

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Say Yes

Trabajo de grado

Alicia Villegas Arango

Jhoan Sebastian Bobadilla Rivera

Bogotá,

2016

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Say Yes

Trabajo de grado

Alicia Villegas Arango

Jhoan Sebastian Bobadilla Rivera

Centro de emprendimiento

Administracion de Logistica y Produccion

Administracion de Negocios Internacionales

Bogotá,

2016

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	1
RESUMEN EJECUTIVO	2
Palabras clave.....	2
ABSTRACT.....	3
Key words	3
PRESENTACIÓN.....	4
Definición del negocio	4
Actividad.....	4
Oportunidad de negocio	4
Descripción del equipo emprendedor.....	5
Equipo	5
MERCADEO.....	7
Servicio.....	7
Descripción del servicio.....	7
Necesidades.....	8
Aspectos diferenciales	9
Nuevos productos y/o servicios	10
Mercado	10
Entorno del negocio	10
Tendencias del mercado.....	10
Ámbito geográfico	13
Público objetivo	13
Cliente y consumidor	14
Situación del mercado.....	14
Competencia	15
Descripción de la competencia	15
Precio.....	17

Variables para la fijación del precio	17
Determinación del precio	17
Distribución	19
Canales de distribución	19
Promoción	22
Medios de publicidad	22
Presupuesto de Mercadeo	23
Proyecciones de ventas	24
Proyecciones de ventas anuales	24
PRODUCCIÓN Y CALIDAD	25
Producción	25
Proceso de elaboración	25
Tecnologías necesarias	26
Gestión de inventarios (stocks)	26
Costos	26
Calidad	27
Control de calidad	27
Equipos e infraestructura locativa	28
Equipos e infraestructura necesarios	28
Seguridad en el trabajo y medio ambiente	29
Normativa de prevención de riesgos	29
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	30
Planificación y programación	30
Planificación de ventas	30
Planificación de personal	30
Planificación de inversiones	30
Sistema de evaluación de resultados	31
Organización	32
Equipo	32
Organigrama Futuro	32
Organización del trabajo	33

Gestión de personal.....	34
Proceso de selección	34
Formación	35
Retribución del emprendedor.....	35
Sueldos.....	36
JURÍDICO – TRIBUTARIO	37
Determinación de la forma jurídica	37
Determinación de la forma jurídica	37
Pasos para la tramitación de la forma jurídica de tu empresa.....	37
Costo	39
Aspectos laborales del emprendedor.....	40
Seguridad social del emprendedor	40
Aspectos laborales y seguridad social de los trabajadores.....	40
Obligaciones tributarias o fiscales	40
Impuestos	40
Permisos, licencias y documentación oficial	41
Documentación oficial.....	41
Cobertura de responsabilidades	42
Seguros.....	42
Patentes, marcas y otros tipos de registros	42
Registro de dominio.....	42
FINANCIERO.....	43
Plan financiero	43
Inversión total inicial y Estructura de financiamiento	43
Presupuesto de ingresos	44
Costos indirectos.....	45
Utilidades y política de su distribución.....	45
Impuestos	46
Sistema de cobros y pagos	46
Resumen de los datos financieros más relevantes.....	47
Proyecciones contables	47

VALORACIÓN.....	53
Análisis de puntos fuertes y débiles	53
Puntos fuertes.....	53
Puntos débiles	54
Debilidades	54
Fortalezas	55
Oportunidades	55
Amenazas.....	55
Estrategia de desarrollo del proyecto.....	56
Debilidades	56
Fortalezas	56
Oportunidades	56
Amenazas.....	57
BIBLIOGRAFÍA.....	58

GLOSARIO

Flashmob: Es una acción, normalmente un baile, en la que un grupo de personas se reúne repentinamente en un lugar público y al terminar se dispersan rápidamente continuando con su cotidianidad.

