

PROYECTO DE GRADO

KASTEL

Crea vida en tu hogar

Luis Felipe García Fonseca.

Facultad de Administración de Empresas,

Universidad Santo Tomás.

Tutor: Miller Rivera Lozano.

2022-2



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



RESUMEN EJECUTIVO

JUSTIFICACIÓN

El estudio realizado para este proyecto empresarial busca dar respuesta al interrogante

¿Es rentable constituir una empresa que comercialice mobiliario, decoración y proyectos de interiorismo por medio de plataformas online?



PROBLEMA

- La informalidad de las pequeñas empresas en el sector muebles y decoración en Colombia que afecta su desarrollo en canales digitales. No tienen un área específica de Marketing Digital.
- El barrio 12 de octubre es un referente para el sector de muebles y decoración del país.



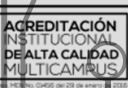
Encuesta: el **81,6%** de las 60 empresas encuestadas no cuentan con un Ecommerce o tienda de ventas en línea.

Solo el **18,4%** tiene una canal de venta digital



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



OBJETIVOS DEL PLAN

Objetivo general

- Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa que se dedicará a la comercialización virtual de mobiliario, decoración y asesoría en diseño interior.

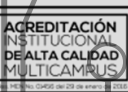
Objetivos específicos

- Desarrollar un estudio de mercado que permita reconocer las oportunidades de negocio para la comercialización de mobiliario, decoración y asesoría en diseño interior a nivel nacional.
- Construir los estados financieros básicos para determinar la viabilidad del plan de negocios propuesto.
- Definir la organización estructural que soportará el cumplimiento de la misión establecida para la empresa a crear.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

DESCRIPCIÓN PRELIMINAR DEL PRODUCTO

- línea de muebles y decoración exclusivos
- Asesoraremos a nuestros clientes en proyectos especiales de carpintería o diseño interior.
- Estos productos se caracterizan por tener terminaciones de varias clases de madera, con diferentes acabados de pintura que determinaran la tendencia y estilo del cliente



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



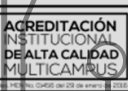
METODOLOGÍA. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.

- Para el correcto desarrollo del proyecto empresarial “Kastel” y para dar cumplimiento a lo establecido en los objetivos específicos y en el objetivo general, se llevó a cabo una investigación tipo descriptiva.
- Encuesta como método de investigación.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

POBLACION OBJETIVO

- Generación Y o Millennials: nacidos entre 1980 y 2004, Generación X: nacidos entre 1960 y 1980 (Díaz, 2017). Este sería el rango de edad del público objetivo hacia el cual irían dirigidos los productos de Kastel (entre los 28 y los 55 años).

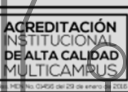
Metodología Estudio de Mercado y Anexos

- Sesión 1: ✓ Influenciadores en el comportamiento del cliente. ✓ Tendencias de mercados actuales para el sector. ✓ Determinar el segmento de clientes. ✓ Mapa de empatía del cliente. ✓ Trabajar en su pirámide de necesidades.
- Sesión 2: ✓ Análisis PESTEL. ✓ 5 fuerzas de Porter. ✓ Análisis DOFA. ✓ Brief de las técnicas de investigación de mercados. ✓ encuesta.



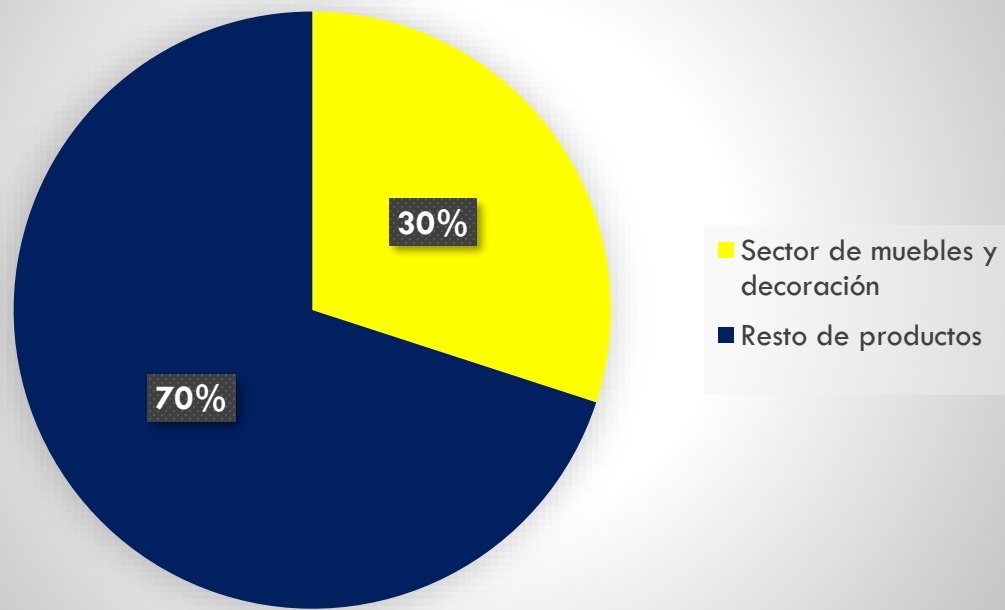
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



FUTURO GENERAL DEL SECTOR DE MUEBLES Y DECORACIÓN

Ventas Ecommerce mundial 2025

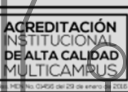


- DANE las exportaciones de muebles para el hogar y tapicería de Colombia se ubicaron en 14,8 millones de dólares en el primer semestre del año de 2021, un incremento del 27,1 % con respecto al mismo periodo del año anterior, las previsiones para los siguientes años es que continúe con un **crecimiento mínimo de dos dígitos**.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



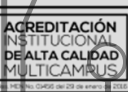
TENDENCIAS DEL SECTOR DE MUEBLES Y DECORACIÓN

- La naturaleza y la sostenibilidad serán las grandes pautas para este año
- Colores cálidos
- Muebles “ecofriendly” los materiales naturales o ecológicos están en auge.
- **Muebles y decoración personalizada**
- Boho chick – Japandi – Natural – Rustico Moderno



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Misión

- Somos una empresa dedicada a darle VIDA a esa idea que tienes en mente CREANDO contigo diseños únicos, con mobiliario y decoración para tu HOGAR soñado.

Visión

- Kastel quiere ser en 5 años un referente 100% digital y ecofriendly, de mobiliario personalizado, decoración y diseño interior de los hogares colombianos.

ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

Exportación de muebles en madera

Exportador	2021	2020	Var. 21/20
RTA Muebles	5,106,864	3,223,565	58.4%
Ind. Muebles del Valle	2,273,461	606,466	274.9%
Muebles Jamar	1,282,548	1,108,987	15.7%
Maderkit	676,398	246,585	174.3%
Milestone Muebles	392,614	0	-
Others	2,370,193	2,913,327	-18.6%
Total	12,102,078	8,098,930	49.4%

Colombia, Exportación Muebles de Madera
USD - FOB, Enero - Marzo

País Destino	2021	2020	Var. 21/20
EE.UU.	4,110,686	2,090,698	96.6%
Chile	2,593,884	920,328	181.8%
Panamá	1,531,740	1,723,018	-11.1%
Ecuador	576,946	689,557	-16.3%
El Salvador	547,096	435,270	25.7%
México	444,680	611,920	-27.3%
Otros	2,297,046	1,628,139	41.1%
Total	12,102,078	8,098,930	49.4%

Source: Sisduan, Code: 940330,940340,940350,940360

Disposición a comprar vivienda por el nivel socio económico

Nivel Socioeconómico. Balance %	2021		2022
	Enero	Diciembre	Enero
Alto	17,1	3,6	38,2
Medio	-13,2	-16,9	-19,0
Bajo	-20,1	-12,6	-6,0
Total	-14,6	-13,4	-9,0



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

• COMERCIO ELECTRÓNICO

PAIS	VENTA Dólares US\$ E-COMMERCE	Porcentaje de penetración de internet
EUA	\$504.582.000.000	88%
CANADA	\$39.966.000.000	90%
BRASIL	\$19.722.580.000	71%
MEXICO	\$17.629.609.834	65%
CHILE	\$5.888.000.000	78%
ARGENTINA	\$4.260.000.000	93%
COLOMBIA	\$4.000.000.000	63%
PERU	\$4.000.000.000	68%
ECUADOR	\$800.000.000	80%
VENEZUELA	\$449.000.000	53%

Indicadores de comercio electrónico en América – 2019

- En Colombia **2 de cada 10** empresas tienen eCommerce, MinTIC, 2019
- Los muebles para el hogar tienen ventas de **US\$1.690 millones**.
- La participación de los consumidores online en productos para el hogar es tendencia siendo que el **45%** de las compras dentro de esta categoría en **Linio Colombia** son muebles, y entre ellos, el **46%** son destinados para la sala, un **25%** para el dormitorio, **14%** para el estudio y un **12%** para el comedor y la cocina
- **El 60%** de los compradores en línea adquieren sus productos por medio del **smartphone**.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, TÁCTICOS Y OPERACIONALES

Objetivos estratégicos:

- Crecer mínimo un 80% nuestras ventas al segundo año, respecto al primer año.
- Llegar a 50.000 seguidores en dos años en nuestras redes sociales.
- Consolidar una tasa de retención de clientes de mínimo del 70% al final del tercer año.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

Objetivos tácticos:

- Duplicar el número de Leeds “clientes calificados” bimestralmente desde el área de marketing digital.
- Mantener la tasa de satisfacción de los clientes por encima del 97%.
- Disminuir el tiempo del cierre de venta en un 20% desde que el cliente interactúa con nosotros durante el primer año.

Objetivos operacionales:

- Llegar a una conversión de venta del 1,5% abarcando publicidad para mínimo 14.000 personas mensuales en internet.
- El 100% de la madera utilizada para fabricar nuestros productos será de bosques plantados, después del primer año de funcionamiento.
- Implantar la metodología Balance Scorecard en los primeros 6 meses de la organización.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

FILOSOFÍA DEL NEGOCIO

- Llenar de vida los hogares o lugares de trabajo de nuestros compradores, creando junto con ellos y nuestros colaboradores, productos únicos de mobiliario y decoración para cada uno de los espacios que habitan día a día, teniendo como pilar el respeto, la responsabilidad social de ser amigables con el medio ambiente y como principio la felicidad de nuestros clientes.

The logo for KASTEL, featuring the word "KASTEL" in a large, white, serif font against a black rectangular background.

Crea vida en tu hogar



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

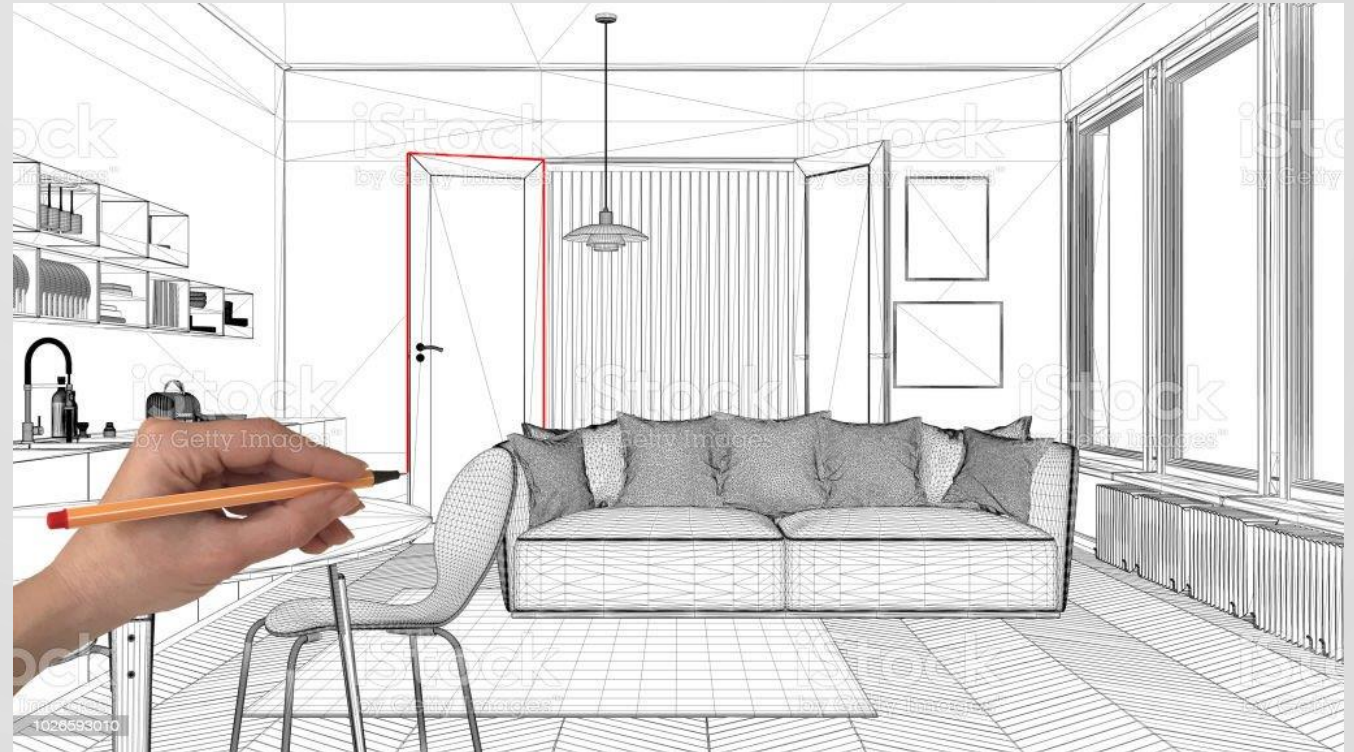
VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

