ventas se hayan concretado exitosamente, se procederá a realizar la verificación del pago depositado por el comprador y se brindará todo el proceso de asesoramiento respecto a la compra, además del despacho del producto a través de la unidad de negocio que Mercado Libre ofrece a los vendedores: Mercado Envíos.

Finalmente, solo restará la confirmación del comprador notificando que recibió su producto correctamente para que se ponga en marcha el servicio postventa que hemos establecido anteriormente. Lo anterior está descrito en el diagrama de flujo de la siguiente manera:

## DIAGRAMA DE FLUJO - PROCESO DE VENTA

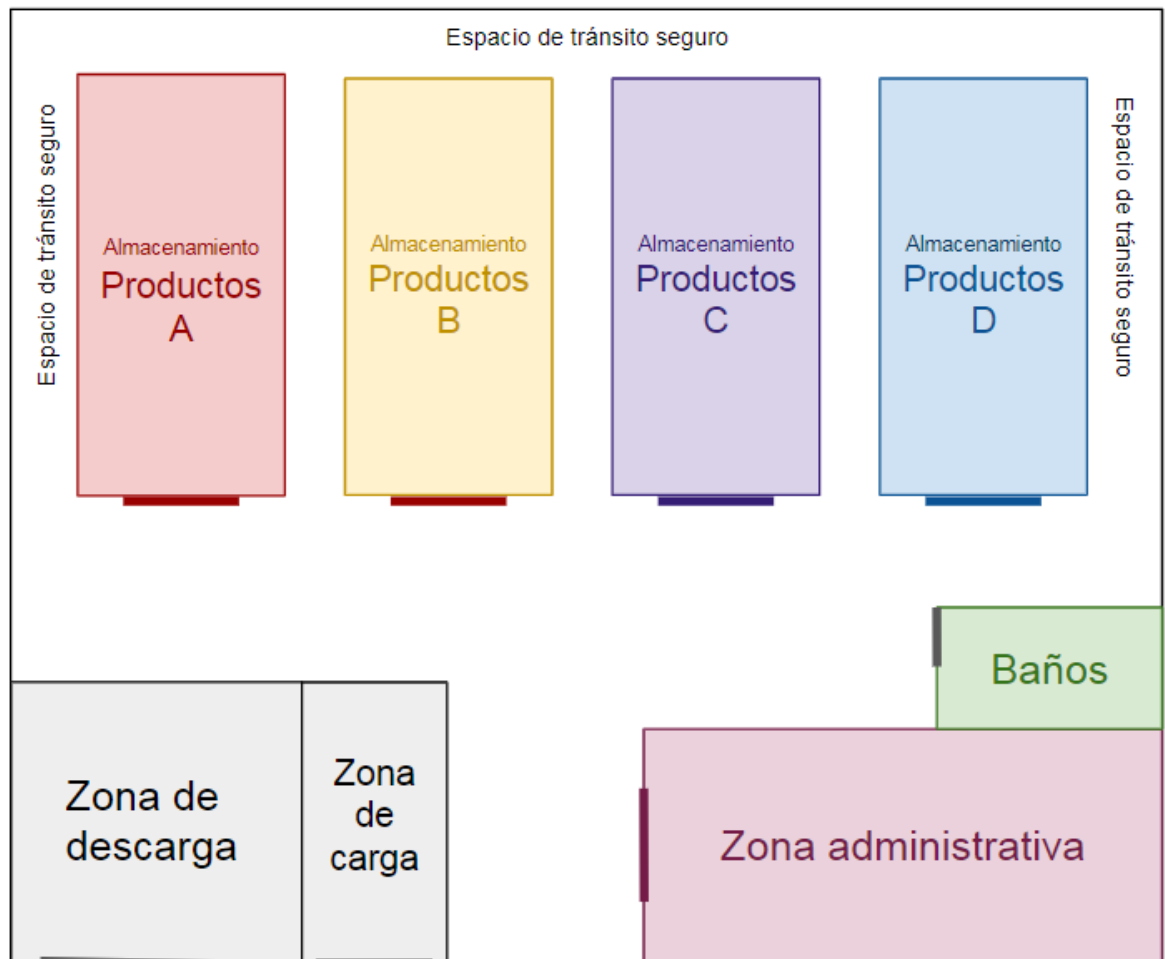


Gráfica 6 Diagrama de flujo

## DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Para ejecutar la operación de la empresa, se contará con una bodega en alquiler que cuenta con capacidad para más de 200 productos.

Como la idea de negocio no se basa en producir artículos sino en importarlos, no habrá que destinar una parte del espacio para la producción de los bienes a comercializar. El lugar se administrará de la siguiente manera:



Gráfica 7 Distribución de la planta

Los productos A corresponden a los artículos de tecnología puesto que son los que representan una demanda más alta por parte del mercado y por ello, para eficiencia en la logística estarán más cerca de la zona de carga y descarga.

Los productos B corresponden a artículos para el hogar por ser el segundo sector que más ventas registra en las plataformas y que consideramos generarían un impacto significativo en el movimiento de la bodega.

Los productos C y D corresponden a artículos de belleza y los ítems 100% colombianos (Mochilas, Hamacas, etc.) respectivamente. Cuya demanda es media alta y que consideramos podrían tener menos rotación de inventario que los productos A y B.

La zona de descarga corresponderá al lugar donde recibiremos la mercancía importada, y la zona de carga por su parte será el área destinada a despachar los productos de las ventas que realice la organización. Y finalmente, destinamos una zona dentro de la bodega para establecer la oficina.

Esta es la zona administrativa, en la misma contaremos con el computador mediante el cual se llevarán a cabo todas las operaciones gerenciales y de control de inventario, entre otros. La dinámica en la bodega se llevará a cabo de la siguiente manera:

Los productos serán recibidos en la zona de descarga donde se llevará a cabo el control de calidad por parte del área encargada. Posterior a esto, se distribuirán los artículos que se encuentren en buen estado en los estantes respectivos que estarán ubicados como ilustra la imagen.

Y finalmente, cuando se lleve a cabo una venta, los productos respectivos serán llevados al área de carga donde se inspeccionarán las condiciones en las que se despacha, registrándose en el inventario correspondiente la salida de los artículos.

## **INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA**

Teniendo en cuenta que la actividad de la empresa es virtual en su gran mayoría, para la parte de infraestructura contaremos inicialmente con una bodega en Soacha que tiene un costo de \$ 200.000 mensuales. Este será el centro donde se concentrará toda la dirección de la operación.

La misma se encuentra correctamente amoblada por lo cual solo se adquirirá un computador por un valor de \$ 1.500.000. El mismo se ubicará en la zona administrativa y será el instrumento mediante el cual se controlarán los costos y el inventario de los productos.

Como no somos una empresa productora, dentro de la inversión para infraestructura no cabe la maquinaria o almacenes para el público. Esto debido a que todo el proceso de ventas y su respectiva gestión se llevará a cabo a través de plataformas de e-commerce como Mercado Libre.