RESUMEN EJECUTIVO

Proponer matrimonio no es cualquier cosa, por lo cual la manera en la que se entrega el anillo es un momento que nunca se olvida y tiene que ser perfecto. Es a partir de esto que en los últimos años, se ha venido fortaleciendo una tendencia en la que las propuestas de matrimonio se han tornado mucho más creativas, llamativas y ostentosas, por lo cual cada vez más personas buscan de una manera creativa proponer matrimonio a su pareja, sin embargo aunque esta tendencia está en auge en otros países, en Colombia la gente no se esfuerza para proponer matrimonio de una forma creativa

Say Yes es una empresa del sector de servicios ubicada en Bogotá que se encarga de crear, desarrollar y planear las propuestas de matrimonio soñadas para las parejas.

La empresa nace de la idea de 3 jóvenes emprendedores que lo que se quieren lograr con este proyecto es brindarle a la comunidad una forma fácil y segura de planear y desarrollar su propuesta de matrimonio, creando y uniéndose a las tendencias mundiales que hay hoy en día, ayudando a elaborar, planear y tener éxito en la propuesta de matrimonio soñada para la pareja.

Para la conformación de la compañía se debe hacer una inversión de alrededor de 28 millones, la cual se espera recuperar en un plazo de cuatro años con una tasa de interna retorno del 5,37% y en adelante generar ganancias, adicionalmente se espera lograr alcanzar el punto de equilibrio para finales del segundo año de funcionamiento.

Palabras clave

Evento, propuesta de matrimonio, compromiso, pareja, emprendimiento, planeación de eventos

ABSTRACT

Marriage isn't just a simply proposal, especially the engagement ring moment is considered as unforgettable. Over the last years, studies have shown an important trend of marriage proposals. Starting from this, marriage proposals are more flourished, innovative and showy, which makes the groom a more creative person at the moment to ask her to marry him.

Although, the following topic is booming in many countries, Colombians has not joint efforts promptly because of the lack of creativity during the relationship.

Say Yes proposals it's a service-provider company headquartered in Bogotá specialized in the planning and development of a 'dreamy' marriage proposals within the wedding and event industries.

From its inception, the company started from 3 young entrepreneurs which are seeking to provide an easy and safer way for marriage proposals experiencing the most dreamed and successful marriage proposal.

In order to build up the entire organization, it must be required a 28 million COP investment with an expected 5.37% ROI (Return of Investment) for a 4-year period by ongoing revenues. Additionally, break-even point will be expected to reach during the ends of the second year of operations.

Key words

Event, marriage, proposal, relationship, entrepreneurs, event planner

PRESENTACIÓN

Definición del negocio

Actividad.

Para el desarrollo de esta actividad, decidimos en principio centrarnos en la ciudad de Bogotá con la idea de poder crecer no solo en el país sino a nivel mundial, en donde gracias a nuestro interés por la organización de eventos y la felicidad de la gente, poder contribuir a las parejas en tener un buen comienzo para lo que será el resto de sus vidas juntos.

Say Yes es una empresa del sector de servicios que se encarga de crear, desarrollar y planear las propuestas de matrimonio soñadas para las parejas. La manera en la que se entrega el anillo es un momento que nunca se olvida y si es el perfecto será un momento para contar el resto de la vida.

Say Yes ayudará a hacer esto, a crear desde el principio los mejores recuerdos para la pareja.

Oportunidad de negocio

Pudimos descubrir que en los últimos años, se ha venido fortaleciendo la tendencia de propuestas de matrimonio ostentosas, en donde personas buscan de una manera creativa proponer matrimonio a su pareja, sin embargo aunque esta tendencia está en auge, en Colombia la gente no se esfuerza para proponer matrimonio de una forma creativa o de la manera que ellos quisieran. Esto despertó en nosotros la motivación para buscar y proponer una solución creativa a esta situación.

Con el proyecto Say Yes buscamos generar nuevas alternativas a la hora de pedir la mano, ver una propuesta llena de alegría, sueños cumplidos y una gran celebración.

Es notable la gran importancia que actualmente se le da al evento de proponer matrimonio; cada vez son más las parejas que buscan una propuesta única y que involucre algo significativo para ellos, por lo cual se empezó a dar una tendencia a nivel mundial de comprometerse por

medio de un flashmob, un acto de magia, enfrentando miedos, etc., pero aquí en Colombia por falta de tiempo, contactos o simplemente imaginación o creatividad, las parejas no intentan hacer algo como lo que realmente quieren y terminan siendo unas propuestas un poco caóticas o no sorprendidas.

