



Factibilidad Para la Creación de una empresa dedicada a la Fabricación y Comercialización de un Jugete Electrónico Didáctico en la Ciudad de Bogotá



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Universidad Santo Tomás
Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial
Bogotá, 2021



**Factibilidad Para la Creación de una empresa dedicada a la
Fabricación y Comercialización de un Jugete Electrónico Didáctico
en la Ciudad de Bogotá**



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Presentado por
Elsa Mary Medina Medina

Docente Evaluador:
Mg. MIGUEL ANGEL CORTÉS PARRA
Economista-Especialista en Evaluación y Desarrollo de Proyectos

Universidad Santo Tomás
Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial
Bogotá, 2021



DEDICATORIA

Al grupo de docentes de la especialización quienes con su dedicación transfieren sus conocimientos con sus alumnos; a mi familia quienes son el motor de mi vida y las personas que están siempre impulsándome a seguir luchando por el cumplimiento de mis metas y me incentivaron estudiar para ser mejor como persona teniendo como recompensa una etapa más de superación y profesionalismo.



AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios por ser quien nos brinda la vida, nos da la posibilidad de despertar cada mañana y de lograr nuestros objetivos propuestos.

A la Universidad Santo Tomás por ser fuente de inspiración y con sus exigencias logra que su prestigio y calidad de formación se mantenga.

A los docentes quienes con sus aportes y sus enseñanzas comparten sus conocimientos y logran incentivar en el alumno la capacidad de demostrar su profesionalismo en los proyectos que emprende.

A mi familia que son el motor de mi vida y me brindan el apoyo incondicional para lograr todos mis propósitos, especialmente a mi madre y mis hijas Jennifer y María Fernanda.

Finalmente, a mis compañeros de la Especialización quienes con su profesionalismo compartieron junto a mis sus conocimientos y aportaron su grano de arena para llevar a feliz término nuestro proceso de formación.



Tabla de contenido

RESUMEN	9
SUMMARY	10
1. 12	
1.1. Planteamiento Del Problema	12
1.1.1.	13
1.2.	13
1.3.	14
1.4.	14
1.5.	14
1.6.	15
1.6.1.	15
1.6.2.	16
1.7.	16
1.7.1.	16
1.7.2.	16
2. 17	
2.1. Análisis del Macroentorno	16
2.2. Análisis del Microentorno	19
3. 22	
3.1. Investigación Desarrollo e Innovación	21
3.2. Análisis del Sector Económico	23
3.3. Análisis del Mercado	23
3.3.1. Descripción y Análisis del Producto:	24
3.3.2. Análisis de la Demanda - Consumidor o Cliente	26
3.3.3. Segmentación Objetivo del Proyecto	29
3.4. Análisis de la Oferta y la Competencia	30
3.4.1. Análisis de Precios:	30



3.5. Proyección de Ventas	32
4. 33	
4.1. Ficha Técnica	33
4.2. Análisis del Proceso de Producción	34
4.3. Plan de Producción	35
4.4. Plan de Compras	36
4.5. Análisis de Costos	38
4.6. Análisis de Infraestructura	38
5. 40	
5.1. 40	
5.2. 40	
5.3. 42	
5.4. 43	
5.5. 49	
5.6. 50	
6. 53	
6.1. 53	
6.2. 53	
6.3. 56	
7. 57	
7.1. 57	
7.2. 57	
7.3. 62	
8. 66	
BIBLIOGRAFÍA	66



ANEXOS



LISTADO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 - Representa las estadísticas del DANE de la población infantil en Colombia a junio de 2018 tomada de la página https://www.dane.gov.co/files/dane-para-ninos/sabias-que.html	13
Ilustración 2 - Representa las fuerzas del macroentorno, aunque modificada fue, tomada de la página: https://emprenderconalvaro.wordpress.com/	16
Ilustración 3 – Representa las fuerzas del macroentorno, aunque modificada fue, tomada de la página: https://emprenderconalvaro.wordpress.com/	18
Ilustración 4 Representa Prototipo proyecto - autor	23
Ilustración 5– Representa que el 68% de la población encuestada tienen hijos, tomada de la muestra realizada en la encuesta.	26
<i>Ilustración 6 Representa que el 34% de la población encuestada tienen 1 hijo, el 20% tienen 2 hijos, el 16% tienen 3 hijos y el 20% de la población prefieren no tener hijos.</i>	27
Ilustración 7 - Representa que el 64% de la población encuestada buscan en los juegos o distractores de sus hijos que tengan diversión y aprendizaje.	27
Ilustración 8 - – Representa que el 88% de la población encuestada buscan desarrollar la capacidad cognitiva de sus hijos.	28
Ilustración 9 - – Representa que el 68% de la población encuestada prefieren los juegos didácticos para sus hijos.	28
Ilustración 10 - Proyecciones de material prima	30
Ilustración 11 - Proyecciones de precio con costo de mano de obra directa	30
Ilustración 12 - Proyección precio definitivo del producto	30
Ilustración 13 - Proyección ventas	32
Ilustración 14 - Proyección ventas en pesos	32
Ilustración 15 - Ficha Técnica del Producto – Diseño del Autor	33
Ilustración 16 – Diagrama de Procesos – Diseño del Autor	34
Ilustración 17 - Plan de Producción – Diseño del Autor	35
Ilustración 18 - Insumos para la fabricación del producto – Diseño del Autor	36
Ilustración 19 - Costos de Producción proyectado a 5 años – Diseño del Autor	¡Error!



Marcador no definido.

Ilustración 20 - Costos de Costos Operacionales proyectado a 5 años – Diseño del Autor	37
Ilustración 21 – distribución de Instalaciones	38
Ilustración 22 – Estructura Organizacional	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 23 – Costos Administrativos	40
Ilustración 24 - Costos Administrativos proyectado a 5 años – Diseño del Autor	41
Ilustración 25 - Tabla aportes socio – Diseño del Autor	43
Ilustración 26 – Proyecciones elaboración del autor, a partir del modelo financiero – 1 de FONADE (Fondo Emprender, s.f.)	57
Ilustración 27 – Proyecciones elaboración del autor, a partir del modelo financiero – 2 de FONADE (Fondo Emprender, s.f.)	58
Ilustración 28 – Proyecciones elaboración del autor, a partir del modelo financiero – 3 de FONADE (Fondo Emprender, s.f.)	59
Ilustración 29 – análisis Punto de Equilibrio	60
Ilustración 30 – Balance General	61
Ilustración 31 – Estado de Resultados	62
Ilustración 32 – Flujo de Caja	63



RESUMEN

El presente trabajo es parte del resultado final de un proyecto de grado de la especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial, el cual tiene como tema elegido “El juego musical como factor diferencial potenciador de la atención y la memoria para mejorar el proceso de aprendizaje en los niños.

El interés por la realización de este proyecto es generar elementos de diversión para los niños que les permita tener diferentes actividades de distracción y diversión diferentes a los sistemas de información, factor que me ha motivado y decidido a realizar dicho trabajo de investigación.

Teniendo en cuenta que en el juego interviene y toma forma el desarrollo de capacidades, ideas y actitudes, nos hemos planteado el juego como factor básico en los procesos cognoscitivos de los niños ya que los motiva a la exploración y experimentación (Bruner, J. 1989).



SUMMARY

This work is part of the final result of a degree project of the specialization in Management for Business Development, which has as its chosen theme "The musical game as a differential factor that enhances attention and memory to improve the learning process in the children.

The interest in carrying out this project is to generate elements of fun for the children that allow them to have different diversion and fun activities different from information systems, a factor that has motivated me and decided to carry out this research work.

Considering that the development of capacities, ideas and attitudes intervenes and takes shape in play, we have considered play as a basic factor in children's cognitive processes since it motivates them to explore and experiment (Bruner, J. 1989).

PALABRAS CLAVES

Innovación, Calidad, servicio, estrategia, tecnología.

KEYWORDS

Innovation, quality, service, strategy, technology



1. INTRODUCCIÓN

El juego es algo general en todas las civilizaciones; todas juegan y han jugado, muchos de estos juegos guardan ciertas similitudes entre sí, aun perteneciendo a culturas muy alejadas tanto en tiempo como en espacio. Por tanto, se puede deducir, que el juego es una actividad inherente al ser humano. Todos nosotros hemos aprendido a relacionarnos con nuestro ámbito familiar, social y cultural a través del juego. Se trata de un concepto muy rico, amplio, versátil y ambivalente que implica una difícil categorización.

El significado de la palabra juego no es el mismo en todas las lenguas, mientras en unas el juego denomina actividades lúdicas en general, en otras utilizan términos específicos para cada actividad o juego, dependiendo de las necesidades comunicativas de cada idioma. En el nuestro, la palabra juego tiene un sentido amplio, por lo cual tenemos que utilizar la categoría superior del término, recurriendo a otros vocablos complementarios cuando queremos determinar alguna actividad lúdica concreta, como, por ejemplo, juego infantil, juego recreativo, juego deportivo, etc.

Nos podríamos hacer las siguientes preguntas: ¿Por qué es tan necesario el juego para el niño y la niña? ¿Nos hemos parado a pensar alguna vez, que siente un niño/a cuando juega, por qué quiere jugar todo el tiempo? La respuesta la encontramos en que el juego para el niño es una extraordinaria fuente de estímulo, experimentación, disfrute y diversión; mediante el juego desarrolla su capacidad intelectual, investiga, descubre y discrimina; vivencia, elabora y supera sus conflictos emocionales e incorpora y asume la cultura del grupo al que pertenece. De ahí la necesidad de hacer del juego el centro de la actividad de muchas personas ya que este permite satisfacer necesidades sin límites.

El Proyecto de Factibilidad Para la Creación de una empresa dedicada a la Fabricación y Comercialización de un Juguete Electrónico Didáctico en la Ciudad de Bogotá tiene como propósito ofrecer al mercado la facilidad de adquirir juguetes



didácticos electrónicos a precios cómodos y con una gran variedad de diseños, que ayudarán al desarrollo del intelecto de los niños, fortalecer y mejorar el desarrollo infantil integral y de educación inicial en la Ciudad de Bogotá.

Con la presente investigación se busca medir la factibilidad que tendrá la implementación de una empresa fabricante y comercializadora de juguetes didácticos electrónicos, en la ciudad de Bogotá.

1.1. Planteamiento Del Problema

1.1.1. Antecedentes

ENCUENTRAME SAS es una empresa nueva constituida por una única socia con el principal objetivo de responder a las necesidades de las familias, núcleo de la sociedad, a través de la fabricación y comercialización de juguetes pensados en pro de la comunidad para ayudar a desarrollar las diferentes capacidades y habilidades de los niños en un rango de edad de 5 a 12 años, mediante una línea de productos adaptados para satisfacer y responder las necesidades de los consumidores que generalmente son padres de familia.

Se encuentra ubicada en Bogotá específicamente en el barrio Modelia, en donde se ofrece calidad, economía y utilidad en los productos y buena atención y trato por parte del personal teniendo un clima organizacional adecuado, llegando a ser una empresa competitiva.

1.2. Descripción

Cuando hablamos de juegos nos imaginamos diversión, pero lo que no sabemos es que este puede complementarse con otras áreas pensando en el bienestar y crecimiento de los niños, siendo ellos los más cercanos y perceptibles a estos, por esta



razón debe ampliarse en el sector industrial las empresas que innoven y diseñen nuevas estrategias para este mercado que tanto piden muchos padres y que no ha alcanzado su auge.

Para esto se tiene que atender diferentes áreas como las siguientes:

- Implementar un proceso adecuado y organizado para la fabricación de la línea de productos
- Realizar una estructura organizacional que concuerde con las necesidades de la empresa
- Tener un clima organizacional que llame la atención de los clientes
- Desarrollar estrategias que impulsen el mercado para su crecimiento

1.3. Formulación Del Problema

¿Cómo incentivar mediante los juegos electrónicos la diversión y el entretenimiento en los niños de 5 a 12 años, en la ciudad de Bogotá?

1.4. Delimitación

ENCUENTRAME tiene productos diseñados para niños de cinco a doce años, inicialmente se encuentra en la ciudad de Bogotá con miras a la expansión y crecimiento comercial.

1.5. Justificación

La creación de esta empresa se realiza con el fin de obtener la aceptación de un producto innovador y creativo en el mercado, pensando en los niños de cinco a doce años ya que es la edad donde más se desarrolla el pensamiento y capacidades del menor, siendo una opción de diversión y a la vez un método eficaz para el aprendizaje.

También tenemos en cuenta las necesidades de los padres y el bienestar de la familia por lo cual diseñamos una línea de productos de fácil alcance mediante la cual los consumidores se sientan cómodos y seguros al adquirirlo y así poder llevar nuestros objetivos como empresa a un marco real.

Esta idea también se tuvo en cuenta tomando como referencia las cifras registradas por el Departamento Nacional de Estadística DANE (Figura 1) donde se determina que el 31,02% del total de la población colombiana son niños y adolescentes. (DANE, 2018).

El **31,02%** de la población (15.454.633) son
Niños, Niñas y Adolescentes



Ilustración 1 - Representa las estadísticas del DANE de la población infantil en Colombia a junio de 2018 tomada de la página <https://www.dane.gov.co/files/dane-para-ninos/sabias-que.html>

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

- Fabricar y distribuir un juguete electrónico en las principales jugueterías de Bogotá, con el fin de ser una alternativa de compra en el mercado de productos didácticos para niños.