## **INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO**

En la etapa inicial los socios inversionistas estarán al frente de toda la parte administrativa del proyecto.

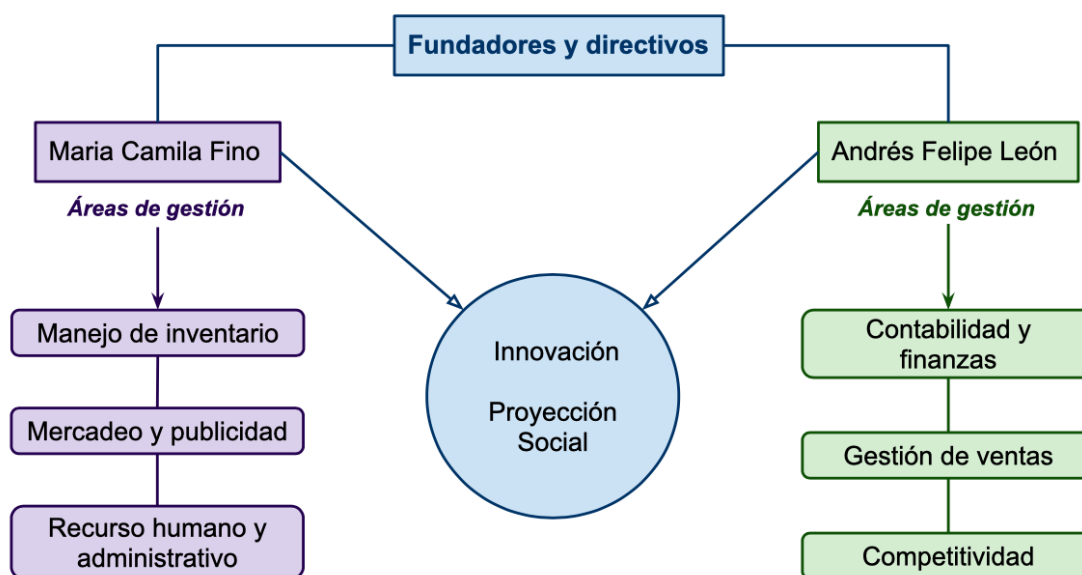
A razón de esto, la inversión de capital de trabajo de este proyecto se ve reflejado en \$ 400.000 para el año 0 como parte de los salarios respectivos. Sin embargo, para el año 1 se proyecta un total de \$ 6.000.000.

El incremento en la inversión del capital de trabajo será directamente proporcional al crecimiento de la organización pues eventualmente será necesario añadir colaboradores al organigrama de la empresa y asimismo, aumentar el sueldo de las personas que asumen roles directivos.

## ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EXPLICADA

El plan inicial cuenta con dos socios inversionistas que harán frente a la inauguración de la operación de la empresa. Por esta razón, los cargos y sus respectivas responsabilidades fueron distribuidas en ambas partes de la siguiente manera:



Gráfica 8 Puestos de trabajo

Como el proyecto se encuentra en la fase inicial, las funciones se distribuyeron de esta manera. Sin embargo, las mismas irán modificándose y separándose por áreas de forma proporcional al crecimiento de la operación.

## PERFILES DEL CARGO

Para definir los cargos respectivos y teniendo en cuenta que las funciones están delegadas en dos frentes concretos, decidimos implementar un perfil por competencias con la finalidad de que a las personas se les asignen las tareas según sus aptitudes y actitudes. Lo anterior quedó consolidado de la siguiente manera:

| DATOS GENERALES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Denominación del puesto:</b> Analista administrativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Ubicación en el organigrama:</b> Área directiva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| REQUISITOS DEL PUESTO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Funciones del puesto:</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Administrar el inventario importado con la finalidad de garantizar que haya stock disponible de los productos del portafolio y que los mismos se encuentren en un óptimo estado.</li><li>2. Buscar estrategias que le permitan a la organización posicionarse en el mercado a través de campañas llamativas que puedan atraer compradores.</li><li>3. Asegurarse de que la empresa se encuentre a la par con las tendencias que impone el mercado.</li><li>4. Velar por la correcta implementación de los principios culturales de la organización.</li><li>5. Desarrollar estrategias que fomenten el reconocimiento entre los colaboradores de la organización.</li></ol> |
| <b>Formación académica:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Titulación requerida: Profesional en administración de empresas, economía, negocios internacionales, ingeniería industrial y afines al área de ciencias administrativas y contables.</li><li>• Formación mínima: Cuarto semestre de la carrera universitaria</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nivel de experiencia:</b> de seis meses a un año trabajando con empresas que se dediquen a la importación de productos o al e-commerce.                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Conocimientos específicos:</b> Buscamos una persona que cuente con conocimientos sólidos respecto al manejo de inventarios, proveedores, estrategias de publicidad y mercadeo.</p> <p>El aspirante deberá manejar a cabalidad temas como la innovación, capacitación, motivación, manejo de personal y coaching.</p>                               |
| <p><b>Condiciones de trabajo:</b> La jornada laboral iniciará a las 8 am y hasta las 5 pm para un total de 8 horas laborales, más 15 días de vacaciones al año.</p> <p>Salario: \$ 828,116.</p>                                                                                                                                                          |
| <b>COMPETENCIAS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>Fit cultural:</b> Deseamos sumar a nuestra organización personas que vayan alineadas con la cultura organizacional. Por eso, buscamos personas honestas, resolutivas, adaptables, compañeristas, analíticas, emprendedoras y con habilidades para el trabajo en equipo.</p>                                                                        |
| <p><b>Learning Agility:</b> Para la selección del personal, tendremos en cuenta las habilidades que tengan las personas para aprender procesos, adaptarse al cambio, alcanzar las metas propuestas y además, deseamos que los postulados cuenten con un self awareness desarrollado que les permita ser conscientes de sus fortalezas y debilidades.</p> |