Nos dimos cuenta que este problema radica en la falta de tiempo puesto que muchos están empezando a trabajar o ya son grandes empresarios sin mucho tiempo, también Colombia es un país muy tradicional y simplemente siempre se hacen las propuestas del mismo modo (en un restaurante con una cena romántica y que el mesero lleve el anillo o sacar el anillo del bolsillo) pero con esta gran tendencia creativa con videos de propuestas virales en la web las mujeres se han hecho más exigentes con la manera en la que quieren les propongan matrimonio y los hombres se estresan más en pensar cómo lograr hacer y materializar la idea que tienen para proponer matrimonio y es ahí donde Say Yes entraría en acción ayudando a materializar y hacer realidad esa idea y sueños que las parejas tienen de una actual propuesta de matrimonio del siglo XXI.

Descripción del equipo emprendedor

Equipo

El equipo emprendedor está conformado por 3 personas, María Paula Rueda, Profesional en Mercadeo y Publicidad de la universidad Politécnico Gran colombiano lo cual lo hace una socia ideal ya que tiene conocimientos en edición social media y online marketing lo cual puede generar que Say Yes tenga mayor presencia en la red adicionalmente actualmente trabaja en la casa editorial El Tiempo como Trade Marketing teniendo conocimientos en logística para eventos de lanzamiento, Alicia Villegas, estudiante de administración en logística y producción de la Universidad del Rosario que gracias a su carrera y experiencia tiene conocimientos en logística adicionalmente al igual que María Paula tiene conocimientos en edición y Sebastián Bobadilla, estudiante de Administración de Negocios Internacionales quien hace parte del equipo de fondos de la organización Techo-Colombia con experiencia en las áreas de Networking y fidelización, complementando así el equipo de trabajo ya que cada uno tiene

diferentes habilidades pudiendo hacer aportes muy importantes a la empresa por los diferentes conocimientos adquiridos. (ver anexos)

Una de las principales características que se tuvo en cuenta al decidir ser compañeros de emprendimiento es que estos estuviéramos 100% convencidos de la idea y de querer emprender, donde cada uno ha tenido la motivación de crear un negocio estando dispuestos a salir de esa "zona de confort" y atreverse a tomar riesgos e ir más allá.

Esta idea es el primer paso para que la meta que todos tenemos de tener un negocio auto sostenible sea alcanzada. Teniendo en mente en el futuro un mayor portafolio de productos y haciendo un gran esfuerzo actualmente en desarrollar este primer emprendimiento.

MERCADEO

Servicio

Descripción del servicio

La propuesta de matrimonio es un momento que siempre será recordado por tu pareja. El momento debe ser perfecto y un instante único del cual se sienta orgulloso y quiera contar a sus amigos, hijos y nietos.

Este emprendimiento se va a destacar también porque va a estar lleno de creatividad, originalidad, planeación, variedad, contactos y logística que van a llevar a que muchas parejas digan Yes!

Say Yes como ya fue nombrado, estará enfocado en un principio en propuestas de matrimonio, para lo cual hemos desarrollado 3 tipos de servicio:

Tabla 1

	Plata	Oro	Diamante
Acompañamiento	✓	✓	✓
Planeacion	✓	✓	✓
Logistica	✓	✓	✓
Fotos	✓	✓	✓
Ideas	✗	2	3
Video	✗	✓	✓
Asesoría personalizada	✗	✓	✓
Anillo	✗	✗	✓

Autor: Elaboración propia

El plan plata es el plan básico donde el cliente llega ya con la idea que quiere desarrollar, en este plan Say Yes hace un acompañamiento a la idea donde si es necesario por cuestiones de

detalles o mejoras para el evento se le da la recomendación al cliente además si es necesario en cuestiones del vestuario, flores, etc; planea cómo va a ser el evento, ubicación y detalle referentes a la planeación de la misma al igual que un plan B si el clima o la ubicación lo necesita; desarrolla la logística antes durante y después del evento en todos los detalles y cosas de último momento que salgan durante el evento; por último tendremos la opción de poder tener fotos del evento en especial del momento de la propuesta para poder tener el recuerdo para mostrar a todos sus amigos y familiares.