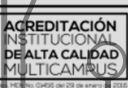
KNOW HOW

- Diseño personalizado de los productos
- Asesoría personalizada en diseño interior
- Terminados exclusivos y diferentes de tendencia
- Venta desde canales digitales



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

IDENTIFICACIÓN DETALLADA DE LAS NECESIDADES

- Emoción – Exclusividad



- Estética y funcionalidad – Personalización



- Acceso y servicio - Digital



PRODUCTOS

- Sillas, butacos, sofás, poltronas, pufs, muebles de almacenamiento y entretenimiento, mesas, escritorios, camas, cabeceros, lámparas y decoración.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

RESUMEN DEL MODELO DE NEGOCIO

- El modelo de negocio de **Kastel** está enfocado en que el cliente tengan una experiencia agradable con los productos y la asesoría, obteniendo un resultado que cambiara el estilo de vida en su hogar. Por medio de mobiliario personalizado con canales de venta virtuales.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

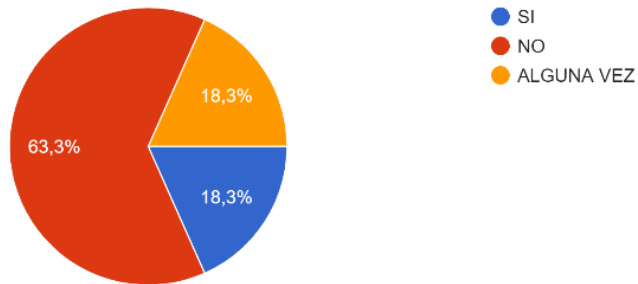


Vigencia por seis años

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO – PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA METODOLOGÍA APLICADA

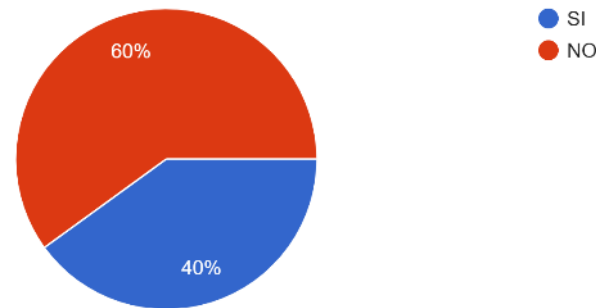
¿Actualmente tienen un ECommerce o tienda virtual?

60 respuestas



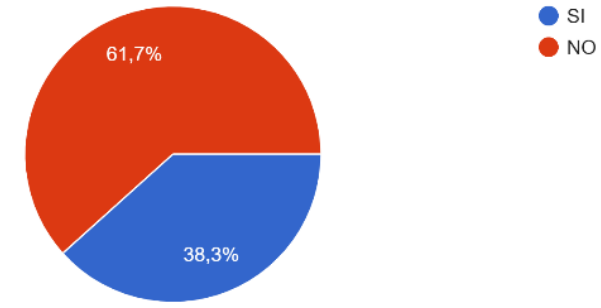
¿Mantienen actualizadas las redes sociales?

60 respuestas



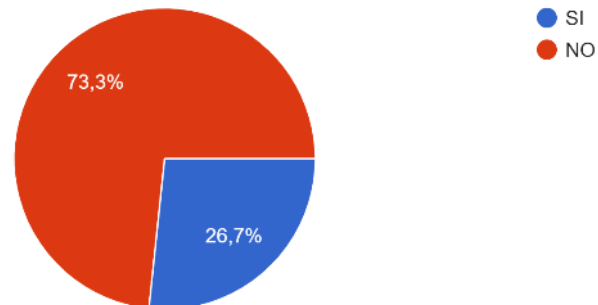
¿Venden por redes sociales?

60 respuestas



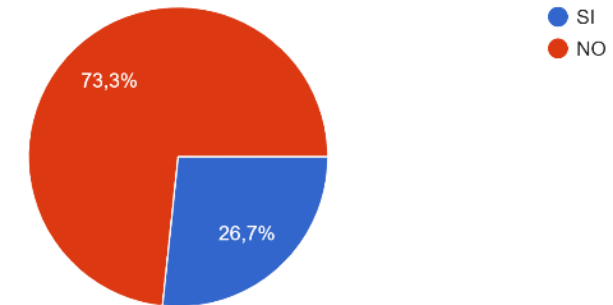
¿Mejoraron las ventas Online desde el inicio de la pandemia?

60 respuestas



¿Mejoraron las ventas Online desde el inicio de la pandemia?

60 respuestas



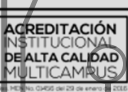
NICHO DE MERCADO

- **Generación Y o Millennials:** nacidos entre 1980 y 2004, **Generación X:** nacidos entre 1960 y 1980. Este sería el rango de edad del público objetivo hacia el cual irían dirigidos los productos de Kastel entre los **28** y los **55** años. Y los estratos **3, 4 y 5**.