|                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>DATOS GENERALES</b>                                                                      |
| <b>Denominación del puesto:</b> Analista administrativo con enfoque en el sector financiero |
| <b>Ubicación en la organización:</b> Área directiva                                         |
| <b>REQUISITOS DEL PUESTO</b>                                                                |
| <b>Funciones del puesto:</b>                                                                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboración de presupuesto para determinar las compras de mercancía mensuales.</li> <li>2. Desembolso dentro del tiempo oportuno de los salarios de los colaboradores.</li> <li>3. Manejo de caja.</li> <li>4. Elaboración de estrategias para aumentar las ventas, enfocadas en la diversificación del portafolio y apuntando a la responsabilidad social.</li> <li>5. Análisis del entorno e implementación de estrategias para aumentar la competitividad de la organización.</li> </ol> |
| <p><b>Formación académica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Titulación requerida: Profesional en administración de empresas, economía, negocios internacionales, ingeniería industrial y afines al área de ciencias administrativas y contables.</li> <li>• Formación mínima: Cuarto semestre de la carrera universitaria</li> </ul>                                                                                                                                                                                  |
| <p><b>Nivel de experiencia:</b> de seis meses a un año trabajando con empresas que se dediquen a la importación de productos o al e-commerce.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p><b>Conocimientos específicos:</b> Los aspirantes a este cargo deberán contar con un manejo intermedio de excel, dominio del análisis financiero, análisis específico del entorno y sus repercusiones en la empresa y por último, habilidades comunicativas desarrolladas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>Condiciones de trabajo:</b> La jornada laboral iniciará a las 8 am y hasta las 5 pm para un total de 8 horas laborales, más 15 días de vacaciones al año.</p> <p>Salario: \$ 828,116.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>COMPETENCIAS</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p><b>Fit cultural:</b> Deseamos sumar a nuestra organización personas que vayan alineadas con la cultura organizacional. Por eso, buscamos personas honestas, resolutivas, adaptables, compañeristas, analíticas, emprendedoras y con habilidades para el trabajo en equipo.</p>                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p><b>Learning Agility:</b> Para la selección del personal, tendremos en cuenta la facilidad que tengan las personas para aprender procesos, adaptarse al cambio, alcanzar las metas propuestas y</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

además, deseamos que los postulados cuenten con un self awareness desarrollado que les permita ser conscientes de sus fortalezas y debilidades.

Los perfiles se elaboraron de esta manera debido a que inicialmente solo contamos con dos personas en el organigrama. Sin embargo, los mismos se irán actualizando según la cantidad de colaboradores que se contraten para el crecimiento y desarrollo de la operación.

## MANUAL DE FUNCIONES

La definición de las funciones de cada cargo se estableció de la siguiente manera:

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nombre del cargo:</b> Analista administrativo                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Dependencia:</b> Área administrativa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>PROCEDIMIENTOS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 1. Para administrar el inventario importado, será necesario contar con acceso a la base de datos desde la cual se manejarán todas las entradas y salidas de los productos y la cual no estará compartida con todos los colaboradores de la organización,                                                                                               |
| 2. Será necesario hacer un análisis de la competencia, además de las tendencias que están en furor en el mercado para poder conocer a fondo a nuestros clientes y con base en ello, diseñar campañas que les resulten llamativas y los inciten a comprar.                                                                                              |
| 3. Será necesario también analizar cómo se encuentra la empresa frente a las tendencias del mercado para tomar acciones inmediatas que le permitan a la organización reinventarse y ofrecerle al comprador lo que verdaderamente espera.                                                                                                               |
| 4. La fijación de los principios culturales deberá establecerse con base a la misión, visión y filosofía institucional de la empresa con el fin de garantizar que el trabajo de todos los colaboradores se desarrolle en la misma línea y siga los mismos objetivos. Así como el control de su implementación en todas las tareas de los trabajadores. |
| 5. Deberá implementarse un mecanismo de control que le permita al área garantizar que elementos como la motivación, el reconocimiento y el liderazgo sí se están viendo presentes en el día a día de los colaboradores. Una herramienta sugerida serán las encuestas de satisfacción a los miembros de la organización.                                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nombre del cargo:</b> Analista administrativo con enfoque en el sector financiero                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Dependencia:</b> Área financiera                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>PROCEDIMIENTOS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 1. Para elaborar el presupuesto mensual para adquirir mercancía, deberá tenerse en cuenta el mes anterior más el pronóstico de la demanda y de esta forma, hacer el pedido al proveedor.                                                                                                                                                                            |
| 2. Para garantizar el desembolso oportuno del salario a los colaboradores, se establecerá un proceso dentro del cual habrán fechas límite para cumplir el paso a paso a seguir, con el fin de que el deadline definitivo corresponda al día del pago de nómina.                                                                                                     |
| 3. El manejo de caja deberá llevarse a cabo por una única persona responsable, quien se encargará de entregar el reporte de absolutamente todos los ingresos y salidas de dinero al área administrativa/financiera.                                                                                                                                                 |
| 4. Con el fin de garantizar un volumen de ventas que le permita a la organización alcanzar sus objetivos, el encargado de ventas deberá valerse de los pronósticos de ventas cuantitativos (regresión lineal, pronósticos de suavización exponencial) que le permitan establecer estrategias para asegurar que las metas se alcancen dentro del tiempo establecido. |
| 5. Para aumentar la competitividad de la organización, el encargado deberá hacer un análisis mensual de la actividad de las empresas del mismo sector con la finalidad de evaluar qué oportunidades de mejora tenemos, y cuales son nuestras debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas por accionar.                                                        |

De esta forma y siendo explícitos con las acciones que conlleva cada función del cargo, podremos administrar de una mejor manera todo el recurso humano y las personas no resultarán indispensables para la organización pues contaremos con un manual que nos indica las labores que hay que realizar y de qué manera

## **REQUISITOS LEGALES DEL PROYECTO**

Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico CCCE, se establece en el marco regulatorio que como empresa deberemos cumplir con los siguientes principios para poder desarrollar la actividad comercial:

1. Derecho a la intimidad y a la protección de datos personales: Tendremos que garantizarle a nuestros compradores que sus datos estarán seguros y las transacciones no pondrán en riesgo su seguridad informática según el derecho de habeas data.
2. Deberá garantizarse la libre expresión en pensamientos y opiniones de los productos recibidos, sin censura. Además del derecho de informar y recibir información veráz e imparcial.

Al ser un servicio tercerizado (debido a que las operaciones se llevarán a cabo a través de portales de e-commerce) gran parte de la regulación legal ya se encuentra cubierta. Sin embargo, como empresa nos regiremos bajo la siguiente ley:

Ley 633 DE 2000. • Artículo 91: “Todas las páginas Web y sitios de Internet de origen colombiano que operan en el Internet y cuya actividad económica sea de carácter comercial, financiero o de prestación de servicios, deberán inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN” de esta forma podremos tributar correctamente y cumplir con nuestras obligaciones legales como empresa.

## **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Dentro de los gastos administrativos del proyecto, contemplamos en primera medida factores como el arriendo de la bodega que estaremos usando para almacenar el inventario y los artículos de papelería que se verán traducidos en etiquetas de envío para que los productos puedan ser correctamente despachados, impresiones por cotizaciones a nuestros compradores, entre otros.

Adicional a ello, contemplamos los servicios que se generarán a raíz del uso de la bodega, como la luz, el agua, servicio de teléfono, internet, y demás.

## METODOLOGÍAS DE MOTIVACIÓN

Como organización somos conscientes de que la motivación en los colaboradores es uno de los aspectos clave para lograr el éxito de las operaciones de una empresa.

Teniendo como objetivo el lograr que los empleados de Easy Shop alcancen la realización tanto personal como profesional, deseamos implementar las siguientes medidas para fomentar la motivación en los trabajadores:

1. **Reconocimiento:** La base para la motivación es el reconocimiento. Por esta razón estaremos implementando iniciativas que premien la mejor gestión mensual dentro del equipo de trabajo y que esto no solo sea recompensado económicamente. Deseamos también brindarles reconocimiento a través de anuncios públicos y difusión dentro de las redes sociales de la organización.