1.6.2. Objetivos Específicos

- Innovar y estar a la vanguardia en el mercado para así poder mantenerse en la competencia y lograr reconocimiento.
- Buscar siempre la mejora continua para mantener los estándares de calidad del producto.
- Crear estrategias de mercado para lograr un crecimiento económico y geográfico.
- Obtener la aceptación por parte de los consumidores en todos los aspectos del producto.
- En cinco años lograr reconocimiento en el mercado de juguetes tecnológicos divertidos para niños y la familia

1.7. Alcance Y Restricciones

1.7.1. Alcance

El proyecto en desarrollo tiene como alcance llegar a las familias de Bogotá ofreciendo un producto de excelente calidad y en un proceso de mejora continua, donde se benefician todas las familias que lo adquieran.

La empresa quiere ampliar su campo como uno de sus objetivos y su visión para poder cubrir la mayoría de las zonas del país y tener un reconocimiento Nacional.

1.7.2. Restricciones:

Realizar una investigación requiere de mucho esfuerzo por parte de los investigadores, teniendo en cuenta que no existe casi información acerca de la juguetería en Colombia, ya sea porque no se ha considerado como un sector importante para la economía de nuestro país. todo proyecto está sujeto a limitaciones y obstáculos que se dan en diferentes aspectos, entre los cuales están:



- **El tiempo:** es uno de los factores más importantes en la realización de un proyecto. El presente proyecto se desarrolló en un lapso de seis meses, donde con ayuda de un tutor y siguiendo un cronograma se verificaban los procesos para alcanzar los objetivos
 - **El coste:** de desarrollar un proyecto depende de múltiples variables incluyendo costes de mano de obra, costes de materiales, administración de riesgo, infraestructura, equipo y utilidades, los cuales se cubrieran con recursos propios.
 - **Administrativa:** En este tipo de restricción se tiene en cuenta unos de los más importantes aspectos por cubrir como lo es la calidad, la satisfacción del cliente y los riesgos que incluye la creación de la empresa, respectivamente se hace un proceso de mejora continua para la calidad y con este la satisfacción del cliente al adquirir un producto económico, útil y de gran calidad.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO / SECTOR

Es necesario analizar el entorno para saber y proponer soluciones a los distintos obstáculos a los que nos enfrentamos en el proceso de creación de la empresa.

2.1. Análisis del Macroentorno

El **macroentorno** también denominado entorno genérico, incluye a las fuerzas externas a la empresa y no controlables por ésta, ya que existen con independencia de sus operaciones de venta. Estos condicionantes se encuentran más alejados de la actuación empresarial que en el caso del microentorno.

El análisis del **macroentorno** en que la empresa desarrolla su actividad, descubriremos aquellos factores políticos, económicos, socioculturales, jurídicos,

tecnológicos y de medio ambiente que pueden variar las previsiones macroeconómicas realizadas por el estado o por otras instituciones económicas, bien sean del propio país o internacionales y condicionar, consecuentemente, la marcha de nuestra empresa. Hay una serie de elementos del entorno de análisis, pudiendo ampliarse a otros que sean de particular relevancia en el caso de cada uno de los negocios a ser analizados:

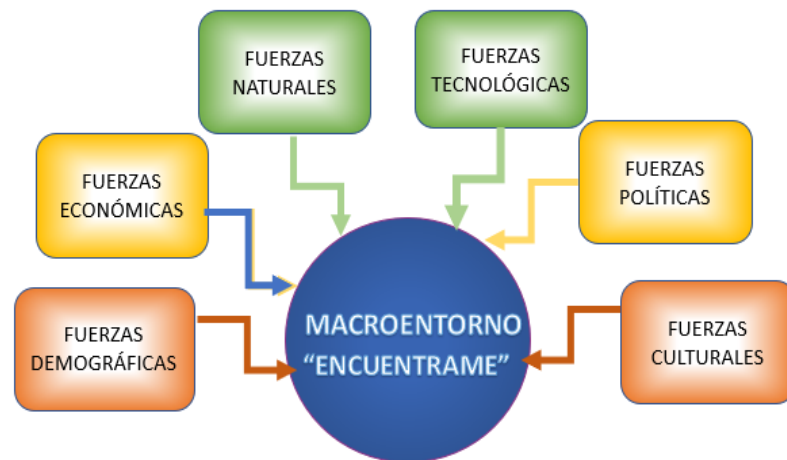


Ilustración 2 - Representa las fuerzas del macroentorno, aunque modificada fue, tomada de la página: <https://emprenderconalvaro.wordpress.com/>

Entorno **Demográfico**: Sirve para detectar las oportunidades que ofrece el entorno a partir de los cambios experimentados en las últimas décadas, que se resumen en la reducción notable de la tasa de natalidad, el incremento de la esperanza y la calidad de vida, la disminución del número de matrimonios, el incremento de hogares con un único miembro debido al aumento de separaciones y divorcios y el incremento de la población inmigrante en los países europeos. Desde esta perspectiva, el consumo de juguetes disminuye a medida que aumentan los planes privados de pensiones o los productos auditivos destinados a la tercera edad.

Entorno **Económico**: Son indicadores macroeconómicos que indican a la empresa el poder adquisitivo de los consumidores, estimado en función del nivel y la distribución de la renta, la inflación y los tipos de interés, los niveles de desempleo y la



etapa del ciclo económico en la que se encuentra un país. De este modo, al haber caído el nivel de renta como consecuencia de la crisis económica y existir más de cinco millones de desempleados, los consumidores serán reticentes a la hora de adquirir productos que no sean estrictamente necesarios y serán especialmente sensibles a las variaciones de precio de los productos.

Entorno **Sociocultural**: La incorporación de la mujer al mercado laboral implica que las tareas del hogar sean hoy compartidas por los dos miembros y que exista un incremento de los ingresos familiares, además de un menor tiempo libre, lo que facilita la adquisición de productos de alimentación de rápida preparación o nuevas necesidades en cuanto a los horarios comerciales de los establecimientos. Además, el cambio de los estilos de vida ha provocado patrones de consumo similares en diferentes segmentos de población.

Entorno **Medioambiental**: La concienciación del consumidor entorno a la sensibilización medioambiental ha provocado que soliciten a los fabricantes su implicación en este aspecto, incrementándose la demanda de productos no contaminantes.

Entorno **Tecnológico**: Las innovaciones tecnológicas suponen adquirir una ventaja competitiva, materializada en la aparición de nuevos productos y procesos, que convierten en obsoletos los existentes hasta ese momento. La aparición del comercio electrónico o la gestión automática de inventarios y sistemas de almacenamiento son algunas de las innovaciones que se han incorporado al comercio.

Entorno **Político y Legal**: Antes de lanzar un producto o un servicio al mercado, es necesario conocer toda la regulación normativa, ya sea en materia de etiquetado, de procesos de calidad, obligaciones de incorporar accesorios a los productos.

2.2. Análisis del Microentorno

El **microentorno**, también denominado entorno específico, incluye todos los factores externos y no controlables por la empresa más próximos a las operaciones de venta y, por tanto, influyen de un modo más directo en la actividad.

El **análisis del microentorno**: Nos permitirá conocer la situación y los cambios en la demanda, la oferta, y en la organización o la estructura de dicha empresa, así como los proveedores con los que vamos a trabajar, la estacionalidad y otros factores que influyan en el marco de ventas y de producción de la empresa. ¿Cuál es el tamaño del mercado en el que se enmarca nuestra actividad? ¿Crece o decrece en los últimos años? ¿Cuál es su perspectiva futura? ¿Cuántos competidores y de qué magnitud existen? ¿Qué nichos de mercado no han sido aún cubiertos suficientemente?



Ilustración 3 – Representa las fuerzas del macroentorno, aunque modificada fue, tomada de la página: <https://emprenderconalvaro.wordpress.com/>

Los elementos que componen el **microentorno** son:

El **mercado**: Para que exista un mercado es necesario un número suficiente de personas dispuestas a satisfacer sus necesidades adquiriendo el producto que le



ofrecemos. Existe un mercado actual, formado por los clientes que solicitan comprar el producto en un momento determinado, y un mercado potencial, formado por personas interesadas en el producto, pero que finalmente no lo llegan a comprar. El mercado potencial incluye a todos aquellos consumidores susceptibles de comprar nuestro producto, pero que aún no lo hacen.

El mercado tiene unos límites, ya sean físicos, en función de la zona que abarque, límites en función de las características de los consumidores (niños, ancianos, amas de casa...) o de las características del producto, que determinan su uso (los helados eran un producto para el verano y se amplió su consumo a todo el año). Además, podemos establecer dos tipologías de mercado:

- En función de que los compradores sean particulares, que adquieren sus productos para su consumo propio o allegados.
- U organizaciones o compañías, que adquieren los productos para incorporarlos al desarrollo de sus actividades empresariales.

Los **proveedores**: Resulta esencial obtener los recursos materiales y humanos necesarios en las condiciones más ventajosas para ejercer la actividad. Por ello es necesario gestionar adecuadamente las compras y aprovisionamientos, así como las relaciones con las organizaciones o compañías que prestan servicios relevantes para la empresa, como consultoras o agencias de publicidad.

Los **intermediarios**: Cuando la empresa se dirige a un número elevado de consumidores, repartidos, además, en varias zonas geográficas, es habitual una red de intermediarios que vendan los productos del fabricante, como mayoristas y minoristas.

La **competencia**: El entorno competitivo está formado por las empresas que tratan de satisfacer la misma necesidad de los consumidores a los que se dirige nuestra empresa. Es necesario, por tanto, identificar quiénes son los competidores, evaluar su situación competitiva, sus objetivos, estrategias y puntos fuertes y débiles.



3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1. Investigación Desarrollo e Innovación

La transformación de una idea de producto o servicio nuevo o mejorado es un proceso operativo en la industria del comercio y es una nueva metodología para la organización social. Hoy en día somos partícipes de nuevas creaciones de servicios innovadores que deslumbran nuestras expectativas y que poco a poco nos vuelven más exigentes.

En esta época donde los sistemas de información son los que marcan la diferencia y en la medida que no se controlen han permitido acabar con los espacios de recreación y diversión diferentes y hoy en día los chicos descargan en sus Tablet o celulares juegos en los que se mantienen más distraídos y no les permiten interactuar en grupo. Es por ello por lo que nace la idea de crear otro tipo de juguete o distractor que les permita a los chicos divertirse de manera diferente.

Diseño metodológico

El diseño metodológico del proyecto estará conformado por dos tipos de investigación, la documental que será útil al momento de tomar teorías o estudios ya realizados que sean fuentes de información sobre el proyecto y descriptivo porque se identificaran las características, propiedades y dimensiones del tema en estudio para hacer una descripción de la necesidad vigente.

Método:

El método que se utilizará será deductivo, inductivo, cualitativo y cuantitativo

Método deductivo: es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o



principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos)” (Significados, 2020).

Método inductivo: es una estrategia de razonamiento que se basa en la inducción, para ello, procede a partir de premisas particulares para generar conclusiones generales (Significados, 2020).

Método cualitativo: Se trata de métodos de base lingüístico-semiótica. Emplean técnicas distintas a la encuesta y al experimento, tales como entrevistas abiertas, grupos de discusión, o técnicas de observación participante (Significados, 2020).

Todo método cualitativo aspira a recoger los discursos completos sobre un tema específico, para luego proceder a su interpretación, enfocándose así en los aspectos culturales e ideológicos del resultado, en lugar de los numéricos o proporcionales.

Método cuantitativo: A diferencia del método cualitativo, centrado en la interpretación y los resultados descriptivos, el método cuantitativo asigna valores numéricos a los elementos del fenómeno estudiado, para así aplicar técnicas estadísticas o formales al resultado. De esta manera, obtiene conclusiones cuantificables, o sea, expresadas en términos matemáticos (Significados, 2020)

Se considera el tipo contrario de investigación de la cualitativa: la cuantitativa se centra en las cantidades, mientras que la cualitativa se centra en las cualidades, por así decirlo.

Estos métodos ayudarán a recolectar la información suficiente y necesaria para determinar la viabilidad de las estrategias de creación y funcionamiento del negocio, cada método aporta ayuda a recolectar esta información, y dando una visión general del mercado objetivo y las fronteras que deberíamos tener o las expansiones que se podrían llevar a cabo en el inicio o después de la creación del negocio.



Fuentes y técnicas de investigación:

Primarias: personas, hechos: fuentes primarias como son personas especialistas en temas de diversión, de actividades recreativas y tiempo libre, etc.

Secundarias: se apoyará la investigación en estadísticas, libros e información de diversión y actividades para niños y adolescentes artículos en internet, videos, y demás material que se encuentre para realizar la investigación.

3.2. Análisis del Sector Económico

Nuestra empresa está encuadrada dentro del sector industrial en la rama de entretenimiento, específicamente fabricación y comercialización de juguetes, ofertamos productos que la sociedad demanda, especialmente los padres, ya que por el ritmo de vida que se lleva buscan para sus hijos juguetes que les permitan desarrollarse cognitiva y cognoscitivamente.

La empresa iniciara su actividad principalmente en Bogotá por ser un buen lugar para la localización de nuestra empresa, debido a la diversidad de la población y los pocos centros que hay en la zona semejante en la ciudad.