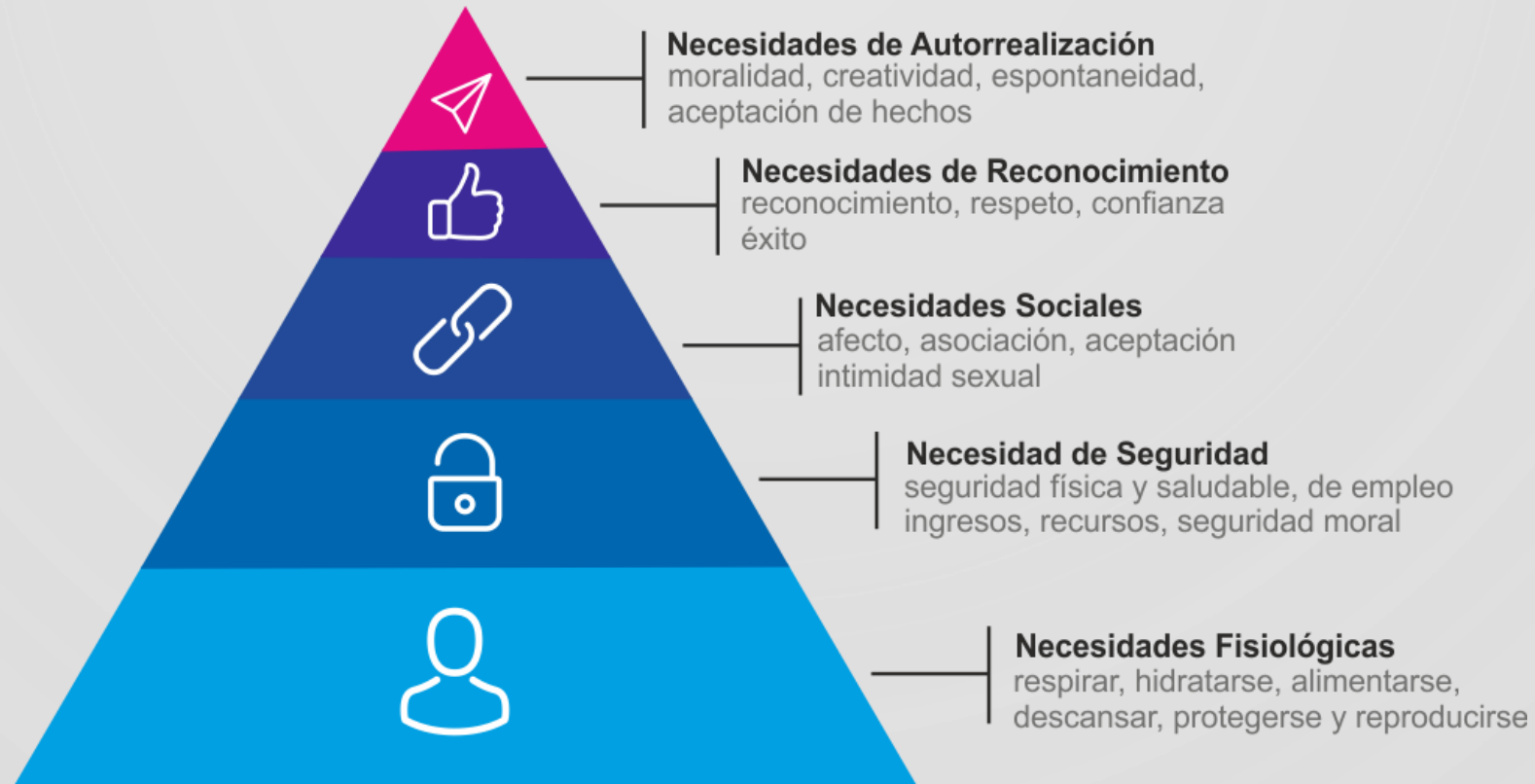
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



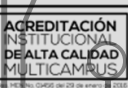
Vigencia por seis años

PIRAMIDE DE LAS NECESIDADES



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Precio de Venta		
Costo total unitario	\$ 1.183.360	
Costo fijo unitario	\$ 104.168	
Costo variable unitario	\$ 1.079.192	
margen de utilidad esperado	40%	
Precio metodo margen de contribucion	\$ 1.972.267	$\text{Precio} = \text{costo total unitario} / (1 - \% \text{margen})$
precio metodo utilidad bruta	\$ 1.656.704	$\text{Precio} = \text{costo total unitario} + \% \text{margen}$
Impuesto IVA 19%	\$ 374.731	
Precio final	\$ 2.346.998	

- El costo variable unitario es conformado por el costo promedio de productos más el costo de publicidad, que varía dependiendo de la cantidad de ventas, el costo fijo unitario=costo de envío+ comisión diseñador, se muestra la fórmula utilizada para determinar el precio de venta con un margen de utilidad del 40%. Elaboración propia.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTO

Costos de Producto	
Costo promedio de productos	\$ 1.029.192
Costo de envio	\$ 45.000
Costo de publicidad	\$ 50.000
Comision diseñador /Comision online	\$ 59.168
Costo estimado de producto	\$ 1.183.360

*(Según la App Instagram pagando \$600.000 por publicidad, el alcance minimo estimado es de un aprox de 14.000 personas minimo, la tasa de conversion de trafico es del 6% para ecommerce nuevos y la conversion de venta estaria en el 1,42%
600.000/12(ventas) para el costo de publicidad)*



PLAN DE MERCADEO

ANÁLISIS DE COMPETIDORES



- La debilidad precios menos competitivos, cobertura, logística y distribución.
- Fortaleza y oportunidad está en la asesoría en diseño interior especializada ofreciendo productos personalizados y mucho más exclusivos, enfocándonos en el canal digital.

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN



- Estado de su pedido en todo momento
- **Omnicanalidad**
- Despacho en Bogotá y alrededores con transporte independiente
- Para el resto del país trabajaremos con empresas como Servientrega, Interrrapidisimo o Coordinadora.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

- Ecommerce
- Blogs
- Publicidad en redes sociales y Google ads
- Formularios en línea.
- Cupones
- Instagram
- Publicación de contenido
- Publicidad
- Influencers
- Catálogos virtuales



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



ESTRATEGIAS MARKETING MIX

- **Producto:** Mobiliario personalizado – diseño interior
- **Plaza:** Online
- **Ambiente físico:** Oficina de trabajo y residencia del cliente
- **Personas:** Inversión 100% online, servicio al cliente y data.
- **Precio:** competencia, en la calidad y la exclusividad
- **Promoción:** Publicidad online PPC, ferias.
- **Proceso:** Compra en tienda virtual con todas las garantías para una compra segura, asesoría personalizada, entrega.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

ESTUDIO DE OPERACIONES

Revisión de productos

Búsqueda de productos en el mercado

Selección de productos

Definición de portafolio según tendencias, diseños, terminados y colores

Negociación de precios

Contacto de proveedor y definición de términos

Publicidad

Marketing digital para atracción de clientes

Venta

Asesoría y acompañamiento en la compra
Solicitud de acuerdo a la demanda del cliente

Proveedor

Envío de Orden de pedido al proveedor según el producto

Entrega

Logística de despacho y envío del producto al cliente desde la fabrica del proveedor