Además, deseamos fortalecer el compañerismo y trabajo en equipo por lo cual estaremos fomentando el reconocimiento entre pares para contribuir con el clima laboral de la organización.

2. **Beneficios:** Implementaremos un programa mediante el cual los empleados tendrán derecho a un día al mes en el que podrán ausentarse de forma remunerada. Podrán utilizarlo como día de estudio si necesitan adelantar asuntos académicos, siempre y cuando presenten los soportes necesarios que validen la situación.
3. **Flexibilidad de horarios:** Para fomentar la motivación, es necesario darles a entender a los empleados que son vistos también como seres humanos que tienen una vida fuera de la empresa. Por esta razón deseamos brindarles flexibilidad a los colaboradores para que en caso de que se presente una situación excepcional en su día a día, puedan manejarla sin tener que asumir repercusiones en el ámbito laboral.

- 4. Espacios abiertos con pares & ups:** Una oportunidad de mejora con la que cuentan muchas organizaciones es la incomodidad que tienen los colaboradores para levantar inconformidades.

Para accionar sobre esta situación, deseamos brindarles a los trabajadores espacios abiertos tanto entre pares como con superiores que tendrán la finalidad mantener los canales de comunicación siempre habilitados. De esta forma, las personas podrán levantar la mano cuando sientan que algo no marcha bien.

- 5. Programas para desarrollarse dentro de la organización:** La clave para mantener presente la motivación en los colaboradores también dependerá de las posibilidades que vean dentro de la organización para desarrollar su vida profesional.

Por esta razón, planeamos implementar programas que les permitan a los compradores iniciar un plan de carrera dentro de la empresa e ir poniendo en práctica sus conocimientos.

## **MECANISMOS DE LIDERAZGO**

El liderazgo en una organización se maneja desde diferentes frentes y es importante llevar un control estricto para cerciorarse de que cada estilo de liderazgo no rompa con la cultura organizacional sino que por el contrario, vele por el correcto cumplimiento de las metas.

Siendo así, se plantearon instancias pedagógicas tanto para los cargos administrativos como para los operativos de forma mensual. Dentro de estos espacios de no más de 40 minutos se compartirán estrategias y técnicas que le permitirán a los miembros de la organización desarrollar su liderazgo, sus habilidades comunicativas, sus técnicas para dar feedback, entre otros.

## INDICADORES DE GESTIÓN

Para tener un mayor control sobre la actividad de la empresa estaremos teniendo en cuenta con los principales indicadores de gestión:

1. **Rendimiento y evaluación el proveedor:** El plan de empresa para Easy Shop contempla un único proveedor que cuenta con márgenes de error muy bajos: Alli Express. Por ello, para asegurar la eficiencia de nuestra cadena de valor, será necesario mantener un control riguroso de los tiempos que nos ofrece el proveedor además de la calidad de los productos que estamos importando.
2. **Rotación de personal:** Parte de la proyección que contempla la empresa, incluye el papel fundamental que queremos darle al área de recursos humanos como protagonista y hacedor del buen clima laboral. Esto le facilitará a la organización alcanzar sus objetivos organizacionales si se garantiza que todos los colaboradores van en una misma dirección.

Por esta razón, sin duda alguna la rotación del personal será un indicador que nos permitirá evaluar la satisfacción de los trabajadores y la efectividad de la gestión que se llevará a cabo desde el área de people. Además, también podrá darnos a conocer si es necesario redefinir los perfiles de los cargos en caso tal de que existieran vacíos que estén generando una alta rotación de personal.

3. **Rotación de Inventarios:** Para evaluar el impacto que tienen ciertos artículos en las ventas de la organización, utilizaremos la rotación de inventarios para así validar cuáles son nuestros productos estrella y cuales definitivamente debemos cambiar del portafolio de productos en pro del crecimiento de la compañía. A través de este indicador también podremos mejorar la logística de nuestra cadena de valor y por ende, la calidad de nuestra gestión de cara a los compradores.

## ESTUDIO FINANCIERO.

### PRESUPUESTOS

Easy shop tiene una política de inversión en productos de naturaleza de importación de China, este proceso como se ha mencionado con anterioridad se terceriza desde la plataforma de Ali express, plataforma de venta de productos chinos que facilita la compra y entrega de estos productos.

Este modelo de negocio ha sido seguido por importadoras multinacionales, pues el proceso realmente se simplifica y agiliza los procesos de re venta.

Para lo cual es necesario examinar productos que de momento estén siendo tendencia en el mercado de e-commerce nacional y estén dejando un alto margen de rentabilidad, se ha realizado un seguimiento a los Mercado Líderes más significativos de la plataforma y encontramos que entre todos sus productos los que mayor cantidad de ventas y mayor margen de rentabilidad son:

| Categoría        | Productos                         | Precio de compra | Link de compra                 | Precio de venta en el mercado | Margen de rentabilidad |
|------------------|-----------------------------------|------------------|--------------------------------|-------------------------------|------------------------|
| Tecnología       | Mini Proyector Led Portatil Yg300 | \$100.000        | <a href="#">Link de compra</a> | \$180.000                     | 55,56%                 |
|                  | Auricular bluetooth               | \$22.000         | <a href="#">#VALOR!</a>        | \$50.000                      | 44,00%                 |
|                  | Consola retro                     | \$15.195         | <a href="#">#VALOR!</a>        | \$80.000                      | 18,99%                 |
| Belleza          | Set brochas para maquillaje       | \$6.645          | <a href="#">#VALOR!</a>        | \$20.000                      | 33,23%                 |
|                  | Peine Láser Infrarrojo Eléctrico  | \$12.622         | <a href="#">#VALOR!</a>        | \$70.000                      | 18,03%                 |
| Hogar            | Humidificador 300ml               | \$7.513          | <a href="#">#VALOR!</a>        | \$35.000                      | 21,47%                 |
|                  | Key finder                        | \$42.710         | <a href="#">#VALOR!</a>        | \$80.000                      | 53,39%                 |
|                  | Bombilla led inteligente          | \$16.663         | <a href="#">#VALOR!</a>        | \$50.000                      | 33,33%                 |
| Economía Naranja | Ruanas                            | \$60.000         |                                | \$100.000                     | 60,00%                 |
|                  | Hamacas                           | \$50.000         |                                | \$78.000                      | 64,10%                 |
|                  | Mochilas wayuú                    | \$40.000         |                                | \$75.000                      | 53,33%                 |

Tabla 2 Productos

Nuestro modelo de negocio plantea hacer un seguimiento de ventas por ciclos, cada ciclo se compone por tres meses y es el equivalente a los trimestres del año, enero a marzo, abril a junio, julio a septiembre y octubre a diciembre.