3.3. Análisis del Mercado

3.3.1. Descripción y Análisis del Producto:

Se trata de una caja musical con teclas o impulsos pares que con su pareja son iguales, una vez se van encontrando las parejas estas quedan suspendidas hasta que se complete la totalidad del juego.



Ilustración 4 Representa Prototipo proyecto - autor

El producto está clasificado como un bien de consumo, es una línea de juegos que permiten en el menor tener otro medio de distracción diferente a los videojuegos y además contribuye con el aprendizaje del menor y la seguridad de los padres por cuanto no están concentrados en todas las cosas que hoy en día se encuentran en internet.

Se contará con tres diferentes tipos de juegos con las mismas similitudes de funcionamiento, pero su diferencia radica en la cantidad de impulsos que cada uno tiene.

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Las cuatro etapas del ciclo de vida son: Introducción, Crecimiento, Madurez y Declive. La idea de emprendimiento de Encuéntrame, se encuentra en etapa de introducción ya que es un producto nuevo y apenas se lanzará al mercado.

INTRODUCCIÓN: en la introducción del producto al mercado, se manejaron las siguientes estrategias:

En este periodo del ciclo de vida de nuestro negocio las ventas registraron un crecimiento lento mientras el producto se introduce y se da a conocer en el mercado y por lo tanto puede no haber utilidades debido al poco conocimiento del producto. Esta etapa es la que representa mayor riesgo y en donde se tendrá que invertir dinero y esfuerzos para lograr la aceptación por parte de los clientes potenciales,



asegurando calidad del producto

CRECIMIENTO: en esta etapa, se registrará una aceptación más rápida en el mercado y las utilidades aumentaron de la misma manera con calidad en los productos y el servicio que este brinda, también conservando el precio para mantener el crecimiento de ventas, obviamente incrementando la distribución.

Para el crecimiento y aceptación de los clientes se tendrán nuevas estrategias de marketing dirigidas a una población más amplia.

MADUREZ: Se produce cuando el producto ha alcanzado la cima en cuanto a cuota de mercado. Esta etapa, la tercera del ciclo de vida de un producto, suele tener una duración más amplia que el resto. Añadiendo características que hagan que el producto difiera de los competidores que se encuentran en el mercado. Reduciendo los precios dentro del margen posible, para contrarrestar la competencia. Revisando los canales de distribución y usando incentivos para animar a las tiendas a tener mercancía del producto original en lugar de preferir los nuevos productos.

DECLIVE: Las ventas comienzan a disminuir gradualmente debido a que el producto ha sido sustituido por otras opciones más atractivas para los consumidores. Mantener el producto en el mercado, pero añadiendo o quitando ciertas características, para ello es pertinente reducir los costos y producción y mantenerlo solo para un nicho de mercado.

3.3.2. Análisis de la Demanda - Consumidor o Cliente

Teniendo en cuenta que los niños permanecen la mayor parte del tiempo en los sistemas de información se establecieron diferentes estrategias para lograr los objetivos propuestos para el desarrollo del proyecto, tales como:

Proceso Metodológico: El marco metodológico utilizado fue primero identificar la necesidad o el problema a atacar. Una vez identificado el problema se generó un plan de trabajo el cual se realizaría por fases, dentro de cada una de las fases se



realizaron procesos de verificación y análisis de resultados con el fin de que esta información cumpliera con los requisitos de la fase siguiente.

Una vez concluidas todas las fases del proyecto se verificó que se hubiesen cumplido todos los objetivos y el alcance expuesto inicialmente.

En la realización del proyecto se tienen en cuenta variables cuantitativas y cualitativas:

- **Universo Poblacional:** Se tomó como universo persona de la ciudad de Bogotá en un rango de 24 a 50 años.
- **Muestra e Instrumento de Medición** La muestra es de 50 personas entre los 24 y 50 años y el instrumento de recolección será la encuesta que tendrá una estructura sencilla con preguntas cerradas y única respuesta.
- **Diseño de Variables** Las variables que se tuvieron en cuenta son:
 - Conocer los gustos y lo que buscan los padres de familia en un juguete para sus hijos.
 - Determinar qué insumos y que costos prefieren los padres al adquirir un producto.
 - Forma en la que se debe utilizar la tecnología en un proceso educativo en los niños.

La recolección de información se puede llevar a cabo mediante fuentes primarias o fuentes secundarias:

Fuentes Primarias: Contienen información nueva y original (Alcalá, 2010), resultado de un trabajo intelectual. Se realiza de forma directa, en este caso se tuvo en cuenta las siguientes:

- Observación.
- Encuesta

En el proceso de recolección de la información se tomó como marco de referencia un modelo de encuesta con preguntas cerradas y una sola respuesta, para de esta forma establecer la posible aceptación de nuestro producto en el mercado.

Fuentes Secundarias: Contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales. Entre los que se encuentran para la realización de este proyecto:

- Documentos.
- Libros

ANÁLISIS DE INFORMACIÓN: La encuesta se realizó tomando una muestra poblacional de 50 personas entre los 22 y 50 años, en donde se arrojaron los siguientes resultados.



Ilustración 5– Representa que el 68% de la población encuestada tienen hijos, tomada de la muestra realizada en la encuesta.



Ilustración 6 Representa que el 34% de la población encuestada tienen 1 hijo, el 20% tienen 2 hijos, el 16% tienen 3 hijos y el 20% de la población prefieren no tener hijos.

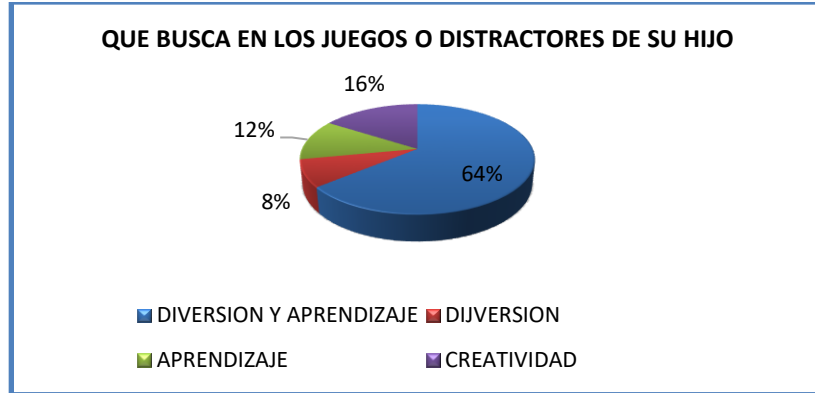


Ilustración 7 - Representa que el 64% de la población encuestada buscan en los juegos o distractores de sus hijos que tengan diversión y aprendizaje.



Ilustración 8 - Representa que el 88% de la población encuestada buscan desarrollar la capacidad cognitiva de sus hijos.



Ilustración 9 - Representa que el 68% de la población encuestada prefieren los juegos didácticos para sus hijos.



3.3.3. Segmentación Objetivo del Proyecto

- **Tamaño del Mercado:** el producto está dirigido al 25% de la población que actualmente registra el DANE en la ciudad de Bogotá, este porcentaje teniendo en cuenta que las cifras de censo están actualizadas a junio de 2018 y en ellas se registra que la población infantil en Bogotá correspondía al 31,02% la población de niños y adolescentes de cero a 16 años, pero tomo un referente del 25% tomado de mi criterio por cuanto considero que es mi población objetivo y quienes pueden acceder más fácilmente al mercado el 5% faltante obedece a la población de 0 a 5 años.
- **Participación en el mercado:** a partir de las estadísticas de la población infantil en Bogotá, y basados en la muestra para la encuesta, potencialmente a pesar de ser una idea de negocio que apenas comienza como tal a darse a conocer, si existen ya personas o padres de familia que se preocupan por los mecanismos de entretenimiento para sus hijos y al ofrecer este tipo de juguete la idea de negocio sea aceptada con gran demanda en los primeros meses después de la inauguración y así cumplir las metas establecidas para obtener los resultados esperados. Análisis de la oferta y la competencia

3.4. Análisis de la Oferta y la Competencia

3.4.1. Análisis de Precios:

La fijación de los precios está dada por el análisis a los clientes, la competencia y los costos, según el análisis hecho a los clientes los productos pueden ser adquiridos en cualquier temporada del año, no se afecta por cambios de clima, pero puede haber una proyección en épocas especiales, tales como el día del niño, el Halloween, épocas decembrinas, y en esta época de pandemia donde la mayor del parte del tiempo está dada en los hogares y los padres buscamos diferentes distractores para nuestros hijos.



El costo del producto estará dado por los precios actuales de la materia prima en el mercado, teniendo en cuenta que los productos a utilizar son productos muy económicos para la elaboración de un juego se invierten \$19.860.00, también se establecieron los gastos promedio de los servicios públicos tales como agua, luz y servicios de conectividad. Esto se verá más detallado en el análisis de costos y la ficha técnica del producto.

Para definir el precio se deben tener en cuenta la totalidad de materia prima requerida para el desarrollo del producto, tal como se encuentra en la tabla a continuación relacionada, donde se evidencia que el valor de un producto en materia prima se debe invertir \$16.298,00.

JUEGO PARA NIÑOS				% DE CRECIMIENTO X AÑO	1 624%	1 684%	1 717%	1 749%
MATERIAL PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	AÑOS				
				1	2	3	4	5
Caja para proyectos	unidad	200	\$ 1.900.00	\$ 1.900	\$ 1.991	\$ 1.963	\$ 1.997	\$ 2.032
Microcontroladores	unidad	200	\$ 1.200.00	\$ 1.200	\$ 1.219	\$ 1.240	\$ 1.261	\$ 1.283
Cristales	unidad	200	\$ 400.00	\$ 400	\$ 406	\$ 413	\$ 420	\$ 428
Baquetas	Juego *2	200	\$ 1.450.00	\$ 1.450	\$ 1.474	\$ 1.498	\$ 1.524	\$ 1.551
Adaptador o cargador	unidad	200	\$ 4.000.00	\$ 4.000	\$ 4.065	\$ 4.133	\$ 4.204	\$ 4.278
Mini regulador	unidad	200	\$ 1.820.00	\$ 1.820	\$ 1.850	\$ 1.881	\$ 1.913	\$ 1.946
Jack o entradas	unidad	200	\$ 480.00	\$ 480	\$ 488	\$ 496	\$ 505	\$ 513
Mini amplificador	unidad	200	\$ 1.730.00	\$ 1.730	\$ 1.758	\$ 1.788	\$ 1.818	\$ 1.850
Pulsadores	Paquete x12	200	\$ 2.640.00	\$ 2.640	\$ 2.683	\$ 2.728	\$ 2.775	\$ 2.823
Conectores	unidad	200	\$ 600.00	\$ 600	\$ 610	\$ 620	\$ 631	\$ 642
Subtotal			\$ 16.220.00	\$ 16.220	\$ 16.483	\$ 16.781	\$ 17.048	\$ 17.347
INSUMOS								
Soldadura	Kg	0.75	\$ 4	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3
Silicona líquida	gr	5	\$ 15	\$ 75	\$ 76	\$ 78	\$ 79	\$ 80
Subtotal				\$ 78	\$ 79	\$ 81	\$ 82	\$ 83
TOTAL				\$ 16.298	\$ 16.563	\$ 16.842	\$ 17.131	\$ 17.431

Ilustración 10 - Proyecciones de material prima

Posterior se toma en cuenta el valor promedio de mano de obra directo para cada producto y este valor se divide por el valor unitario de la materia prima, esto nos da el costo promedio de la mano de obra

Total cantidad producto 1	9,216	9,366	9,523	9,687	9,856
Costos promedio unitario Producto 1	\$ 16,298	\$ 16,563	\$ 16,842	\$ 17,131	\$ 17,431
Costo promedio mano de Obra unitario Producto 1	\$ 1,786	\$ 3,573	\$ 7,145	\$ 14,290	\$ 28,581
Total costos	\$ 18,084	\$ 20,135	\$ 23,987	\$ 31,421	\$ 46,011

Ilustración 11 - Proyecciones de precio con costo de mano de obra directa



Al total de los costos, se le incrementa la tasa de interés que se pretende adquirir y de esta forma establecemos el precio final del producto.

	% DE CRECIMIENTO X AÑO	1.624%	1.6848%	1.7172%	1.7496%
PRECIO DEL PRODUCTO	AÑO 1 PRECIO DE VENTA	AÑO 2 PRECIO DE VENTA	AÑO 3 PRECIO DE VENTA	AÑO 4 PRECIO DE VENTA	AÑO 5 PRECIO DE VENTA
JUEGO PARA NIÑOS - CONCENTRATE	\$ 28,031	\$ 28,486	\$ 28,966	\$ 29,463	\$ 29,979

Ilustración 12 - Proyección precio definitivo del producto

Clientes; El cliente a través de las redes sociales, la página web y las líneas telefónicas de contacto directo tiene a disposición el menú para pedir el plato de su predilección, además podrá pagar el pedido a contra entrega, disfruta de los platos sin moverse de su casa

- **Competencia:** Debido a las características de nuestra empresa, no hemos encontrado una empresa con las mismas características que la nuestra en Bogotá, pero si hay empresas con una temática algo similar en los alrededores.

A partir de aquí, se comentará cómo son las empresas de nuestra competencia:

Fisher-Price: es una compañía fabricante de juguetes especialmente para niños en edad preescolar (menores que 5 años). Lo cual cumple una parte de nuestro rango de edad. Esta empresa es una de nuestras mayores competencias debido a su experiencia y aceptación en el mercado.