Post venta

Confirmación de pedido entregado
Satisfacción del cliente

MAPA DE PROCESO



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

DIAGRAMA DE FLUJO

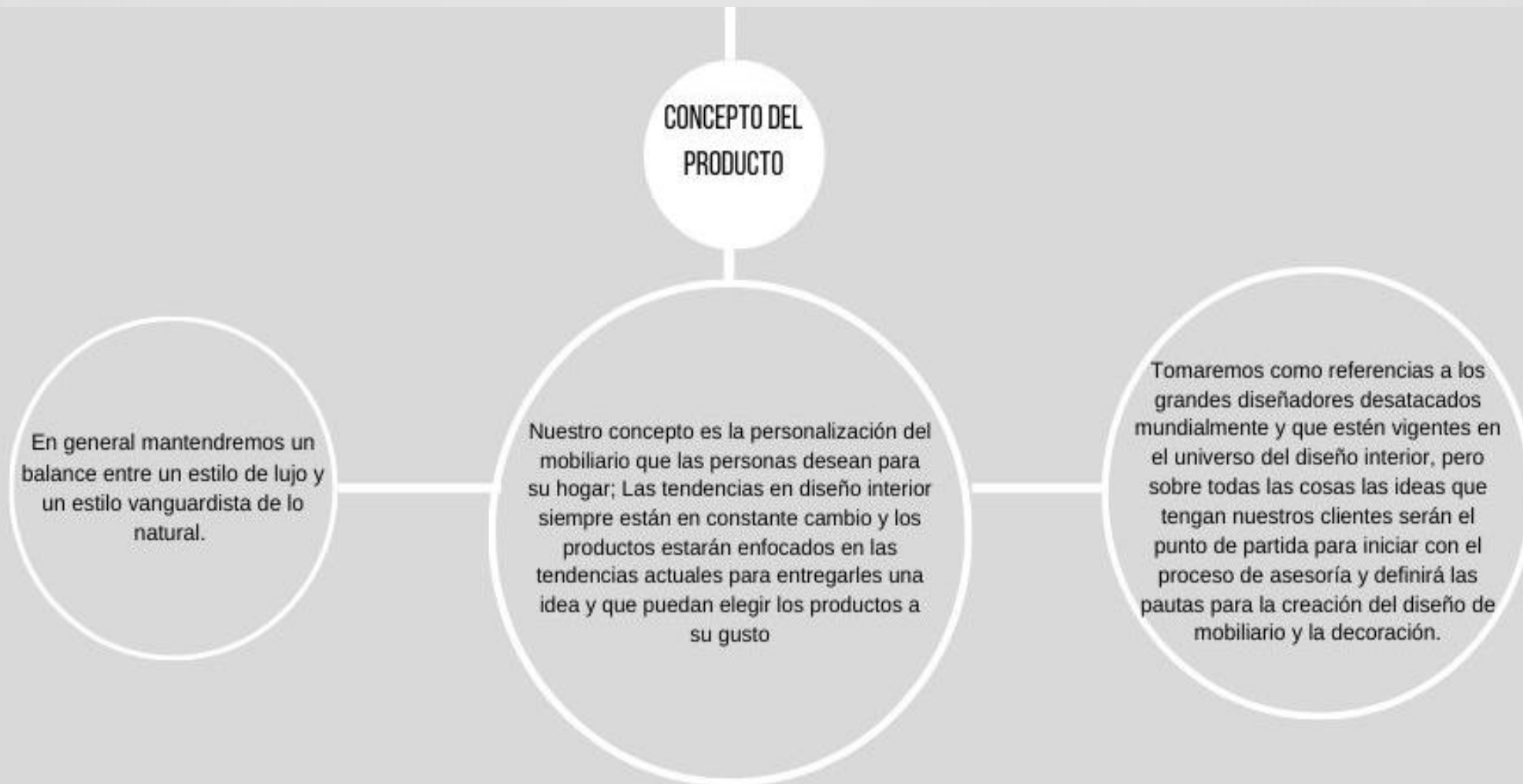


UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años



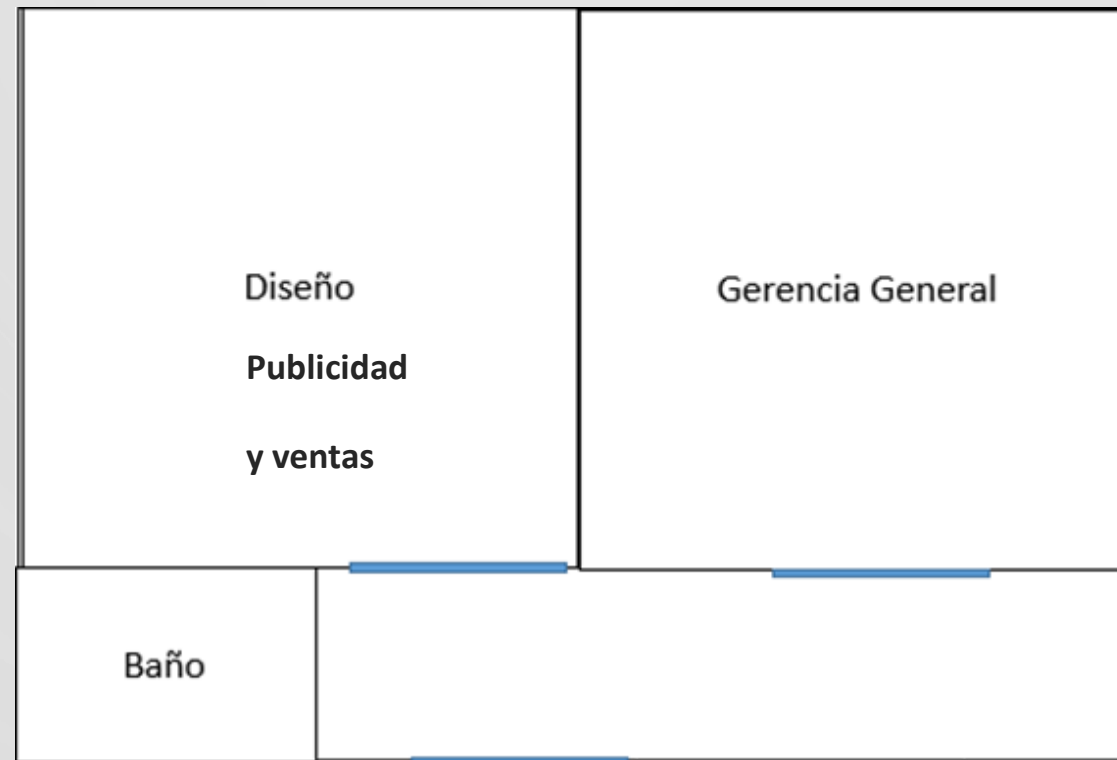
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