Esto nos lleva a pensar en un presupuesto para estos productos por ciclo:

| Productos por ciclo (cada ciclo se compone de tres meses) |                                   |                           |                     |                         |                          |                           |
|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Categoría                                                 | Productos                         | Total ganancia por unidad | Productos por ciclo | Total inversion inicial | Total ingreso por ventas | Ganancia inicial esperada |
| Tecnología                                                | Mini Proyector Led Portatil Yg300 | \$80.000                  | 10                  | \$1.000.000             | \$1.800.000              | \$800.000                 |
|                                                           | Auricular bluetooth               | \$28.000                  | 20                  | \$440.000               | \$1.000.000              | \$560.000                 |
|                                                           | Consola retro                     | \$64.805                  | 15                  | \$227.925               | \$1.200.000              | \$972.075                 |
| Belleza                                                   | Set brochas para maquillaje       | \$13.355                  | 30                  | \$199.350               | \$600.000                | \$400.650                 |
|                                                           | Peine Láser Infrarrojo Eléctrico  | \$57.378                  | 10                  | \$126.220               | \$700.000                | \$573.780                 |
| Hogar                                                     | Humidificador 300ml               | \$27.487                  | 30                  | \$225.390               | \$1.050.000              | \$824.610                 |
|                                                           | Key finder                        | \$37.290                  | 10                  | \$427.100               | \$800.000                | \$372.900                 |
|                                                           | Bombilla led inteligente          | \$33.337                  | 25                  | \$416.575               | \$1.250.000              | \$833.425                 |
| Economía Naranja                                          | Ruanas                            | \$40.000                  | 10                  | \$600.000               | \$1.000.000              | \$400.000                 |
|                                                           | Hamacas                           | \$28.000                  | 10                  | \$500.000               | \$780.000                | \$280.000                 |
|                                                           | Mochilas wayu                     | \$35.000                  | 10                  | \$400.000               | \$750.000                | \$350.000                 |
| <b>Totales</b>                                            |                                   |                           |                     | <b>\$4.562.560</b>      | <b>\$10.930.000</b>      | <b>\$6.367.440</b>        |

Tabla 3 Ciclos de venta

En el anterior cuadro encontramos que partiendo de las tendencias actuales tendríamos una inversión inicial EN INVENTARIOS de \$4.562.560, la misma que con los precios de venta actuales pueden llegar a generar un margen de ganancia de \$7.732.440.

Teniendo productos como por ejemplo el mini proyector Led Portatil Yg 300 que tienen una margen de ganancia muy alto, o productos que con un bajo margen de rentabilidad por su volumen pueden llegar a ser los más representativos como el humidificador de 300 ml

Haciendo la proyección anual obtenemos los siguientes resultados:

| Total primer año |                                   |                           |                     |                         |                          |                           |
|------------------|-----------------------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|
| Categoría        | Productos                         | Total ganancia por unidad | Productos por ciclo | Total inversion inicial | Total ingreso por ventas | Ganancia inicial esperada |
| Tecnología       | Mini Proyector Led Portatil Yg300 | \$80.000                  | 40                  | \$4.000.000             | \$7.200.000              | \$3.200.000               |
|                  | Auricular bluetooth               | \$28.000                  | 80                  | \$1.760.000             | \$4.000.000              | \$2.240.000               |
|                  | Consola retro                     | \$64.805                  | 60                  | \$911.700               | \$4.800.000              | \$3.888.300               |
| Belleza          | Set brochas para maquillaje       | \$13.355                  | 120                 | \$797.400               | \$2.400.000              | \$1.602.600               |
|                  | Peine Láser Infrarrojo Eléctrico  | \$57.378                  | 40                  | \$504.880               | \$2.800.000              | \$2.295.120               |
| Hogar            | Humidificador 300ml               | \$27.487                  | 120                 | \$901.560               | \$4.200.000              | \$3.298.440               |
|                  | Key finder                        | \$37.290                  | 40                  | \$1.708.400             | \$3.200.000              | \$1.491.600               |
|                  | Bombilla led inteligente          | \$33.337                  | 100                 | \$1.666.300             | \$5.000.000              | \$3.333.700               |
| Economía Naranja | Ruanas                            | \$40.000                  | 40                  | \$2.400.000             | \$4.000.000              | \$1.600.000               |
|                  | Hamacas                           | \$28.000                  | 40                  | \$2.000.000             | \$3.120.000              | \$1.120.000               |
|                  | Mochilas wayu                     | \$35.000                  | 40                  | \$1.600.000             | \$3.000.000              | \$1.400.000               |
| <b>Totales</b>   |                                   |                           | <b>720</b>          | <b>\$18.250.240</b>     | <b>\$43.720.000</b>      | <b>\$25.469.760</b>       |

Tabla 4 Proyección primeros años

En el cuadro anterior encontramos que si las tendencias de mercado se mantuvieran y cada trimestre se re invirtiera en las mismas cantidades de mercancía sosteniendo el volumen de ventas se puede llegar a generar un margen bruto de ventas de \$30.929.760 con una inversión en compras de \$18.250.240 resultado de la adquisición y venta de 720 unidades en todos los productos.

Adicional a ello es importante aclarar que los criterios de cantidad fueron elegidos mediante el estudio de la velocidad de venta.

Es importante tomar en consideración que hay elementos exógenos inherentes a la comercialización de estos productos como por ejemplo los sueldos de los colaboradores, los impuestos y por supuesto los cargos por venta que se pueden llegar a generar en el proceso.

Para ello encontramos el siguiente flujo de caja proyectado a los primeros 7 años de funcionamiento de la empresa en donde podremos encontrar los detalles del crecimiento económico de la empresa:

Tabla 5 Flujos de caja

| Detalle de ingresos               | Año 0               | Año 1               | Año 2               | Año 3               | Año 4               | Año 5               | Año 6               | Año 7               |
|-----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Capital inicial                   | \$ 6.000.000,00     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Saldo periodo anterior            | \$0                 | \$687.440           | \$2.619.853         | \$2.393.051         | \$2.523.595         | \$2.915.038         | \$3.504.797         | \$4.252.886         |
| Ingreso por ventas                | 0                   | \$43.720.000        | \$45.853.536        | \$48.091.189        | \$50.438.039        | \$52.899.415        | \$55.480.906        | \$58.188.375        |
| Cobro de deudas                   | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 |
| Otros ingresos                    | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 |
| <b>Total ingresos por periodo</b> | <b>\$ 6.000.000</b> | <b>\$44.407.440</b> | <b>\$48.473.389</b> | <b>\$50.484.239</b> | <b>\$52.961.633</b> | <b>\$55.814.452</b> | <b>\$58.985.703</b> | <b>\$62.441.261</b> |
| <b>Detalle de egresos</b>         |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>Costos fijos</b>               |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Salarios                          | \$400.000           | \$6.000.000         | \$9.000.000         | \$9.349.200         | \$9.711.949         | \$10.088.773        | \$10.480.217        | \$10.886.849        |
| Arriendo                          | \$200.000           | \$2.400.000         | \$2.493.120         | \$2.589.853         | \$2.690.339         | \$2.794.725         | \$2.903.160         | \$3.015.802         |
| <b>Total costos fijos</b>         | <b>\$600.000</b>    | <b>\$8.400.000</b>  | <b>\$11.493.120</b> | <b>\$11.939.053</b> | <b>\$12.402.288</b> | <b>\$12.883.497</b> | <b>\$13.383.377</b> | <b>\$13.902.652</b> |
| <b>Costos variables</b>           |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| Costos por venta                  | \$0                 | \$6.995.200         | \$7.336.566         | \$7.694.590         | \$8.070.086         | \$8.463.906         | \$8.876.945         | \$9.310.140         |
| Costos de envío                   | \$0                 | \$6.120.000         | \$6.357.456         | \$6.604.125         | \$6.860.365         | \$7.126.548         | \$7.403.058         | \$7.690.296         |
| Compras                           | \$4.562.560         | \$18.250.240        | \$18.958.349        | \$19.693.933        | \$20.458.058        | \$21.251.831        | \$22.076.402        | \$22.932.966        |
| Intereses                         | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 | \$0                 |
| Papelería y oficina               | \$50.000            | \$100.000           | \$103.880           | \$107.911           | \$112.097           | \$116.447           | \$120.965           | \$125.658           |
| Servicios                         | \$100.000           | \$600.000           | \$623.280           | \$647.463           | \$672.585           | \$698.681           | \$725.790           | \$753.951           |
| <b>Total costos variables</b>     | <b>\$4.712.560</b>  | <b>\$32.065.440</b> | <b>\$33.379.531</b> | <b>\$34.748.023</b> | <b>\$36.173.192</b> | <b>\$37.657.412</b> | <b>\$39.203.159</b> | <b>\$40.813.011</b> |
| Otros egresos                     | \$0                 |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>Total egresos por periodo</b>  | <b>\$5.312.560</b>  | <b>\$40.465.440</b> | <b>\$44.872.651</b> | <b>\$46.687.076</b> | <b>\$48.575.480</b> | <b>\$50.540.910</b> | <b>\$52.586.536</b> | <b>\$54.715.663</b> |
| <b>Total ingresos brutos</b>      | <b>\$687.440</b>    | <b>\$3.942.000</b>  | <b>\$3.600.738</b>  | <b>\$3.797.164</b>  | <b>\$4.386.153</b>  | <b>\$5.273.543</b>  | <b>\$6.399.167</b>  | <b>\$7.725.598</b>  |
| IVA                               | 0                   | \$748.980           | \$684.140           | \$721.461           | \$833.369           | \$1.001.973         | \$1.215.842         | \$1.467.864         |
| Rete ICA                          | 0                   | \$435.197           | \$397.521           | \$419.207           | \$484.231           | \$582.199           | \$706.468           | \$852.906           |
| Retención a la fuente             | 0                   | \$137.970           | \$126.026           | \$132.901           | \$153.515           | \$184.574           | \$223.971           | \$270.396           |
| Impo renta                        | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   | 0                   |
| <b>Saldo final</b>                | <b>\$687.440</b>    | <b>\$2.619.853</b>  | <b>\$2.393.051</b>  | <b>\$2.523.595</b>  | <b>\$2.915.038</b>  | <b>\$3.504.797</b>  | <b>\$4.252.886</b>  | <b>\$5.134.432</b>  |

Encontramos entonces que para el estado de resultados:

| Estado de resultados              | Año 0                   | Año 1                   | Año 2                   | Año 3                   | Año 4                   | Año 5                   | Año 6                   | Año 7                   |
|-----------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Capital inicial                   | \$ -                    |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |
| Ingreso por ventas                | \$ -                    | \$ 43.720.000,00        | \$ 45.853.536,00        | \$ 48.091.188,56        | \$ 50.438.038,56        | \$ 52.899.414,84        | \$ 55.480.906,28        | \$ 58.188.374,51        |
| Cobro de deudas                   | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    |
| Otros ingresos                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    |
| <b>Total ingresos por periodo</b> | <b>\$ -</b>             | <b>\$ 43.720.000,00</b> | <b>\$ 45.853.536,00</b> | <b>\$ 48.091.188,56</b> | <b>\$ 50.438.038,56</b> | <b>\$ 52.899.414,84</b> | <b>\$ 55.480.906,28</b> | <b>\$ 58.188.374,51</b> |
| Detalle de egresos                |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |
| Costos fijos                      |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |
| Salarios                          | \$ 400.000,00           | \$ 6.000.000,00         | \$ 9.000.000,00         | \$ 9.349.200,00         | \$ 9.711.948,96         | \$ 10.088.772,58        | \$ 10.480.216,96        | \$ 10.886.849,37        |
| Depreciacion                      |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |
| Ariendo                           | \$ 200.000,00           | \$ 2.400.000,00         | \$ 2.493.120,00         | \$ 2.589.853,06         | \$ 2.690.339,35         | \$ 2.794.724,52         | \$ 2.903.159,83         | \$ 3.015.802,43         |
| <b>Total costos fijos</b>         | <b>\$ 600.000,00</b>    | <b>\$ 8.400.000,00</b>  | <b>\$ 11.493.120,00</b> | <b>\$ 11.939.053,06</b> | <b>\$ 12.402.288,31</b> | <b>\$ 12.883.497,10</b> | <b>\$ 13.383.376,79</b> | <b>\$ 13.902.651,81</b> |
| Costos variables                  |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |
| Costos por venta                  | \$ -                    | \$ 6.995.200,00         | \$ 7.336.565,76         | \$ 7.694.590,17         | \$ 8.070.086,17         | \$ 8.463.906,37         | \$ 8.876.945,01         | \$ 9.310.139,92         |
| Costos de envío                   | \$ -                    | \$ 6.120.000,00         | \$ 6.357.456,00         | \$ 6.604.125,29         | \$ 6.860.365,35         | \$ 7.126.547,53         | \$ 7.403.057,57         | \$ 7.690.296,21         |
| Compras                           | \$ 4.562.560,00         | \$ 18.250.240,00        | \$ 18.958.349,31        | \$ 19.693.933,27        | \$ 20.458.057,88        | \$ 21.251.830,52        | \$ 22.076.401,55        | \$ 22.932.965,93        |
| Intereses                         | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    |
| Papelería y oficina               | \$ 50.000,00            | \$ 100.000,00           | \$ 103.880,00           | \$ 107.910,54           | \$ 112.097,47           | \$ 116.446,86           | \$ 120.964,99           | \$ 125.658,43           |
| Servicios                         | \$ 100.000,00           | \$ 600.000,00           | \$ 623.280,00           | \$ 647.463,26           | \$ 672.584,84           | \$ 698.681,13           | \$ 725.789,96           | \$ 753.950,61           |
| <b>Total costos variables</b>     | <b>\$ 4.712.560,00</b>  | <b>\$ 32.065.440,00</b> | <b>\$ 33.379.531,07</b> | <b>\$ 34.748.022,54</b> | <b>\$ 36.173.191,71</b> | <b>\$ 37.657.412,41</b> | <b>\$ 39.203.159,08</b> | <b>\$ 40.813.011,10</b> |
| Otros egresos                     |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |                         |
| <b>Total egresos por periodo</b>  | <b>\$ 5.312.560,00</b>  | <b>\$ 40.465.440,00</b> | <b>\$ 44.872.651,07</b> | <b>\$ 46.687.075,59</b> | <b>\$ 48.575.480,03</b> | <b>\$ 50.540.909,51</b> | <b>\$ 52.586.535,87</b> | <b>\$ 54.715.662,91</b> |
| Utilidad operacional              | <b>-\$ 5.312.560,00</b> | <b>\$ 3.254.560,00</b>  | <b>\$ 980.884,93</b>    | <b>\$ 1.404.112,97</b>  | <b>\$ 1.862.558,53</b>  | <b>\$ 2.358.505,33</b>  | <b>\$ 2.894.370,42</b>  | <b>\$ 3.472.711,60</b>  |
| IVA                               | \$ -                    | \$ 748.980,00           | \$ 684.140,24           | \$ 721.461,07           | \$ 833.369,15           | \$ 1.001.973,15         | \$ 1.215.841,73         | \$ 1.467.863,62         |
| Rete ICA                          | \$ -                    | \$ 435.196,80           | \$ 397.521,49           | \$ 419.206,85           | \$ 484.231,34           | \$ 582.199,13           | \$ 706.468,04           | \$ 852.906,02           |
| Retención a la fuente             | \$ -                    | \$ 137.970,00           | \$ 126.025,83           | \$ 132.900,72           | \$ 153.515,37           | \$ 184.574,00           | \$ 223.970,85           | \$ 270.395,93           |
| Impo renta                        | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    |
| <b>Saldo Neto</b>                 | <b>-\$ 5.312.560,00</b> | <b>\$ 1.932.413,20</b>  | <b>-\$ 226.802,64</b>   | <b>\$ 130.544,32</b>    | <b>\$ 391.442,68</b>    | <b>\$ 589.759,04</b>    | <b>\$ 748.089,80</b>    | <b>\$ 881.546,03</b>    |
| Reserva legal                     |                         | \$ 193.241,32           | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    | \$ -                    |
| Utilidad del ejercicio            | \$ (5.312.560,00)       | \$ 1.739.171,88         | \$ (226.802,64)         | \$ 130.544,32           | \$ 391.442,68           | \$ 589.759,04           | \$ 748.089,80           | \$ 881.546,03           |