Mattel: es la segunda mayor compañía de juguetes del mundo, ubicada en El Segundo, California en Estados Unidos, que fábrica muchos productos, como muñecas Barbie, juegos de mesa, y, a principios de los años 80, videoconsolas.



- **Costos**

El costo del producto estará dado por los precios actuales de la materia prima en el mercado, teniendo en cuenta que los productos a utilizar son económicos se pretende adquirir en suficientes cantidades.

3.5. Proyección de Ventas

	% DE CRECIMIENTO X AÑO	1.624%	1.6848%	1.7172%	1.7496%
PRODUCTOS	AÑO 1 Unidades	AÑO 2 Unidades	AÑO 3 Unidades	AÑO 4 Unidades	AÑO 5 Unidades
JUEGO PARA NIÑOS	9216	9366	9523	9687	9856
Venta unidades	9,216	9366	9523	9687	9856
Total	9,216				

Ilustración 13 - Proyección ventas

VENTAS TOTALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
JUEGO PARA NIÑOS	\$ 258,330,532	\$ 262,525,819	\$ 266,948,854	\$ 271,532,900	\$ 276,283,640
Total	\$ 258,330,532	\$ 262,525,819	\$ 266,948,854	\$ 271,532,900	\$ 276,283,640

Ilustración 14 - Proyección ventas en pesos

Análisis se contempla producir 9.216 juegos en el primer año de la puesta en marcha de la idea de negocio con una proyección a 4 años de 9856 productos iniciando con un precio de venta de \$28.031,00 y proyectando su precio a los cuatro años en \$29.979,00 contemplando el margen de inflación del 1,62 con el incremento del 2% de crecimiento proyectado en los próximos años y percibir estrategias adecuadas para el incremento económico y la toma de decisiones correctivas para la capitalización de los recursos económicos.

4. ESTUDIO TÉCNICO OPERACIONAL

4.1. Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
NOMBRE DE LA EMPRESA	ENCUENTRAME SAS

DIRECCIÓN	TRANSVERSAL 93 22D - 10
CIUDAD	BOGOTA D.C.
CONTACTO	ELSA MARY MEDINA
CODIGO CIUU	R -9093
E-mail:	elsamary18011@gmail.com
Sitio Web	N/A


NOMBRE OFICIAL DEL PRODUCTO	CONCENTRATE								
FOTOGRAFIA									
	<p>Juego musical compuesto por 12 teclas o impulsos cada una emite un sonido musical diferente y de este sonido se encuentra su sonido igual. Una vez encuentras la pareja estas dos teclas quedan suspendidas hasta terminar las 6 parejas. Cuando culminas emite un sonido de ganaste y con la tecla lateral puedes cambiar nuevamente los sonidos.</p> <table border="1"> <tr> <td>Materia Prima</td> <td>Acrílico</td> </tr> <tr> <td>Insumos</td> <td>Cargador, baquetas, cristales, conectores, pulsadores, etc.</td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td>Negro y serigrafía de Colores</td> </tr> <tr> <td>Peso</td> <td>250 gramos</td> </tr> </table>	Materia Prima	Acrílico	Insumos	Cargador, baquetas, cristales, conectores, pulsadores, etc.	Color	Negro y serigrafía de Colores	Peso	250 gramos
Materia Prima	Acrílico								
Insumos	Cargador, baquetas, cristales, conectores, pulsadores, etc.								
Color	Negro y serigrafía de Colores								
Peso	250 gramos								
CANTIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL	768 unidades en 24 días								
PRECIO DE PREFERENCIA	\$ 30.799.00								
OTRAS CARACTERÍSTICAS	Fácil de adquirir, muy liviano, es un juego para todos los gustos.								

Ilustración 15 - Ficha Técnica del Producto – Diseño del Autor

La ficha técnica describe algunas de las características tales como los datos básicos de la empresa y los datos más relevantes del producto, tales como: material, insumos, color, peso, cantidad y precio promedio del primer año.



4.2. Análisis del Proceso de Producción

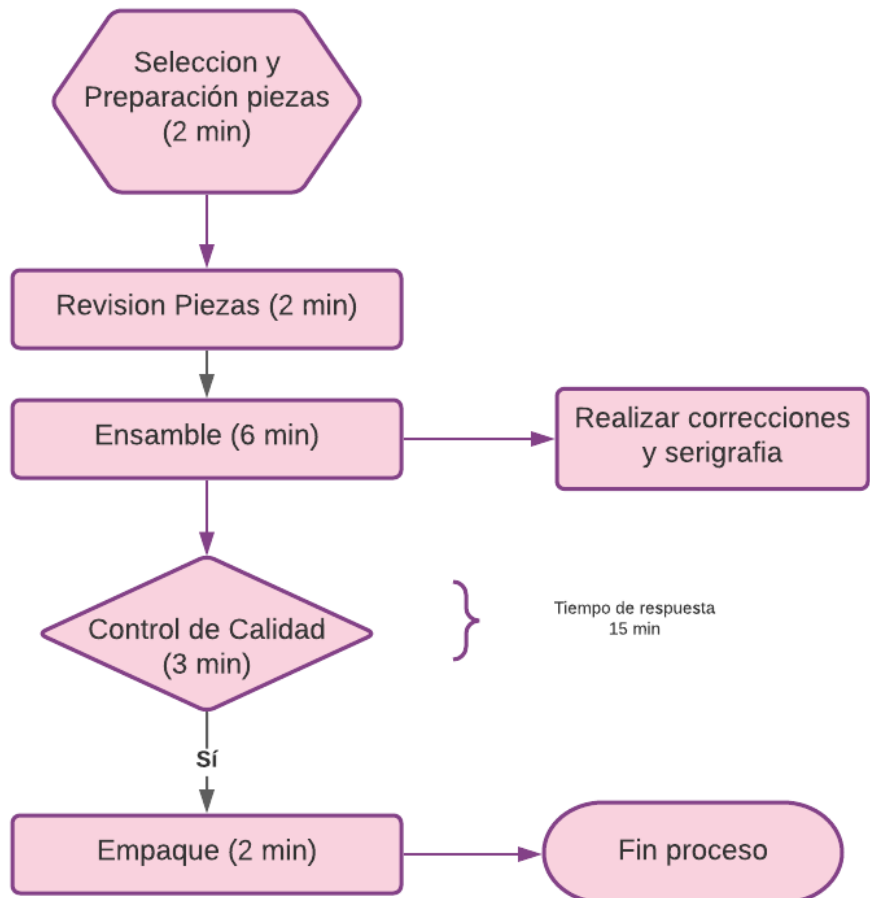


Ilustración 16 – Diagrama de Procesos – Diseño del Autor



4.3. Plan de Producción

El plan de producción se proyecta a un plazo de 5 años como base para el seguimiento al crecimiento continuo de una nueva idea de negocio y su variación anual está sujeta al incremento o disminución de la inflación, en Colombia correspondiente al 1,62 con un incremento del 2% en los siguientes años, sin embargo, por la actual crisis que atraviesa la economía, cabe resaltar que el plan de producción está hecho pensando en una idea innovadora, adaptable a la actual situación económica.

	% DE CRECIMIENTO X AÑO	1.624%	1.6848%	1.7172%	1.7496%
PRODUCTOS	AÑO 1 Unidades	AÑO 2 Unidades	AÑO 3 Unidades	AÑO 4 Unidades	AÑO 5 Unidades
JUEGO PARA NIÑOS	9216	9366	9523	9687	9856
Venta unidades	9,216	9366	9523	9687	9856
Total	9,216				

Ilustración 17 - Plan de Producción – Diseño del Autor

Teniendo en cuenta que el estudio de tiempos de fabricación nos arroja por cada unidad 15 minutos para la fabricación y empaque, del mismo se establece la siguiente producción, a saber

$$\text{hora} \times \text{día} \times \text{mes} \times \text{año} = \text{Total unidades al año}$$

$$4 \times 8 \times 24 \times 12 = 9.216 \text{ unidades al año}$$

4.4. Plan de Compras

Las materias primas necesarias para iniciar se deben comprar por cantidades necesarias para tener existencias, esto teniendo en cuenta que es un poco más

económico comprar por cantidades por austeridad y teniendo en cuenta que no son elementos perecederos.

Los elementos requeridos para la fabricación del producto son los relacionados a continuación:

INSUMOS

ELEMENTO	MUESTRA	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR
CAJA PARA PROYECTOS		1	\$ 1,900.00	\$ 1,900.00
MICROCONTROLADORES		1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
CRISTALES		1	\$ 400.00	\$ 400.00
BAQUETAS		1	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00
ADAPTADOR		1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00
MINI REGULADOR		1	\$ 1,820.00	\$ 1,820.00
JACK O ENTRADAS		1	\$ 480.00	\$ 480.00




MINI AMPLIFICADOR		1	\$ 1,730.00	\$ 1,730.00
PULSADORES		1	\$ 2,640.00	\$ 2,640.00
CONECTORES		1	\$ 600.00	\$ 600.00

Ilustración 18 - Insumos para la fabricación del producto – Diseño del Autor

4.5. Análisis de Costos

Para hallar los costos de producción que se requieren en un año tomamos en cuenta valores como; materiales directos, mano de obra directa, cantidad de productos a fabricar y este se proyecta año por año

PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION					
CON INVENTARIO =0. AL FINAL DEL PERIODO					
(Terminos Comientes)					
CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Costos Directos					
Materiales Directos	\$ 166,664,859	\$ 169,371,496	\$ 172,225,067	\$ 175,182,516	\$ 178,247,510
Mano de Obra Directa	\$ 32,924,962	\$ 33,459,684	\$ 35,467,265	\$ 37,595,301	\$ 39,851,019
Subtotal Costos Directos	\$ 199,589,841	\$ 202,831,180	\$ 207,692,332	\$ 212,777,817	\$ 218,098,529
Gastos generales de produccion					
Materiales Indirectos	\$ 9,294	\$ 9,445	\$ 10,389	\$ 11,428	\$ 12,571
Mano de Obra Indirecta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios y Otros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Subtotal Gastos Generales de Produccion	\$ 9,294	\$ 9,445	\$ 10,389	\$ 11,428	\$ 12,571
Total Costos de Produccion	\$ 199,599,135	\$ 202,840,625	\$ 207,702,722	\$ 212,789,246	\$ 218,111,100

PROGRAMA DE COSTOS OPERACIONALES (Terminos Corrientes)					
CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Costos de produccion	\$ 199,599,135	\$ 202,840,625	\$ 207,692,332	\$ 212,777,817	\$ 218,098,529
Gastos Administrativos	\$ 11,500,000	\$ 12,190,000	\$ 12,921,400	\$ 13,696,684	\$ 14,518,485
Gastos de Venta	\$ 2,000,000	\$ 2,120,000	\$ 2,247,200	\$ 2,382,032	\$ 2,524,954
Total Costos Operacionales	\$ 213,099,135	\$ 217,150,625	\$ 222,860,932	\$ 228,856,533	\$ 235,141,967

Ilustración 20 - Costos de Costos Operacionales proyectado a 5 años – Diseño del Autor

4.6. Análisis de Infraestructura

Para la ejecución del proyecto se utilizará un local comercial en el barrio Fontibón zona industrial mediante arriendo, en este estarán cada uno de los integrantes de la empresa y estará distribuido de la siguiente manera:

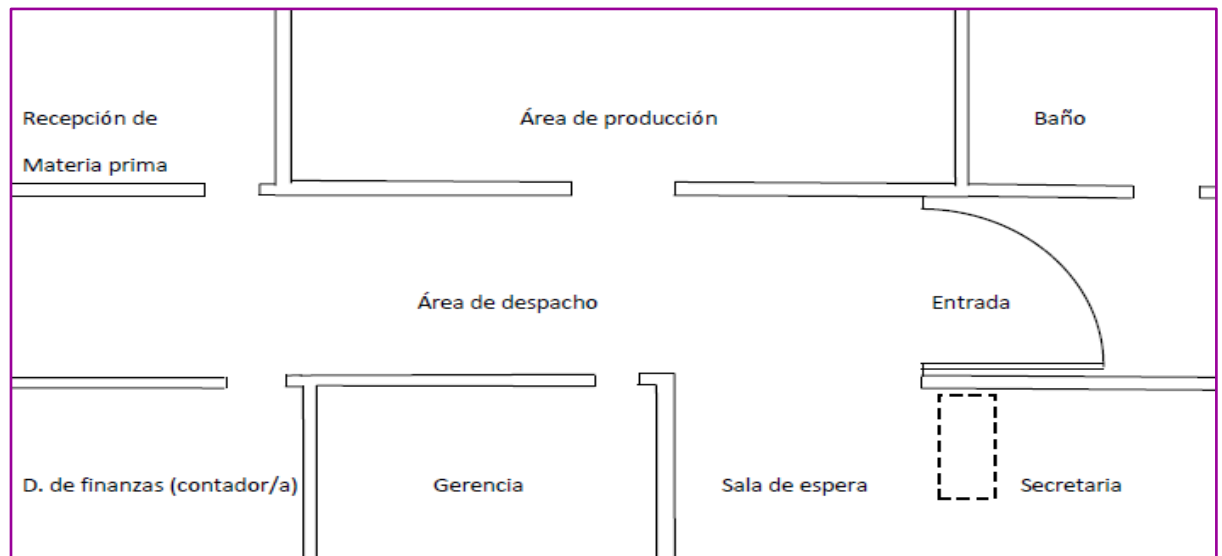


Ilustración 21 – distribución de Instalaciones



5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

5.1. Estructura Organizacional

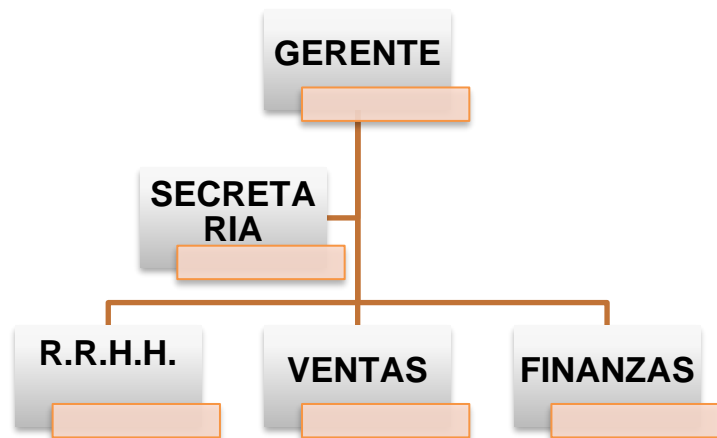


Ilustración SEQ Ilustración * ARABIC 22 – Estructura Organizacional

5.2. Análisis de Cargos:

Con el fin de contratar el personal adecuado para los cargos se analizará el proceso de contratación indicado que consiste en el desarrollo de tres subprocesos los cuales son:

- **Reclutamiento:** En este proceso es necesario reunir un grupo de



candidatos potenciales para los cargos disponibles, en esta fase se define cuales tienen las capacidades para los cargos requeridos.