DISTRIBUCIÓN DE PLANTA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



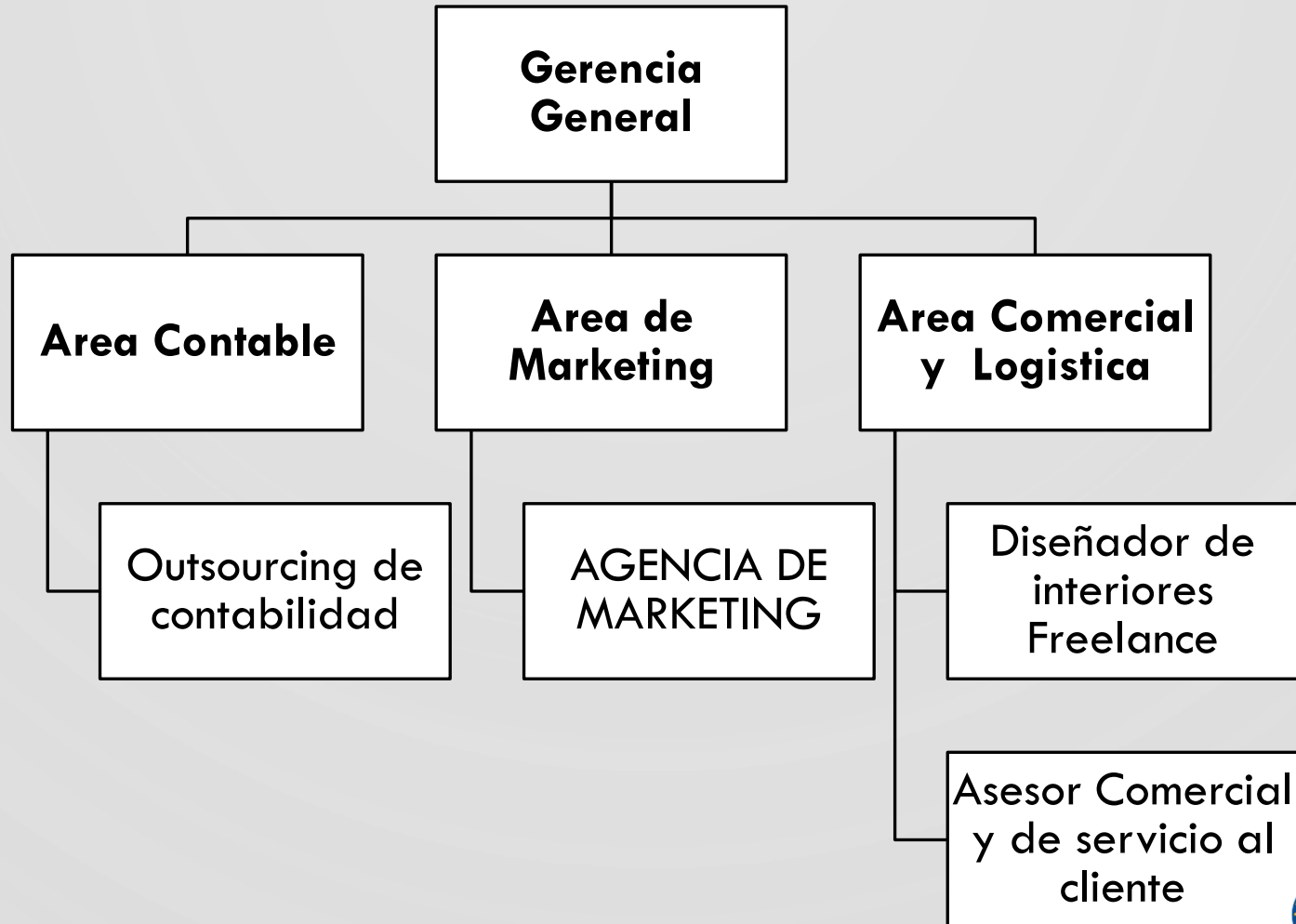
COSTOS DE PRODUCCION

Costos de Producto	
Costo promedio de productos	\$ 1.029.192
Costo de envio	\$ 45.000
Costo de publicidad	\$ 50.000
Comision diseñador /Comision online	\$ 59.168
Costo estimado de producto	\$ 1.183.360

(Según la App Instagram pagando \$600.000 por publicidad, el alcance minimo estimado es de un aprox de 14.000 personas minimo, la tasa de conversion de trafico es del 6% para ecommerce nuevos y la conversion de venta estaria en el 1,42%
 $600.000/12(\text{ventas})$ para **el costo de publicidad**)



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



GASTOS ADMINISTRATIVOS

CALCULO NÓMINA TRABAJADORES			
Concepto	%	Nomina Asesor	Nomina gerente
Salario Minimo Legal Vigente		\$ 1.000.000	\$ 1.800.000
Auxilio de transporte		\$ 117.172	\$ 117.172
Salud	8,50%	\$ 85.000	\$ 153.000
Pension	12%	\$ 120.000	\$ 216.000
ARL	0,52%	\$ 5.200	\$ 9.360
Parafiscales	9%	\$ 90.000	\$ 162.000
Prima	8%	\$ 80.000	\$ 144.000
Cesantias	8,33%	\$ 83.300	\$ 149.940
Intereses Cesantias	1%	\$ 10.000	\$ 18.000
Vacaciones	4%	\$ 41.700	\$ 75.060
Dotación aproximada	5%	\$ 50.000	\$ 90.000
TOTAL		\$ 1.682.372	\$ 2.934.532

COSTOS DE OPERACIÓN	Mensual	Anual
Arriendo oficina	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Nomina Gerente	\$ 2.934.532	\$ 35.214.384
Nomina Asesor Servicio al cliente	\$ 1.682.372	\$ 20.188.464
Outsourcing de contabilidad	\$ 700.000	\$ 8.400.000
Agencia de Marketing	\$ 1.800.000	\$ 21.600.000
Plataforma Ecommerce Shopify	\$ 110.167	\$ 1.322.000
Apps experiencia usuario	\$ 72.200	\$ 866.400
Servicios Luz, agua, internet	\$ 260.595	\$ 3.127.140
Dominio web	\$ 4.433	\$ 53.200
Publicidad Redes Sociales	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Aseo	\$ 60.000	\$ 720.000
TOTAL	\$ 9.424.299	\$ 113.091.588