Encontramos entonces que para el balance general:

|                            | Año 0                | Año 1                  | Año 2                  | Año 3                  | Año 4                  | Año 5                  | Año 6                  | Año 7                  |
|----------------------------|----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| <b>Activos</b>             |                      |                        |                        |                        |                        |                        |                        |                        |
| Caja                       | \$ 687.440,00        | \$ 2.619.853,20        | \$ 2.393.050,56        | \$ 2.523.594,88        | \$ 2.915.037,56        | \$ 3.504.796,60        | \$ 4.252.886,40        | \$ 5.134.432,43        |
| Bancos                     |                      |                        |                        |                        |                        |                        |                        |                        |
| Mercancia                  | \$ -                 | \$ -                   | \$ -                   | \$ -                   | \$ -                   | \$ -                   | \$ -                   | \$ -                   |
| Depreciacion               |                      |                        |                        |                        |                        |                        |                        |                        |
| <b>Total activos</b>       | <b>\$ 687.440,00</b> | <b>\$ 2.619.853,20</b> | <b>\$ 2.393.050,56</b> | <b>\$ 2.523.594,88</b> | <b>\$ 2.915.037,56</b> | <b>\$ 3.504.796,60</b> | <b>\$ 4.252.886,40</b> | <b>\$ 5.134.432,43</b> |
| <b>Pasivos</b>             |                      |                        |                        |                        |                        |                        |                        |                        |
| Deuda                      | \$ -                 | \$ -                   | \$ -                   | \$ -                   | \$ -                   | \$ -                   | \$ -                   | \$ -                   |
| <b>Total pasivos</b>       | <b>\$ -</b>          | <b>\$ -</b>            | <b>\$ -</b>            | <b>\$ -</b>            | <b>\$ -</b>            | <b>\$ -</b>            | <b>\$ -</b>            | <b>\$ -</b>            |
| <b>Patrimonio</b>          |                      |                        |                        |                        |                        |                        |                        |                        |
| Capital social             | \$ 6.000.000,00      | \$ 6.000.000,00        | \$ 6.000.000,00        | \$ 6.000.000,00        | \$ 6.000.000,00        | \$ 6.000.000,00        | \$ 6.000.000,00        | \$ 6.000.000,00        |
| Utilidades acumuladas      | \$ -                 | \$ (5.312.560,00)      | \$ (3.573.388,12)      | \$ (3.800.190,76)      | \$ (3.669.646,44)      | \$ (3.278.203,76)      | \$ (2.688.444,72)      | \$ (1.940.354,92)      |
| Utilidad del ejercicio     | \$ (5.312.560,00)    | \$ 1.739.171,88        | \$ (226.802,64)        | \$ 130.544,32          | \$ 391.442,68          | \$ 589.759,04          | \$ 748.089,80          | \$ 881.546,03          |
| Reserva legal              | \$ -                 | \$ 193.241,32          | \$ 193.241,32          | \$ 193.241,32          | \$ 193.241,32          | \$ 193.241,32          | \$ 193.241,32          | \$ 193.241,32          |
| <b>Total patrimonio</b>    | <b>\$ 687.440,00</b> | <b>\$ 2.619.853,20</b> | <b>\$ 2.393.050,56</b> | <b>\$ 2.523.594,88</b> | <b>\$ 2.915.037,56</b> | <b>\$ 3.504.796,60</b> | <b>\$ 4.252.886,40</b> | <b>\$ 5.134.432,43</b> |
| <b>Pasivo + patrimonio</b> | <b>\$ 687.440,00</b> | <b>\$ 2.619.853,20</b> | <b>\$ 2.393.050,56</b> | <b>\$ 2.523.594,88</b> | <b>\$ 2.915.037,56</b> | <b>\$ 3.504.796,60</b> | <b>\$ 4.252.886,40</b> | <b>\$ 5.134.432,43</b> |