- **Selección:** Una vez analizadas las hojas de vida que se obtienen en el reclutamiento estas se estudian y se seleccionan los posibles candidatos para el siguiente proceso.
- **Contratación;** En esta se definen las personas que prestaran sus servicios.

Dentro de los cargos más representativos en la empresa están:

- **INGENIERO ELECTRONICO** profesional encargado de desarrollar sistemas de ingeniería y paralelamente aplicar la tecnología existente, comprometido con el medio, lo que le permite ser promotor de cambio, con capacidad de innovación, al servicio de un conocimiento productivo, generando empleos y posibilitando el desarrollo social.
- **GERENTE:** Encargado de dirigir las actividades generales de la organización, enfocándose hacia el cumplimiento de los objetivos de la compañía. Planear el crecimiento y desarrollo de la compañía a corto, mediano y largo plazo, de acuerdo con las políticas preestablecidas por la junta directiva, así como el cumplimiento de los objetivos planteados en los sistemas de gestión implementados.
- **RECURSOS HUMANOS:** Área encargada de desarrollar las actividades relacionadas con los procesos integrales del manejo del recurso humano como son: Contratación, actividades de bienestar, desarrollo y capacitación, responsabilidad social y Seguridad Social de los Trabajadores, ciñéndose por la normatividad legal vigente de la legislación laboral.
- **FINANCIERA:** Lograr la estandarización de las funciones del departamento financiero con el fin de ser más eficientes y eficaces en la obtención de resultados y



la de brindar un mejor servicio al cliente interno y externo en cuanto a compras, contabilidad, pagos y contar con una herramienta que permitan la ejecución de una forma ordenada y sistemática de las actividades diarias y mensuales del área financiera.

- **VENTAS;** área encargada de Planear, dirigir y establecer actividades de control, capacitación, mantenimiento y asesoría, tendientes a garantizar a los clientes externos la satisfacción con el producto final.
- **SECRETARIA:** Persona encargada de mantener al día la agenda, documentación, informes, y contactos internos y externos de tipo administrativo encargados por la Alta Gerencia.

5.3. Costos Administrativos

CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL	PRESTACIONES SOCIALES Y PARAFI	AÑOS
			1
MANO DE OBRA DIRECTA			
Gerente de producción	\$ 908,526	\$ 463,348	\$ 16,462,491
Operario	\$ 908,526	\$ 463,348	\$ 16,462,491
Subtotal	\$ 1,817,052.0	\$ 926,697	\$ 32,924,982
ADMINISTRACION Y VENTAS			
Gerente y ventas	\$ 908,526	\$ -	\$ 10,902,312
ASESOR CONTABLE	\$ 200,000	\$ -	\$ 2,400,000
SUBTOTAL	\$ 1,108,526	\$ 1,390,045	\$ 2,400,000
TOTAL		\$ 2,316,741.30	\$ 35,324,982.24

Ilustración 23 – Costos Administrativos



SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	AÑOS				
				1	2	3	4	5
Energía Eléctrica	Kwh	558	\$ 538,0	\$ 300,000	\$ 304,872	\$ 310,008	\$ 315,352	\$ 320,849
Acueducto y Alcantarillado	Mts³	1,012	\$ 346,0	\$ 350,000	\$ 355,684	\$ 361,877	\$ 367,897	\$ 374,324
Teléfono con internet	Plan	1	\$ 150,000,0	\$ 150,000	\$ 152,436	\$ 155,004	\$ 157,686	\$ 160,424
			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
			\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arrendamiento Bodega oficina		12	\$ 600,000,0	\$ 7,200,000	\$ 7,316,928	\$ 7,440,204	\$ 7,567,967	\$ 7,700,376
papelaria	Año	1	\$ 700,000,0	\$ 700,000	\$ 711,368	\$ 723,353	\$ 735,775	\$ 748,648
Seguros	PRIMA	1	\$ 400,000,0	\$ 400,000	\$ 406,496	\$ 413,345	\$ 420,443	\$ 427,799
TOTAL				\$ 9,100,000	\$ 9,247,784	\$ 9,403,591	\$ 9,565,089	\$ 9,732,420
			Gastos administrativos	\$ 11,500,000	\$ 11,686,780	\$ 11,883,659	\$ 12,087,725	\$ 12,299,212

Ilustración 24 - Costos Administrativos proyectado a 5 años – Diseño del Autor

5.4. Tipos de Sociedades:

Para la constitución y formación de una empresa de juguetes en Bogotá, es necesario cumplir con una serie de requisitos básicos para lograr el buen funcionamiento de acuerdo con las normas existentes para este efecto en el país.

La empresa será constituida como una Sociedad por Acciones Simplificada inscrita en la Cámara de Comercio y tendrá como sede principal la localidad de Fontibón, esencialmente en Modelia de la ciudad de Bogotá.

CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

ARTÍCULO PRIMERO- CONSTITUYENTE: en la ciudad de Bogotá, República de Colombia, a los 28 días del mes de marzo del año 2021, **ELSA MARY MEDINA MEDINA** ciudadana colombiana, mayor de edad, con domicilio y residencia en la ciudad de Bogotá, identificada con cédula de ciudadanía No- 51995093 expedida en la ciudad de Bogotá, quien para todos los efectos se llamará **LA CONSTITUYENTE**, mediante el presente escrito manifiesto mi voluntad de constituir una **SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA**, que se regulará conforme a lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

ARTÍCULO SEGUNDO- TIPO O ESPECIE DE SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE:



la sociedad que se constituye por medio de éste documento es por acciones, del tipo **Sociedad por Acciones Simplificada (S. A. S)**, ésta se regulará por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos, por las normas que de manera especial regulan ésta especie de sociedades en el Código de Comercio y por las generales que en la anterior normativa rigen para las sociedades, teniendo en cuenta que tanto las especiales como las generales sean compatibles con una Sociedad por Acciones Simplificada.

ARTÍCULO TERCERO- DOMICILIO SOCIAL: la compañía tendrá como domicilio principal la ciudad de Bogotá. en la dirección Transversal 93 # 22D – 10, barrio Fontibón, pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

ARTÍCULO CUARTO- NOMBRE DE LA SOCIEDAD: la sociedad actuará bajo la denominación social **ENCUENTRAME S.A.S.**

ARTÍCULO QUINTO- TÉRMINO DE DURACIÓN: la sociedad tendrá un término de duración indefinido, pero podrá disolverse anticipadamente cuando su único socio así lo decida.

ARTÍCULO SEXTO- OBJETO SOCIAL: la sociedad tendrá por objeto social 1. Realizar cualquier actividad civil o comercial lícita en el país.

ARTÍCULO SEPTIMO- CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO: el capital autorizado de la sociedad es de \$10.000.000. Divididos en 100 acciones iguales, cada una por valor nominal de \$1.000.000, la accionista **CONSTITUYENTE** ha suscrito 100 acciones por un valor nominal total de \$100.000.000 de pesos, capital que se encuentra suscrito y pagado en su totalidad. La clase de acciones aquí descritas son de clase ordinaria.

PARÁGRAFO: El capital suscrito podrá aumentarse por cualquiera de los medios que autorice la ley, igualmente, podrá disminuirse con sujeción a los requisitos



señalados por la ley, en virtud de la correspondiente reforma estatutaria aprobada por el único socio e inscrita en el registro mercantil.

SOCIO.	CUOTAS	CAPITAL	%
Elsa Mary Medina M.	100	\$10.000.000,00	100%
TOTAL	100	\$ 10.000.000, 00	100%

Ilustración 25 - Tabla aportes socio – Diseño del Autor

ARTÍCULO OCTAVO- CARACTERÍSTICAS DE LAS ACCIONES: las acciones de la sociedad en que se halla dividido su capital son ordinarias.

ARTÍCULO NOVENO- TÍTULOS DE LAS ACCIONES: al accionista único se le expedirá un solo título representativo de sus acciones, a menos que prefiera tener varios por diferentes cantidades parciales del total que le pertenezca. El contenido y las características de los títulos se sujetarán a lo preceptuado en las normas legales correspondientes. Mientras el valor de las acciones no hubiera sido pagado totalmente, la sociedad solo podrá expedir certificados provisionales. Para hacer una nueva inscripción y expedir el título al adquirente, será menester la previa cancelación de los títulos del tridente.

ARTÍCULO DÉCIMO- LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES: la sociedad llevará un libro de registro de acciones, previamente registrado en la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad, en el cual se anotará el nombre del único accionista, la cantidad de acciones de su propiedad, el título o títulos con sus respectivos números y fechas de inscripción, la enajenaciones y traspasos, las prendas, usufructos, embargos y demandas judiciales, así como cualquier otro acto sujeto a inscripción según aparezca ordenado en la ley.



ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO- EMISIÓN DE ACCIONES: corresponde al accionista único decidir sobre la emisión de acciones de que disponga la sociedad y que se encuentren en la reserva.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO- REGLAMENTO DE EMISIÓN DE ACCIONES: corresponde a la **CONSTITUYENTE** expedir el reglamento aplicable a las suscripciones de las acciones reservadas, ordinarias y de capital emitidas por la sociedad.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO- GERENCIA: la representante legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estará a cargo del gerente, puesto que será ocupado por ELSA MARY MEDINA MEDINA, identificada con cédula de ciudadanía No- 51995093, expedida en Bogotá. Tendrá como suplente a **JENNIFER CAROLINA MEDINA**, identificado con cédula de ciudadanía No. 1010204774 expedida en Bogotá, el suplente del gerente lo reemplazará en sus ausencias temporales y absolutas y tendrá las mismas atribuciones que el Gerente cuando entre a reemplazarlo.

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO- FACULTADES DEL GERENTE: el gerente está facultado para ejecutar, a nombre de la sociedad, todos los actos y contratos relacionados directamente con el objeto de la sociedad. Serán funciones específicas del cargo, las siguientes: a) constituir, para propósitos concretos, los apoderados especiales que considere necesarios para representar judicial o extrajudicialmente a la sociedad. b) cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales. c) organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad. d) velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva. e) Certificar los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales. f) designar las personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos que de acuerdo con las circunstancias sean convenientes; además, fijará las remuneraciones correspondientes, dentro de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos. g) celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la compañía que sean necesarios para que ésta desarrolle completamente el objeto para el cual ha sido constituida. h) cumplir las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales y en estos



estatutos.

PARÀGRAFO: el gerente queda facultado para celebrar actos y contratos en desarrollo del objeto de la sociedad, con entidades públicas, privadas y mixtas.

ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO- RESERVAS: la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito y se formará con el 10% de las utilidades líquidas de cada ejercicio. El único socio podrá decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para la compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO-UTILIDADES: no habrá lugar a la distribución de utilidades sino con base en los estados financieros de fin de ejercicio, aprobados por el único socio, aprobación que se presume por el solo hecho de la certificación mientras ocupe el cargo de Gerente. Tampoco podrán distribuirse utilidades mientras no se hayan enjugado las pérdidas de ejercicios anteriores que afecten el capital, entendiéndose que las pérdidas afectan el capital cuando a consecuencia de estas se reduzca el patrimonio neto por debajo del monto del capital suscrito. Las utilidades de cada ejercicio social, establecidas conforme a los estados financieros aprobados con los que esté de acuerdo el único socio o socios, se distribuirán con arreglo a las disposiciones siguientes y a lo que prescriban las disposiciones legales. 1- el 10% de las utilidades líquidas después de impuestos se llevará a la reserva legal, hasta concurrencia del 50%, por lo menos, del capital suscrito. Una vez alcanzado este límite quedará a disposición del socio único o socios continuar con el incremento de la reserva, pero si disminuyera será obligatorio aportar el 10% de las utilidades líquidas hasta cuando dicha reserva llegue nuevamente al límite fijado. 2- efectuada la apropiación para la reserva legal se harán las apropiaciones para las demás reservas que, con los requisitos exigidos por ley, decida el socio único o socios. Estas reservas tendrán destinación específica y clara, serán obligatorias para el ejercicio en el cual se hagan y el cambio de destinación o su distribución posterior sólo podrán autorizarse por el socio único. 3- si hubiere pérdida de ejercicios anteriores, no enjugadas que afecten el capital, las utilidades se aplicarán a la cancelación de tales pérdidas antes de



cualquier apropiación para reservas legales, voluntarias u ocasionales. 4- las apropiaciones para la creación o incremento de reservas voluntarias u ocasionales deberán ser aprobadas por el socio único. 5- el remanente de las utilidades, después de efectuadas las apropiaciones para reserva legal y para reservas voluntarias u ocasionales, se destinará al pago de dividendos al único accionista.

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO- DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD: la sociedad se disolverá por decisión del socio único cuando se presente alguna de las causales previstas en la ley y compatible con la sociedad por acciones simplificada constituida por medio de este documento. La disolución, de acuerdo con la causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normatividad comercial para el efecto.

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO- LIQUIDADOR: el liquidador y el suplente serán designados por el socio único y esta designación, una vez ellos manifiesten la aceptación, se llevará a cabo su inscripción en el registro mercantil.

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO- PROCESO DE LIQUIDACIÓN: cuando se trate del denominado proceso de liquidación privada o voluntaria, se seguirán las normas contenidas en artículos 218 y siguientes del C. de Comercio, habida cuenta de su compatibilidad con la sociedad anónima unipersonal. **ARTÍCULO VIGÉSIMO- DECLARACIÓN DEL SOCIO CONSTITUYENTE:** **la CONSTITUYENTE ELSA MARY MEDINA MEDINA** de la sociedad **ENCUENTRAME S.A.S.**, identificada con cédula de ciudadanía No. 51995093, declara que la sociedad constituida por medio de este documento privado reúne los requisitos exigidos por ley.

CONSTITUYENTE:

ELSA MARY MEDINA MEDINA

C. C. No- 51995093 expedida en Bogotá, D.C.



5.5. Permisos, tramites y licencias

Para la constitución de la empresa se hace necesario el documento constituyente y los siguientes permisos e inscripciones.

Una vez definido el tipo de sociedad los pasos a seguir son:

- Preparar los documentos para la constitución de la empresa mediante documento privado de constitución según la norma 1014 de 2006 —Ley de Emprendimiento en la que se indique: razón social, duración de la sociedad, enunciación de actividades, entre otras.
- Inscripción en el RUT (Registro Único Tributario) administrado por la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales). En la opción nuevos comerciantes que no cuentan con el NIT se ingresa y se diligencia el formulario, se imprime y se firma por el representante legal de la empresa, igualmente se diligencia el formulario de matrícula de la Cámara de Comercio de Bogotá.
- Dirigirse a la Cámara de Comercio de Bogotá con los documentos y tener en cuenta que una vez se efectúe la matrícula mercantil de la persona jurídica en la misma, ésta remitirá la información pertinente a la DIAN para que asigne el NIT. Para quedar formalizado es indispensable obtener el certificado del RUT que expide la DIAN.
- Solicitar el Registro Mercantil en la Cámara de Comercio de Bogotá, para esto es indispensable presentar copia del documento privado de constitución de la empresa, cancelar los derechos de inscripción de acuerdo con el capital de la sociedad.
- Solicitud de autorización para la numeración de las facturas a la División de Gestión y Asistencia al Cliente de la DIAN.
- Registro de libros de Comercio: Libro de registro de socios, Libro de Actas de Junta Directiva y Libros de Contabilidad, esta solicitud se realiza con carta dirigida a la Cámara de Comercio de Bogotá y diligenciamiento del formulario respectivo. de



esta manera quedaría constituida legalmente la empresa.

Registro Mercantil: El registro mercantil es una constitución legal, a través de la cual, por virtud de la ley se da publicidad a ciertos actos que deben ser conocidos por la comunidad. Su objetivo es llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio y su correspondiente renovación, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos que exige la ley. El registro mercantil es público, cualquier persona puede revisar los libros y archivos en que fuere llevado y tomar anotaciones necesarias.

Solicitar el estudio del nombre seleccionado, para la nueva sociedad, con el fin de verificar si esta puede ser matriculada y se deben elaborar los estudios de la sociedad donde figuran como mínimo los siguientes datos:

Nombre o razón social: Encuéntrame, SAS

Objeto social: Fabricación y comercialización de juguetes en la ciudad de Bogotá.

El establecimiento deberá matricularse a más tardar dentro del mes siguiente de comenzar la operación. Deberá diligenciar el Registro Único Empresarial (RUE) que se puede conseguir en un Supercade o en las sedes de la Cámara de Comercio, o en esta página web del Ministerio del Trabajo habilitada para este trámite.

Rut: Como dueña de negocio debe estar inscrito en el RUT (Registro Único Tributario). Este documento valida su relación comercial, laboral o económica y le permite tener relaciones de tipo comercial. El RUT es el documento que informa la clasificación comercial y de tipo de contribuyente, así como las diferentes obligaciones tributarias de una persona o comercio. Este trámite se hace ante la DIAN.

5.6. Impuestos y Tasas:

La empresa deberá cumplir con las obligaciones tributarias como son los siguientes:



1. Son agentes de retención en la fuente a título de Renta, Iva, Ica, etc.:

Retención en la fuente: Antes de realizar un pago por prestación de servicios, honorarios, compras, arrendamientos, etc. se debe evaluar si el cliente es auto retenedor de renta (se valida en el Rut o factura), de lo contrario se debe aplicar o descontar un valor por concepto de retención en la fuente, los cuales se pagan el mes siguiente acumulando todos los conceptos.

- Tarifas de Retención en la Fuente:
- Arrendamiento de Inmuebles y compras: A personas declarantes de Impuesto de renta (normalmente son empresas) el 2.5% sobre el valor antes de Iva, a no declarantes el 3.5%. Para montos superiores a \$742.000.
- Honorarios a declarantes el 11% y a no declarantes el 10% no tiene monto mínimo.
- Servicios en General a declarantes 4%, para no declarantes el 6% monto mínimo \$110.000.
- Servicios de Hoteles, restaurantes y Hospedajes a declarantes el 2.5% y no declarantes (personas naturales) el 3.5% monto mínimo \$110.000.

Retención de Iva: La retención de IVA se declara junto con la Retención en la fuente en el mismo formulario. Al momento del pago se debe hacer un recibo de pago en bancos diferentes por este solo concepto. Es un impuesto que se calcula a las personas naturales que NO facturan el IVA, se toma el valor del servicio o compra y se le calcula el IVA del 16% (tarifa general) y a ese valor le aplicó el 15%, en la práctica es el 2.4% sobre el costo del bien o servicio. Ese monto se paga en la retención en la fuente y se toma como descontable en la declaración del IVA.

Impuesto al valor agregado (IVA): Cuando se realiza una factura se debe cobrar el IVA del 16% (tarifa general), al final del bimestre, se declara el IVA generado menos el valor del IVA descontable (IVA que cobran en las compras y/o servicios que adquirió durante el bimestre).



- Bimestral: Con ingresos brutos del año gravable anterior, iguales o superiores a 92.000 UVT
- Cuatrimestral: Con ingresos brutos del año gravable anterior, iguales o superiores a 15.000 UVT, pero inferiores a 92.000 UVT
- Anual: Con ingresos brutos del año gravable anterior inferiores a 15.000 UVT

Autorretención del CREE: Es una retención para acelerar el recaudo del impuesto del CREE (9% anual). Consiste en calcular un porcentaje sobre todos los ingresos que tenga la empresa en el cuatrimestre, la autorretención del CREE depende de la actividad de la compañía

Impuesto para la equidad CREE: Es un impuesto creado para sustituir los aportes parafiscales que ya no pagan las empresas sobre sus trabajadores cuando ganan menos de 10 salarios mínimos (\$6.160.000). Equivale al 9% de su renta líquida, se declara y se paga anual en abril de cada año, en la declaración se descuentan los pagos de la autorretención de CREE que se realizan en el año.

Impuesto de Renta: Es un impuesto anual, corresponde al 25% de la renta líquida, son ingresos menos costos y deducciones.

Información Exógena Dian: Es una obligación formal que tienen las empresas que declaran impuesto de renta, consiste en reportar todos los terceros con los que tuvieron operaciones el año anterior de acuerdo con los valores presentados en la renta. Los vencimientos para reportar la información del 2014 salen en resolución que emite el gobierno en octubre de 2014.

El impuesto de Industria y Comercio: Grava el desarrollo de actividades industriales, comerciales y de servicios dentro del distrito capital. Se toman los Ingresos y se multiplica por la tarifa de acuerdo con la actividad económica que desarrolla la empresa.

Retención de ICA: Tiene la misma periodicidad bimestral que el Impuesto anterior ICA



y los mismos vencimientos. Es el anticipo del impuesto de industria y comercio efectuado por el vendedor y descontado por el comprador en el momento de causar, pagar o abonar en cuenta, las facturas o cuentas de cobro. La empresa le aplica la retención de ICA a personas naturales por concepto de actividades comerciales y de servicios.

Información Exógena Distrital: Es una obligación formal que tienen las empresas con el Distrito Capital, consiste en reportar los terceros con los que tuvo operaciones el año anterior.

2. Son responsables del Iva en caso de realizar una actividad grada con este impuesto.
3. Son contribuyentes del impuesto a la renta del régimen ordinario.
4. Están obligados a expedir facturas.
5. Deben reportar información exógena.
6. Son responsables del impuesto de industria y comercio.
7. Deben pagar el impuesto predial.
8. Están obligados a llevar contabilidad.
9. Están obligados a tener revisor fiscal según el monto de sus ingresos o activos.

6. PENSAMIENTO ESTRATÉGICO

6.1. Estrategia de Mercado

Se tomará el modelo de las 4P's para desarrollar las estrategias de producto, precio, plaza y promoción, a continuación 3 estrategias por cada "P".

6.2. Estrategia Organizacional



Plataforma Estratégica

Misión La misión de ENCUENTRAME SAS es mejorar los hábitos de esparcimiento de los menores de edad de la ciudad de Bogotá, a través de un juego diferente con enfoque participativo, construyendo espacios de encuentros y diversión con niños de edades similares y satisfaciendo sus expectativas con la mejor calidad y un servicio integro donde se sienta acompañado en el cumplimiento de sus objetivos de diversión y esparcimiento.

VISIÓN: La visión de ENCUENTRAME SAS es consolidarse para el año 2025 como la empresa líder en juguetes didácticos con enfoque participativo y grupal en la ciudad de Bogotá, contando con nuestro primer punto físico y de tecnología para la fabricación y comercialización de nuestros juegos didácticos. logrando mantener nuestro estricto control de calidad junto al mejor equipo calificado y seguir aportando bienestar a los infantes de la ciudad de Bogotá.

Políticas

Abastecimiento: desarrollar procesos de abastecimiento de bienes y servicios que incorporen criterios de calidad y costo, proporcionando a los proveedores un trato transparente y equitativo, fundamentado en la eficiencia y competitividad.

Comunicación: asegurar una comunicación transparente, oportuna, clara y coherente en ISA y sus empresas que contribuya al logro de la estrategia, fortalezca el relacionamiento con los públicos clave y preserve la buena reputación de las empresas.

Control: establecer los principios para el funcionamiento eficaz y eficiente del sistema



de control que contribuya al logro de los objetivos organizacionales.

Gestión de activos: gestionar los activos con una visión integrada de su ciclo de vida, considerando la optimización del costo, el riesgo y su desempeño para lograr su máximo valor y contribuir a obtener los objetivos de manera sostenible.

Gestión humana: establecer los principios para atraer, desarrollar y retener el talento humano de ENCUENTRAME y sus empresas en un marco de relaciones de trabajo claras, respetuosas, equitativas y justas que generen un ambiente de confianza y el desarrollo integral en los aspectos humano, laboral y social.

Información y conocimiento: reconocer el valor estratégico de la información y el conocimiento en el desarrollo de los negocios, entendiéndose como activos determinantes que requieren ser conservados, protegidos y gestionados para lograr el mejoramiento empresarial, la construcción de sinergias y la continuidad de la operación ENCUÉNTROME.

Salud y seguridad en el trabajo: proteger y preservar la salud y seguridad de los trabajadores, proveedores, terceros, visitantes y partes interesadas de la empresa, por medio de ambientes de trabajo seguros y saludables, el autocuidado y la aplicación de buenas prácticas de prevención.

Servicio: establecer los principios de actuación para la prestación de servicios de calidad, con oportunidad y a precios competitivos, orientados a satisfacer los clientes y construir relaciones de largo plazo.

Objetivos Corporativos



Consolidación organizacional: optimizar la estructura organizacional de ENCUENTRAME para que sea ágil y flexible a los cambios y enfrentar de manera eficiente el medio y la competencia.

Crecimiento: desarrollar una estrategia de excelencia y calidad en el servicio al cliente e innovar de acuerdo con las exigencias del mercado y de nuestros clientes.