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



METODOLOGÍAS DE MOTIVACIÓN

- Ofreceremos formación y capacitación
- Incentivos salariales
- Apoyo a los trabajadores
- Responsabilidad social

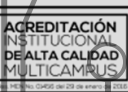
MECANISMOS DE LIDERAZGO

- Big data
- Capacitación
- Nuevos retos
- Interacción con los líderes
- Conocimiento del equipo
- Empoderamiento

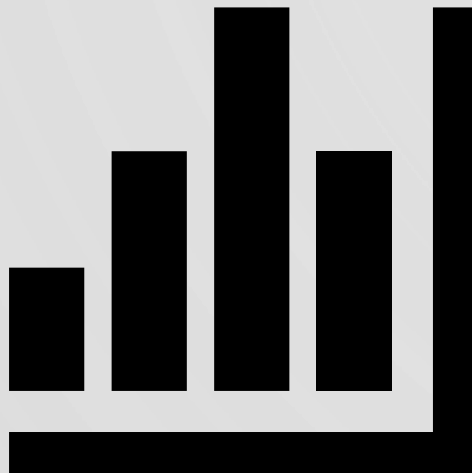


UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



INDICADORES DE GESTIÓN

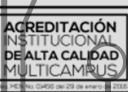


- **Perspectiva financiera:** margen de utilidad bruta, margen operacional, margen de utilidad neto, rentabilidad neta sobre la inversión, rentabilidad operacional sobre la inversión, rentabilidad sobre el patrimonio, ROI, costo de adquisición de clientes
- **Perspectiva del cliente:** CSAT (Customer Satisfaction Score), FRT (First Response Time)
- **Perspectiva de procesos internos:** Tasas de conversión en la publicidad y campañas digitales,, Feedback 360.
- **Perspectiva de innovación y crecimiento:** Software CRM (Costumer Relationship Managment), resultados de gestión que entregará la agencia de marketing digital



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Vigencia por seis años

ESTUDIO FINANCIERO

<i>Inversión Total</i>	<i>Activos Fijos + Activos Intangibles + Capital De Trabajo</i>		
Año	1	2	3
Inversión Total Anual	20.977.500	-	

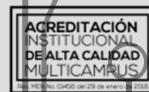
<i>Capital de Trabajo</i>		
Año	1	2
Pasivos corrientes -	-	
Activos corrientes +	13.009.999	
Inyección Capital de Trabajo	13.009.999	
<i>Se inicia con un capital en caja de \$20.000.000 y se restan los activos fijos que se compran inicialmente</i>		

Activos Fijos	
Año	1
1 Computador escritorio basico	\$ 1.300.000
1 Portatil	\$ 1.800.000
2 escritorios	\$ 600.000
3 sillas de escritorio	\$ 800.000
1 archivador	\$ 180.000
1 estanteria	\$ 250.000
1 mesa	\$ 200.000
1 sofa	\$ 850.000
1 lampara de pie	\$ 250.000
1 tablero acrilico	\$ 120.000
1 aviso	\$ 250.000
3 sillas interlocutoras	\$ 390.000
Activo Fijo Total	6.990.001



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



FLUJO DE CAJA MEJOR ESCENARIO						
Año	0	1	2	3	4	5
Ingreso Operacional		\$ 337.007.639	\$ 419.739.457	\$ 524.464.452	\$ 641.944.489	\$ 744.816.093
Costo Variable Total		-\$ 154.962.236	-\$ 193.003.829	-\$ 241.158.284	-\$ 295.177.740	-\$ 342.479.973
Costo Fijo total		-\$ 105.891.588	-\$ 110.127.252	-\$ 114.532.342	-\$ 119.113.635	-\$ 123.878.181
Depreciación de Activos Fijos		-\$ 1.125.000	-\$ 1.125.000	-\$ 1.125.000	-\$ 1.125.000	-\$ 1.125.000
Amortización de Activos Intangibles		-\$ 195.500	-\$ 195.500	-\$ 195.500	-\$ 195.500	-\$ 195.500
Intereses de la Deuda						
Venta de Activos Fijos						
Valor Libro de Activos Fijos						
Pérdidas Acumuladas						
Utilidad Antes de Impuestos		\$ 74.833.315	\$ 115.287.877	\$ 167.453.326	\$ 226.332.614	\$ 277.137.440
Impuestos		\$ 14.218.330	\$ 21.904.697	\$ 31.816.132	\$ 43.003.197	\$ 52.656.114
Utilidad Después de Impuestos		\$ 60.614.986	\$ 93.383.180	\$ 135.637.194	\$ 183.329.417	\$ 224.481.326
Depreciación de Activos Fijos		\$ 1.125.000	\$ 1.125.000	\$ 1.125.000	\$ 1.125.000	\$ 1.125.000
Amortización de Activos Intangibles		\$ 195.500	\$ 195.500	\$ 195.500	\$ 195.500	\$ 195.500
Amortización de la Deuda						
Valor Libro de Activos Fijos						
Pérdidas Acumuladas						
Préstamo Bancario						
Inversión	-\$ 20.977.500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación del Capital de Trabajo		\$ 13.009.999	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Caja Neto	-\$ 20.977.500	\$ 74.945.485	\$ 94.703.680	\$ 136.957.694	\$ 184.649.917	\$ 225.801.826

El mejor escenario significa vender 144 unidades al valor promedio de producto, ilustración propia



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



FLUJO DE CAJA ESCENARIO REGULAR						
Año	0	1	2	3	4	5
Ingreso Operacional		\$ 210.225.495	\$ 259.790.198	\$ 333.882.362	\$ 397.320.011	\$ 481.849.844
Costo Variable Total		-\$ 99.651.238	-\$ 123.145.934	-\$ 158.267.154	-\$ 188.337.914	-\$ 228.406.805
Costo Fijo total		-\$ 105.891.588	-\$ 110.127.252	-\$ 114.532.342	-\$ 119.113.635	-\$ 123.878.181
Depreciación de Activos Fijos		-\$ 1.125.000	-\$ 1.125.000	-\$ 1.125.000	-\$ 1.125.000	-\$ 1.125.000
Amortización de Activos Intangibles		-\$ 195.500	-\$ 195.500	-\$ 195.500	-\$ 195.500	-\$ 195.500
Intereses de la Deuda						
Venta de Activos Fijos						
Valor Libro de Activos Fijos						
Pérdidas Acumuladas						
Utilidad Antes de Impuestos		\$ 3.362.168	\$ 25.196.512	\$ 59.762.366	\$ 88.547.962	\$ 128.244.358
Impuestos		\$ 638.812	\$ 4.787.337	\$ 11.354.850	\$ 16.824.113	\$ 24.366.428
Utilidad Después de Impuestos		\$ 2.723.356	\$ 20.409.175	\$ 48.407.517	\$ 71.723.849	\$ 103.877.930
Depreciación de Activos Fijos		\$ 1.125.000	\$ 1.125.000	\$ 1.125.000	\$ 1.125.000	\$ 1.125.000
Amortización de Activos Intangibles		\$ 195.500	\$ 195.500	\$ 195.500	\$ 195.500	\$ 195.500
Amortización de la Deuda						
Valor Libro de Activos Fijos						
Pérdidas Acumuladas						
Préstamo Bancario						
Inversión	-\$ 20.977.500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación del Capital de Trabajo		\$ 13.009.999	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Caja Neto	-\$ 20.977.500	\$ 17.053.855	\$ 21.729.675	\$ 49.728.017	\$ 73.044.349	\$ 105.198.430