En el cuadro anterior encontramos que la empresa tiene un crecimiento sostenido a partir del primer año de funcionamiento, para elaborar este estado tuvimos en consideración los siguientes datos:

| Concepto                            | Porcentaje |                                                               |           |           |           |           |           |
|-------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Promedio de inflación última década | 3,88%      |                                                               |           |           |           |           |           |
| Promedio de crecimiento esperado    | 4,88%      |                                                               |           |           |           |           |           |
| IVA                                 | 19%        |                                                               |           |           |           |           |           |
| Rete ICA                            | 11,04%     |                                                               |           |           |           |           |           |
| Retención a la fuente               | 3,50%      |                                                               |           |           |           |           |           |
| Tasa de descuento                   | 13,88%     |                                                               |           |           |           |           |           |
| Costos por envío                    | \$8.500    | Presupuesto año 1 y flujo de caja proyectado primeros 7 años. |           |           |           |           |           |
| Arriendo mensual                    | 2020       | 2021                                                          | 2022      | 2023      | 2024      | 2025      | 2026      |
|                                     | \$200.000  | \$207.760                                                     | \$215.821 | \$224.195 | \$232.894 | \$241.930 | \$251.317 |

Tabla 6 Constantes

El promedio de inflación es tomado de lo que va corrido en la década, esto porque partiendo de esta base podemos entender el porcentaje de variación que podría llegar a tener, con respecto al promedio de crecimiento esperado tomamos en consideración un 1% adicional a la inflación en pro de poder tener un margen de rentabilidad adicional con relación al incremento de los precios en el mercado.

Los impuestos son los vigentes actualmente por las gobernaciones, por la DIAN y por los entes tributarios relacionados con el detalle de cada uno.

La tasa de descuento fue calculada con base al 10% de rentabilidad que aspiran obtener sobre su inversión sumando el 3,88% que se deriva del promedio de inflación, esto por que la empresa no tiene proyectado en este momento iniciar con un proceso de endeudamiento, sin embargo como empresa no cerramos esta posibilidad en caso de ser necesario.

Finalmente los costos por envío y por venta se tomaron con base a los precios actuales vigentes y haciendo una proyección de crecimiento con relación a la proyección del crecimiento de la inflación.

Para lo cual se puede concluir que la empresa pese a iniciar con un valor negativo por el capital de patrimonio propuesto en tan solo el primer año logra recuperar el total de la inversión y beneficiar a los participantes, pero para poder tener una mayor trazabilidad con relación a la proyección financiera tomamos en consideración los siguientes elementos:

| Indicadores de rentabilidad             |                 |
|-----------------------------------------|-----------------|
| Valor presente Neto                     | \$ 6.400.799,06 |
| Tasa interna de retorno                 | 34%             |
| Relacion de costo beneficio             | 33,56877778     |
| Periodo de recuperacion de la inversion | 2,826881761     |

*Tabla 7 Indicadores de rentabilidad*

Encontramos que para el **Valor presente Neto**, la empresa ha tenido un resultado positivo maximizando el total de la inversión inicial de \$6.000.000 a \$20.882.526,32, dejando en claro que la empresa tiene movimientos positivos permitiendo un alto margen de crecimiento.

Con relación a la **tasa interna de retorno** encontramos que tiene un margen del 87% casi 73 puntos porcentuales superiores a la tasa de descuento elegida para el VPN, dándose por entendido que tiene una viabilidad estable y siendo atractiva para una inversión mayor.

La empresa adicional a ello tiene una **relación de costo beneficio** de 1,13, diciendo entonces que por cada peso (\$) invertido en el proyecto la empresa recibe un total de \$1.13.

Para concluir encontramos que la empresa tiene un **periodo de recuperación de la inversión** inicial de 2,32 meses un espacio de tiempo menor al primer ciclo y que permite entonces a la empresa convertirse en autosostenible a la brevedad.

Con estos cuatro indicadores y con la medición y proyección de los estados financieros de la empresa podemos concluir que el proyecto es financieramente viable, generando como resultado un alto atractivo al momento de requerir una inversión de un socio inversionista o bien al momento de poder llegar a generar un préstamo para crecimiento, pues las entidades bancarias pueden examinar el nivel de riesgo y darse cuenta que la empresa y el entorno de desarrollo en el cual se mueve tienen un alto grado de crecimiento.

## **AGRADECIMIENTOS**

Por la disposición, entrega y buena voluntad de parte de los docentes para guiarnos en todo nuestro proceso en la academia. A nuestras familias, por el amor incondicional con el que nos acompañaron durante estos años. A nuestros compañeros por haber contribuido en nuestra formación personal y profesional.

Al docente Jorge Aristizábal, por su valiosa tutoría y acompañamiento durante la realización de este proyecto. Y a nuestros padres por enseñarnos a trabajar por nuestros ideales día tras día hasta alcanzar nuestros objetivos.

¡Gracias totales!

## BIBLIOGRAFÍA

- “El eCommerce continúa creciendo en Colombia y aumentan las visitas a través de dispositivos móviles” [En línea] rescatado de: <https://www.ccce.org.co/noticias/el-ecommerce-continua-creciendo-en-colombia-y-aumentan-las-visitas-traves-de-dispositivos>
- “Colombianos compran por internet cerca de \$18 billones: Mercado Libre” [En línea] Rescatado de: [https://caracol.com.co/radio/2018/08/30/economia/1535644791\\_743761.html](https://caracol.com.co/radio/2018/08/30/economia/1535644791_743761.html)
- “Mercado de belleza en Colombia mueve US\$3.000 millones al año” [En línea] rescatado de: <https://www.elespectador.com/economia/mercado-de-belleza-en-colombia-mueve-us3000-millones-al-ano-articulo-849272>
- “Así se mueve el negocio cosmético en el país” [En línea] rescatado de: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/el-negocio-de-cosmeticos-y-productos-de-belleza-en-colombia/264421>
- “Growth Countries Overtaking Western European Nations” [En línea] rescatado de: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoos-top-100-countries-by-2015-game-revenues/>
- “Mercado de belleza en Colombia mueve US\$3.000 millones al año” [En línea] rescatado de: <https://www.elespectador.com/economia/mercado-de-belleza-en-colombia-mueve-us3000-millones-al-ano-articulo-849272>
- “Así se mueve el negocio cosmético en el país” [En línea] rescatado de: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/el-negocio-de-cosmeticos-y-productos-de-belleza-en-colombia/264421>
- “Growth Countries Overtaking Western European Nations” [En línea] rescatado de: <https://newzoo.com/insights/articles/newzoos-top-100-countries-by-2015-game-revenues/>
- “Inteligencia de Mercados - Informe sectorial de juguetería en Colombia” [En línea] rescatado de: <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/informe-sectorial-sector-jugueteria-colombia-2017-descripcion-rci318.pdf>
- Bezos, J. (04 de 2019). El próximo #. (R. Dinero, Entrevistador)
- Galperin, M. (19 de Marzo de 2019). Marcos Galperín, el "Jeff Bezos" latino que creó el gigante Mercado Libre. (R. Dinero, Entrevistador)

- Barrera N. (2018) Marco Regulatorio del Comercio Electrónico. Cámara Colombiana de Comercio Electrónico CCCE.