Cubrimiento: reforzar la estructura de expansión en los próximos 3 años, para llegar a más personas de la región

Rentabilidad: uno de los objetivos más importantes para ENCUENTRAME, será diseñar estrategias que permitan mejorar los niveles de rentabilidad y retorno de la inversión total.

Desarrollo del talento humano: mejorar el nivel profesional de los colaboradores de la organización será un objetivo permanente en la empresa, ya que sabemos que un personal altamente capacitado y muy especializado en su área, se convertirá en un diferencial

Desarrollo tecnológico: el desarrollo tecnológico será un aliado en nuestro proceso de transformación, con el fin de brindar un mejor servicio al cliente que será una de nuestras ventajas competitivas.

6.3. Análisis de Procesos Organizacionales

Se identifican las necesidades y se procede a analizar las especificaciones de compra, se estudia las necesidades de un buen proveedor, con lo cual se analizan varios de ellos para ver las ofertas que tiene y poder elegir el mejor para el modelo de negocio, los que cumple los requisitos básicos de las necesidades actuales, ya sean calidad tiempos de entrega y disponibilidad del producto pasan a otra evaluación más profunda, luego de la selección se analizan el comportamientos de



los productos adquiridos y se hacen auditorías para que cumplan con lo ofrecido y cumplan con la satisfacción de nuestros clientes, se hace una retroalimentación continua para una constante evaluación y seguir estudiando a nuestros posibles proveedores y mantener siempre estándares de calidad y precio estables.

7. ANÁLISIS FINANCIERO

7.1. Estudio Económico

Se procede a realizar un estudio económico para determinar la viabilidad de la generación de la idea de negocio, teniendo en cuenta diverso factor de incidencia como: la inversión; Para la ejecución de la presente idea de negocio, se contempla contraer una obligación con el fondo emprender por valor de \$ 204.632.350,00 que permita junto con el capital inicial de \$10.000.000 contemplar el músculo financiero necesario para la puesta en marcha de la actividad económica, por consiguiente, se resalta que la ciudad de Bogotá es un punto económico de distribución por contar con los medios de transporte suficientes hacia las demás ciudades del País, además existe gran variedad de materia prima a costos asequibles. Así mismo, la mano de obra calificada para este tipo de negocio es de fácil adquisición, puesto se cuenta, con el personal capacitado y con rutas de acceso factibles para la distribución del producto.

7.2. Proyecciones

El Fondo Financiero de Proyectos de Desarrollo (FONADE), desarrolló una herramienta a través de Microsoft Excel, para facilitar a los emprendedores la presentación de modelos financieros de planes de negocio ante entidades como Fondo Emprender, a través del cual se logra proyectar y visualizar los resultados económicos y financieros de un proyecto (Fondo Emprender, s.f.). A través de esta herramienta se logra construir el flujo de caja de un proyecto, el estado de resultados, el balance general y los indicadores financieros para la toma de decisiones



Teniendo en cuenta la información y los datos suministrados anteriormente, se realizó la proyección de dichas variables e indicadores para cinco años. Se aclara que las variables macroeconómicas correspondientes a la Inflación, la Devaluación, el IPP, el PIB y la DTF, fueron estimadas a través del modelo de Regresión Lineal Simple. Para ello, se toma como base el porcentaje de participación anual de estas variables y se realiza el pronóstico para los siguientes cinco períodos (2021-2025), los cuales son incluidos en el análisis financiero respectivo como año 1, año 2, año 3, año 4 y año 5.

	Un.	0	1	2	3	4	5
VARIABLES MACROECONÓMICAS							
Inflación	%		1.65%	1.68%	1.72%	1.75%	1.78%
Devaluación	%		2.16%	2.28%	2.30%	2.68%	3.00%
IPP	%		3.00%	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%
Crecimiento PIB	%		3.10%	3.10%	3.10%	3.10%	3.10%
DIF T.A.	%		4.50%	4.50%	4.50%	4.50%	4.50%
Ventas, Costos y Gastos							
Precio Por Producto							
Precio Producto 1	\$/ unid.		30,799	31,300	31,827	32,373	32,940
Precio Producto 2	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Precio Producto 3	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Precio Producto 4	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Precio Producto 5	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Unidades Vendidas por Producto							
Ventas Producto 1	unid.		9,216	9,366	9,523	9,687	9,856
Ventas Producto 2	unid.		0	0	0	0	0
Ventas Producto 3	unid.		0	0	0	0	0
Ventas Producto 4	unid.		0	0	0	0	0
Ventas Producto 5	unid.		0	0	0	0	0
Total Ventas							
Precio Promedio	\$		30,799.0	31,300.0	31,827.0	32,373.0	32,940.0
Ventas	unid.		9,216	9,366	9,523	9,687	9,856
Ventas	\$		283,843,584.0	293,155,800.0	303,088,521.0	313,597,251.0	324,656,640.0
Rebajas en Ventas							
Rebaja	% ventas		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Pronto pago	\$		0	0	0	0	0
Costos Unitarios Materia Prima							
Costo Materia Prima Producto 1	\$/ unid.		16,298	16,563	16,842	17,131	17,431
Costo Materia Prima Producto 2	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Producto 3	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Producto 4	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Costo Materia Prima Producto 5	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Costos Unitarios Mano de Obra							
Costo Mano de Obra Producto 1	\$/ unid.		32,924,982	0	0	0	0
Costo Mano de Obra Producto 2	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Costo Mano de Obra Producto 3	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Costo Mano de Obra Producto 4	\$/ unid.		0	0	0	0	0
Costo Mano de Obra Producto 5	\$/ unid.		0	0	0	0	0

Ilustración 26 – Proyecciones elaboración del autor, a partir del modelo financiero – 1 de FONADE (Fondo Emprender, s.f.)

	Un.	0	1	2	3	4	5
Costos Unitarios Mano de Obra							
Costo Mano de Obra Producto 1	\$/ unid..		32,924,982	0	0	0	0
Costo Mano de Obra Producto 2	\$/ unid..		0	0	0	0	0
Costo Mano de Obra Producto 3	\$/ unid..		0	0	0	0	0
Costo Mano de Obra Producto 4	\$/ unid..		0	0	0	0	0
Costo Mano de Obra Producto 5	\$/ unid..		0	0	0	0	0
Costos Variables Unitarios							
Materia Prima (Costo Promedio)	\$/ unid..		16,298.0	16,563.0	16,842.0	17,131.0	17,431.0
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$/ unid..		32,924,982.0	33,459,684.0	35,467,265.0	37,595,301.0	39,851,019.0
Materia Prima y M.O.	\$/ unid..		32,941,280.0	33,476,247.0	35,484,107.0	37,612,432.0	39,868,450.0
Otros Costos de Fabricación							
Otros Costos de Fabricación	\$		0	0	0	0	0
Costos Producción Inventariables							
Materia Prima	\$		150,202,368	155,129,058	160,386,366	165,947,997	171,799,936
Mano de Obra	\$		32,924,982	33,459,684	35,467,265	37,595,301	39,851,019
Materia Prima y M.O.	\$		183,127,350	188,588,742	195,853,631	203,543,298	211,650,955
Depreciación	\$		1,174,000	1,174,000	1,174,000	1,174,000	1,174,000
Agotamiento	\$		0	0	0	0	0
Total	\$		184,301,350	189,762,742	197,027,631	204,717,298	212,824,955
Margen Bruto	\$		35.07%	35.27%	34.99%	34.72%	34.45%
Gastos Operacionales							
Gastos de Ventas	\$		2,000,000	2,120,000	2,247,200	2,382,032	2,524,854
Gastos Administración	\$		1,150,000	11,686,760	12,087,725	12,299,212	12,299,212
Total Gastos	\$		3,150,000	13,806,760	14,334,925	14,681,244	14,824,166
Capital de Trabajo							
Cuentas por cobrar							
Rotación Cartera Clientes	días		1	1	1	1	1
Cartera Clientes	\$		788,454	814,322	841,913	871,103	901,824
Provisión Cuentas por Cobrar	%		10%	10%	10%	10%	10%
Inventarios							
Invent. Prod. Final Rotación	días costo		1	1	1	1	1
Invent. Prod. Final	\$		511,948	527,119	547,299	568,659	591,180
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días		14	1	1	1	1
Invent. Prod. Proceso	\$		7,167,275	527,119	547,299	568,659	591,180
Invent. Materia Prima Rotación	días compras		1	1	1	1	1
Invent. Materia Prima	\$		417,229	430,914	445,518	460,967	477,222
Total Inventario	\$		8,096,452	1,485,152	1,540,116	1,598,285	1,659,583

Ilustración 27 – Proyecciones elaboración del autor, a partir del modelo financiero – 2 de FONADE (Fondo Emprender, s.f.)

	Un.	0	1	2	3	4	5
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar							
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados							
Gastos Anticipados	\$	4,070,000	0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar							
Cuentas por Pagar Proveedores	días		0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar Proveedores	\$	0	0	0	0	0	0
Acreedores Varios	\$		0	0	0	0	0
Acreedores Varios (Var.)	\$		0	0	0	0	0
Otros Pasivos	\$		0	0	0	0	0
Inversiones (Inicio Periodo)							
Terrenos	\$	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	\$	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	\$	3,600,000	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	\$	4,070,000	0	0	0	0	0
Equipo de Transporte	\$	0	0	0	0	0	0
Equipos de Oficina	\$	0	0	0	0	0	0
Semovientes pie de Cria	\$	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	\$	0	0	0	0	0	0
Total Inversiones	\$		0	0	0	0	0
Otros Activos							
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0	0	0
Estructura de Capital							
Capital Socios	\$	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
Capital Adicional Socios	\$						
Obligaciones Fondo Emprender	\$	204,632,350	204,632,350	204,632,350	204,632,350	204,632,350	204,632,350
Obligaciones Financieras	\$	0	0	0	0	0	0
Dividendos							
Utilidades Repartibles	\$		-	58,984,590	118,460,297	176,149,170	235,152,779
Dividendos	%		0%	0%	10%	10%	20%
Dividendos	\$		-	-	5,947,571	6,363,644	13,073,451

Ilustración 28 – Proyecciones elaboración del autor, a partir del modelo financiero – 3 de FONADE (Fondo Emprender, s.f.)



7.3. Punto de Equilibrio

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	20%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	20.60%
VAN (Valor actual neto)	2,706,748
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	3.01
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	95.34%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	60 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	90 mes

Ilustración 29 – análisis Punto de Equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se tienen en cuenta los costos fijos totales, en este caso lo relacionado con la provisión de nómina general de la organización y los servicios públicos tanto administrativos como operativos; así como los costos unitarios variables.

A partir del estudio financiero respectivo se determina que el proyecto es financieramente viable con un Valor Actual Neto positivo que indica que el capital invertido renta a una tasa superior a la tasa de oportunidad y el proyecto es aceptable. De igual forma, proyecta una Tasa Interna de Retorno del 20,60%, la cual está por encima de la tasa mínima de rendimiento esperada del 20%, establecida inicialmente como criterio de evaluación. El período de recuperación se estima en 3 años y 1 mes de operación. y, a través de los indicadores de EVA y CPPC previos, se determina que la organización logra cubrir sus costos de financiamiento de capital, a su vez que logra ir construyendo valor.



	0	1	2	3	4	5
BALANCE GENERAL						
Activo Corriente						
Efectivo	203,706,350	292,387,678	356,218,611	415,794,445	477,443,388	534,444,901
Cuentas X Cobrar	0	786,454	814,322	841,913	871,103	901,624
Provisión Cuentas por Cobrar		-78,845	-81,432	-84,191	-87,110	-90,182
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	417,229	430,914	445,518	460,967	477,222
Inventarios de Producto en Proceso	0	7,167,275	527,119	547,299	568,659	591,180
Inventarios Producto Terminado	0	511,948	527,119	547,299	568,659	591,180
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados Neto	3,256,000	2,442,000	1,628,000	814,000	0	0
Total Activo Corriente :	206,962,350	303,636,739	362,064,662	418,906,282	479,825,666	536,916,125
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios Neto	0	0	0	0	0	0
Máquinaria y Equipo de Operación Neto	3,600,000	3,240,000	2,860,000	2,520,000	2,160,000	1,800,000
Muebles y Enseres Neto	4,070,000	3,256,000	2,442,000	1,628,000	814,000	0
Equipo de Transporte Neto	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina Neto	0	0	0	0	0	0
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Semovientes permanentes	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	7,670,000	6,496,000	5,322,000	4,148,000	2,974,000	1,800,000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO	214,632,350	310,131,739	367,386,662	423,054,282	482,799,666	538,716,125
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	31,514,798	29,294,005	27,272,762	28,014,537	29,101,334
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	204,632,350	204,632,350	204,632,350	204,632,350	204,632,350	204,632,350
TOTAL PASIVO	204,632,350	236,147,148	233,926,355	231,905,112	232,646,887	233,733,684
Patrimonio						
Capital Social	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
Reserva Legal Acumulada	0	0	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
Utilidades Retenidas	0	0	58,984,590	112,512,726	169,785,526	222,079,328
Utilidades del Ejercicio	0	63,984,590	59,475,707	63,636,444	65,367,253	67,903,113
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
TOTAL PATRIMONIO	10,000,000	73,984,590	133,460,297	191,149,170	250,152,779	304,982,441
TOTAL PAS + PAT	214,632,350	310,131,739	367,386,662	423,054,282	482,799,666	538,716,125