El escenario regular significa vender el 62% de las ventas del mejor escenario. Ilustración propia.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



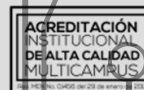
FLUJO DE CAJA PEOR ESCENARIO						
Año	0	1	2	3	4	5
Ingreso Operacional		\$ 135.838.012	\$ 173.193.465	\$ 222.588.242	\$ 278.124.008	\$ 350.436.250
Costo Variable Total		-\$ 66.801.587	-\$ 85.172.023	-\$ 109.463.084	-\$ 136.774.124	-\$ 172.335.396
Costo Fijo total		-\$ 105.891.588	-\$ 110.127.252	-\$ 114.532.342	-\$ 119.113.635	-\$ 123.878.181
Depreciación de Activos Fijos		-\$ 1.125.000	-\$ 1.125.000	-\$ 1.125.000	-\$ 1.125.000	-\$ 1.125.000
Amortización de Activos Intangibles		-\$ 195.500	-\$ 195.500	-\$ 195.500	-\$ 195.500	-\$ 195.500
Intereses de la Deuda						
Venta de Activos Fijos						
Valor Libro de Activos Fijos						
Pérdidas Acumuladas						
Utilidad Antes de Impuesto		-\$ 38.175.663	-\$ 23.426.310	-\$ 2.727.684	\$ 20.915.749	\$ 52.902.173
Impuestos		-\$ 7.253.376	-\$ 4.450.999	-\$ 518.260	\$ 3.973.992	\$ 10.051.413
Utilidad Después de Impuesto		-\$ 30.922.287	-\$ 18.975.311	-\$ 2.209.424	\$ 16.941.756	\$ 42.850.760
Depreciación de Activos Fijos		\$ 1.125.000	\$ 1.125.000	\$ 1.125.000	\$ 1.125.000	\$ 1.125.000
Amortización de Activos Intangibles		\$ 195.500	\$ 195.500	\$ 195.500	\$ 195.500	\$ 195.500
Amortización de la Deuda						
Valor Libro de Activos Fijos						
Pérdidas Acumuladas						
Préstamo Bancario						
Inversión	-\$ 20.977.500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación del Capital de Trabajo		\$ 13.009.999	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de Caja Neto	-\$ 20.977.500	-\$ 16.591.788	-\$ 17.654.811	-\$ 888.924	\$ 18.262.256	\$ 44.171.260

En el caso del peor escenario se refiere a vender únicamente el 40% de los productos ofrecidos. Ilustración realizada por los autores de este documento.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA MEJOR ESCENARIO

Tasa Esperada Inversión	100%			
Tasa de Impuesto	19%			
VAN	\$ 75.887.801			
TIR	387%		\$ 20.977.500	3,36
Payback	3,36	meses	\$ 6.245.457	
Pago mensual al inversionista x 5 años	\$ 1.762.594			
Ganancia al 5 año	\$105.755.615			
El proyecto inicia con una inversion inicial de \$20'977.500 y una tasa esperada de inverion del 30%		\$ 84.778.115 Ganancia Neta de Inversión		



Tasa de Descuento	50%			
Tasa de Impuesto	19%			
VAN	\$ 43.065.402			
TIR	125%	1+	\$ 3.923.645	1,18
Payback	1,18	Años	\$ 21.729.675	
Pago mensual al inversionista x \$	956.673			
Ganancia al 5 año	\$57.400.408			
El proyecto inicia con una inversion inicial de \$20'977.500 y una tasa esperada de inverion del 30%		\$ 36.422.908	Ganancia Neta de Inversión	

Tasa de Descuento	20%
Tasa de Impuesto	19%
VAN	-\$ 21.020.231
TIR	3%



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



CONCLUSIONES

- Según el análisis del proyecto el punto primordial son las estrategias de marketing digital, en la publicidad para generar leads de venta y lograr la conversión propuesta. Inicialmente se había planeado tener un coordinador y especialista en marketing digital, pero evaluando costos de nómina contratando mas personas para realizar todos los procesos de redes sociales, eCommerce, canales de venta digitales, publicidad, creación de contenido, etc. Se llegó a la conclusión de tercerizar esa área con una agencia especializada en marketing digital con todas las herramientas necesarias, experiencia y con resultados demostrables en cada uno de los procesos.



- Cumpliendo el mejor escenario de flujo de caja, según los cálculos financieros de la figura 29, es rentable mostrando ingresos desde el primer año de \$74'945.485 y asegurando la retribución de la inversión inicial en los primeros meses o en el peor de los casos antes de que termine el primer año.
- La inversión inicial necesaria se realizará por \$20.977.500 los cuales se destinarán para activos fijos y activos intangibles para iniciar operaciones, se tendrá un capital de trabajo de \$13'009.999. Como utilizaremos una modalidad de venta llamada dropshipping, donde no se tienen inventarios y únicamente se realizan pedidos a los proveedores de ventas confirmadas, no se dispondrá de capital para adquirir productos en stock, teniendo un bajo valor inicial de inversión para iniciar operaciones.
- El inversionista tendría tan buen rendimiento que podría tener una tasa esperada del 100% con pago mensual de \$1'762.594 durante 5 años, obteniendo \$105'755.615 en total, generando una ganancia neta de \$112,695.310.



BIBLIOGRAFIA

<https://www.ikea.com/es/es/>

<https://www.mercadolibre.com.co/>

https://www.amazon.com/-/es/ref=nav_logo

<https://www.istockphoto.com/es/foto/concepto-de-proyecto-de-dise%C3%B1o-de-interiores-dibujo-arquitectura-personalizada-sketch-gm1026593010-275291595>