Ilustración 30 – Balance General

	1	2	3	4	5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	283,843,584	293,155,800	303,088,521	313,597,251	324,656,640
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	183,127,350	188,588,742	195,853,631	203,543,298	211,650,955
Depreciación	1,174,000	1,174,000	1,174,000	1,174,000	1,174,000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	99,542,234	103,393,058	106,060,890	108,879,953	111,831,685
Gasto de Ventas	2,000,000	2,120,000	2,247,200	2,382,032	2,524,954
Gastos de Administración	1,150,000	11,686,760	12,087,725	12,299,212	12,299,212
Provisiones	78,845	2,587	2,759	2,919	3,072
Amortización Gastos	814,000	814,000	814,000	814,000	0
Utilidad Operativa	95,499,389	88,769,711	90,909,206	93,381,790	97,004,447
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	0	0	0	0	0
Ajuste Activos no Monetarios	0	0	0	0	0
Ajuste Depreciación Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	95,499,389	88,769,711	90,909,206	93,381,790	97,004,447
Impuestos (35%)	31,514,798	29,294,005	27,272,762	28,014,537	29,101,334
Utilidad Neta Final	63,984,590	59,475,707	63,636,444	65,367,253	67,903,113

Ilustración 31 – Estado de Resultados

	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		95,499,389	88,769,711	90,909,206	93,381,790	97,004,447
Depreciaciones		1,174,000	1,174,000	1,174,000	1,174,000	1,174,000
Amortización Gastos		814,000	814,000	814,000	814,000	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		78,845	2,587	2,759	2,919	3,072
Impuestos		0	-31,514,798	-29,294,005	-27,272,762	-28,014,537
Neto Flujo de Caja Operativo		97,566,234	59,245,500	63,605,960	68,099,947	70,166,982
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		-788,454	-25,867	-27,591	-29,191	-30,721
Variación Inv. Materias Primas e insumos3		-417,229	-13,685	-14,804	-15,449	-16,255
Variación Inv. Prod. En Proceso		-7,187,275	6,640,156	-20,180	-21,360	-22,521
Variación Inv. Prod. Terminados		-511,948	-15,171	-20,180	-21,360	-22,521
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	-8,884,906	6,585,433	-82,555	-87,360	-92,018
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-3,600,000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-4,070,000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-7,670,000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-7,670,000	-8,884,906	6,585,433	-82,555	-87,360	-92,018
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	204,632,360					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados	10,000,000	0	0	-5,947,571	-6,363,644	-13,073,451
Capital	214,632,360	0	0	-5,947,571	-6,363,644	-13,073,451
Neto Flujo de Caja Financiamiento	206,962,360	0	65,630,933	57,575,835	61,646,943	57,001,513
Neto Período	206,962,360	203,706,360	292,387,678	358,218,611	415,794,445	477,443,388
Saldo anterior	206,962,360	292,387,678	358,218,611	415,794,445	477,443,388	534,444,901

Ilustración 32 – Flujo de Caja



8. CONCLUSIONES E INTERPRETACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Se cumple con el objetivo general del proyecto frente al diseño del plan de negocio para la creación y puesta en marcha del proyecto Encuéntrame, con el fin de determinar su factibilidad de implementación. Para ello se lleva a cabo el análisis de elementos y variables que conforman el estudio de mercado y plan de marketing, el estudio operativo, organizacional, ambiental y financiero; a través de distintas herramientas de apoyo y el modelo financiero FONADE.

El proyecto Encuéntrame se pretende desarrollar en la ciudad de Bogotá – Colombia; y se pretende beneficiar a la población en un rango de edad entre los 5 y 12 años inicialmente con proyecciones de comercializarlo en otras ciudades aledañas, que busquen suplir las necesidades de sus hijos generando ambientes de ocio y esparcimiento, con un enfoque socio- económico y sostenible.

A nivel económico, considerando que la juguetería infantil se ha convertido en un sector clave de desarrollo de los niños, con nuestro proyecto se pretende contribuir en la generación de empleos, el fortalecimiento en el cambio de hábitos en los menores, y promocionar otro tipo de elementos didácticos que permitan generar otros tipos de compartir y de distracción para los menores.

En las proyecciones de estima que en cada periodo los ingresos aumentaron y los costos y gastos aumentan en la misma proporción, por lo tanto, la utilidad se mantiene. El crecimiento del Activo se presenta debido a la acumulación de las utilidades generadas y la distribución de estas. El flujo de caja se mantiene constante el incremento de la caja puesto que no se presentan variables que puedan hacer que se modifique su crecimiento.



BIBLIOGRAFIA

Alcalá, U. d. (2010). *Biblioteca Alcalá*. Obtenido de U. Alcalá:

http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/tipos_de_fuentes_de_informacin.html#:~:text=Las%20fuentes%20primarias%20contienen%20informaci%C3%B3n,resultado%20de%20un%20trabajo%20intelectual.&text=Las%20fuentes%20secundarias%20contienen

blog spot. (2011). *Importancia del juego en la Educación Inicial*. Obtenido de

<http://importanciadelaeducacininicial.blogspot.com/>

Cuzco, C. (2014). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare:

<https://es.slideshare.net/cristinacuzco/eljuegoinfantilimportancia>

DANE. (30 de JUNIO de 2018). *DANE PARA NIÑOS*. Obtenido de

https://www.google.com/search?q=estadisticas+de+ni%C3%B1os+en+colombia&rlz=1C1GCEA_enCO901CO901&oq=estadisticas+de+ni%C3%B1os+en+colombia&aqs=chrome..69i57j0i22i30i4.27559j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8:https://www.dane.gov.co/files/dane-para-ninos/sabias-que.html

SlideShare. (30 de Septiembre de 2013). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare:

<https://es.slideshare.net/yuli27g/marco-referencial-seminario>

Spencer, H. (1855). *Teorías del Juego*. Obtenido de EL JUEGO INFANTIL Y SU

METODOLOGÍA: <http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/18798/b1c2.html>

Wikipedia. (2014). *Historia del Juego*. Obtenido de

https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_juego

<http://es.slideshare.net/dominic3000/estudio-de-factibilidad-13580267?related=4>

<http://es.slideshare.net/tutor03770/factibilidad-operativa?related=3>

<http://es.slideshare.net/helodtk1/factibilidad-tecnica-operativa-y-economica-20908957?related=1>

<http://es.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>



<http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>

<http://herramientas.camaramed.org.co/Temas/Mercadeoyventas/Laestrategiademercadeoproductoprecioplaza.aspx>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Fisher-Price>

<http://www.gerencie.com/estudio-del-sector-economico-para-el-plan-de-negocios.html>

<http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2221/DiazEliana2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<http://www.feebbo.com/feebbo/estudiosmercado>

<http://es.scribd.com/doc/3260391/PLAN-DE-COMPRAS#scribd>

<http://www.chi.itesm.mx/investigacion/wp-content/uploads/2013/11/NEG02.pdf>

<http://impuestosparaempresas.blogspot.com/2014/05/impuestos-nacionales-y-distritales-en.html#more>

<http://www.portafolio.co/economia/economia-colombia-impuestos-andi-pago>

http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1316-48212008000400003&script=sci_arttext&tlng=en

<http://www.sparh.com.mx/noticias/costo-tiempo-alcance.html>

<http://es.slideshare.net/olivaresmtro/alcances-de-la-investigacion?related=2>

https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/11000T7T000.PDF

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/InfoResultECC.pdf>

<http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-demografia/nacimientos-y-defunciones/118-demograficas/estadisticas-vitales/4647-nacimientos-2013>

<http://es.slideshare.net/jpajaro/marco-legal-a-la-creacion-de-empresas-en-colombia>

<http://es.slideshare.net/yolandaortizruiz/el-juego-infantil-y-su-metodologia-28283877?related=2>

<http://es.slideshare.net/beatrizinfantil/el-juego-y-su-evolucion?related=1>



ANEXOS

ENCUESTA

1. Tiene hijos

a. Si

b. No

1. Cuantos hijos tiene entre los cinco y doce años

a. 1

b. 2

c. 3

d. Ninguno

e. Otros: _____

2. Que busca en los juegos o distractores de su hijo

a. Diversión y aprendizaje

b. Diversión

c. Aprendizaje

d. Creatividad

3. Es importante para usted desarrollar la capacidad cognoscitiva de su hijo

a. Si

b. No

4. Qué tipo de aprendizaje prefiere

a. Tradicional

b. Didáctico


5. Que busca al adquirir un producto:

a. utilidad y calidad

b. calidad y economía

c. utilidad y economía

MAQUINARIA Y EQUIPO NECESARIA



The image shows a W.E.P. 853AAA 3-in-1 soldering station. It is a black and silver device with a digital display showing 350°C, 3.85V, and 300W. It includes a hot air gun, a soldering iron, and a soldering tip. The brand name 'W.E.P.' is visible on the top left of the device.

Nuevo

Estación De Soldadura 3 En 1 / Wep 853 Aaa
Precalentador

\$ 1.050.000
en 36x \$ 29.167
[Ver los medios de pago](#)

Llega gratis entre el viernes y el lunes
Beneficio Mercado Puntos
[Ver más formas de entrega](#)

Stock disponible

Cantidad: 1 unidad (15 disponibles)

[Comprar ahora](#)

[Agregar al carrito](#)

Características

1. La estación WEP 853AAA es un equipo de soldadura 3 en 1 que integra precalentador, pistola de aire caliente y caudín. Está diseñado con la última tecnología SMD, sobre la base de la demanda actual del mercado.

2. WEP 853AAA se agrega con la función 3 en 1 de la estación de soldadura. Ocupa menos área. Esta máquina convencional es práctica, potente y ahorradora de energía. Básicamente puede cumplir con todas las aplicaciones.

3. La parte de control de temperatura domina la tecnología central. Las pistolas de aire utilizan procedimientos de control PID de microchip SAMSUNG para acelerar el ciclo de 100 ms del seguimiento en tiempo real y la corrección en tiempo real del viento de salida de la pistola de aire y la temperatura de la punta del soldador. Por lo tanto, la estación de retrabajo con gran estabilidad a altas temperaturas.

4. Equipada con un PID con velocidad de corrección de temperatura rápida 100 ms, conversión de alta eficiencia energética a temperatura constante ayudan a reducir el consumo de energía. Este equipo ahorra más energía que las máquinas comparables.

5. WEP 853AAA también usa el cable de silicón de alta temperatura que no se dañará en 30 segundos cuando se exponga a las puntas de soldadura de 300 grados. Su elemento calefactor se caracteriza por la alta potencia y la rápida compensación de temperatura. Este equipo es particularmente adecuado para desoldar terminales de crudo, uniones de soldadura y uniones de soldadura difíciles misceláneas.

Especificaciones:

Potencia: 1270 watts

Voltaje de operación: 110 VAC

Color: Negro

Generador de aire tipo: turbina sin escobillas



Flujo de aire: 120 los. x min

Rango temperatura boquilla de aire: 100°C – 480°C

Rango temperatura cautín: 200°C – 480°C

Rango temperatura precalentador: 50°C – 400°C

Potencia aire caliente: 650 Watts

Potencia Cautín: 60 Watts

Potencia precalentador: 600 Watts

Tipo visualización: led red digital display

Funciones especiales:

– Switch máster posterior para apagar completamente la unidad cuando este en desuso

– Inicio de trabajo: automático y manual al levantar la boquilla de aire.

– Monitoreo de temperatura: °C y ° F

Dimensiones: largo 320 mm x ancho 220 mm x alto 100 mm

Peso: 6.4 kg

Contenido de la caja:

Estación 2 en 1 WEP 853 AAA

Cautín

Boquilla de aire

Pedestal porta boquilla

Porta boquilla

4 toberas diferentes tamaños

Base porta cautín

Esponja limpiadora de cautín

Características

1. La estación WEP 853AAA es un equipo de soldadura 3 en 1 que integra precalentador, pistola de aire caliente y cautín. Está diseñado con la última tecnología SMD, sobre la base de la demanda actual del mercado.

2. WEP 853AAA se agrega con la función 3 en 1 de la estación de soldadura. Ocupa menos área. Esta máquina convencional es práctica, potente y ahorradora de energía. Básicamente puede cumplir con todas las aplicaciones.

3. La parte de control de temperatura domina la tecnología central. Las pistolas de aire utilizan procedimientos de control PID de microchip SAMSUNG para acelerar el ciclo de 100 ms del seguimiento en tiempo real y la corrección en tiempo real del viento de salida de la pistola de aire y la temperatura de la punta del soldador. Por lo tanto, la estación de retrabajo con gran estabilidad a altas temperaturas.

4. Equipada con un PID con velocidad de corrección de temperatura rápida 100 ms, conversión de alta eficiencia energética a temperatura constante ayudan a reducir el consumo de energía. Este equipo ahorra más energía que las máquinas comparables.

5. WEP 853AAA también usa el cable de silicona de alta temperatura que no se dañará en 30 segundos cuando se exponga a las puntas de soldadura de 300 grados. Su elemento calefactor se caracteriza por la alta potencia y la rápida compensación de temperatura. Este equipo es particularmente adecuado para desoldar terminales de crudo, uniones de soldadura y uniones de soldadura difíciles misceláneas.