El plan oro es un plan un poco más elaborado para los clientes que no tienen muy claro que quieren hacer, para esto este plan además de los 3 servicios que se ofrecen en el plata se incluye una asesoría personalizada con entrevista para conocer al cliente, su pareja y su relación a través de sus ojos y con esto se le da dos opciones de ideas para desarrollar y que el cliente seleccione la que crea más idónea, además de las fotos también se le da la opción de tener un video del evento.

El plan diamante es el plan más completo de todos donde en la asesoría personalizada se le da al cliente 3 opciones de ideas para desarrollar, todos los servicios que se ofrecen en el plan oro y para finalizar se ofrece un acompañamiento para la compra del anillo.

Necesidades

En el mundo existen muchas formas de proponer matrimonio, desde un acuerdo de los padres de los novios, hasta una propuesta monumental donde los últimos en enterarse es la familia, aquí en Colombia en el pasado se usaba primero pedirle permiso a los padres de la novia para poderse casar con ella antes de preguntarle a la mujer, después en las generaciones más recientes el novio invita a un cena romántica en un restaurante u hotel elegante con velas y música, y se ha tornado a un evento mucho más privado, hasta ahí va la mayoría de propuestas de matrimonio en el país.

En el mundo, principalmente en Estados Unidos (país del cual los colombianos nos vemos más influenciados por las tendencias y modas) desde hace unos años se ha incorporado la tendencia de hacer propuestas matrimoniales originales, donde no solo está involucrada la pareja sino también familia, amigos o la misma comunidad. Debido a lo anterior las parejas se han vuelto más exigentes en el momento de pedir matrimonio buscando que sea algo único e

inolvidable pero muchas veces (la mayoría) no saben cómo realizar la idea que tienen, no tienen el tiempo de planeación o los contactos necesarios para poderla desarrollar.

En la actualidad se ha notado el gran incremento de propuestas mucho más monumentales, elaboradas y originales alrededor del mundo, donde se hacen deportes extremos, flashmob, grandes letreros y hacer pasar un día entero increíble lleno de sorpresas y momentos especiales donde se acaba en un lugar especial elegido con anterioridad donde se llega a la gran y esperada pregunta.

Esto a Colombia solo ha llegado por medio de la televisión y redes sociales, lo anterior genera que las mujeres se hayan vuelto exigentes con cómo quieren que sean sus propuestas de matrimonio, lo cual le dificulta más esta tarea a los hombres quienes muchas veces no tienen el tiempo y la experiencia necesaria para realizar toda la logística para un evento de esta magnitud o simplemente no tienen la creatividad para hacerlo como ellas esperan y las cosas no salen tan bien planeadas.

Colombia es un país conservador el cual está acostumbrado a las propuestas de matrimonio clásicas y tradicionales donde por lo general se lleva a cabo una cena romántica en un restaurante elegante, pero esto aunque es muy romántico este tradicional momento deja a un lado el factor sorpresa que toda pareja busca al momento de proponer matrimonio.

Aspectos diferenciales

Para las parejas que quieren comprometerse, y tienen la necesidad de esta solución, nuestro proyecto es una opción viable y eficiente que los va a ayudar a seleccionar la idea más acorde a la situación, y la pareja y se encargará de coordinar todo para que el momento sea perfecto; a diferencia de nuestra competencia “Marry me”, nuestro proyecto va a tener más movilidad y en un principio estará enfocado única y exclusivamente en propuestas de matrimonio, logrando especializarnos y tener nombre en un solo producto, más adelante en el tiempo y a medida que nos conozcan ampliaremos el portafolio de productos.

Nuevos productos y/o servicios

En un futuro, con Say Yes desarrollaremos otras líneas de negocio, las cuales prestaran otro tipo de servicios como, celebración de aniversarios y citas especiales y diferentes para las parejas.

Mercado

Entorno del negocio

Say yes pertenece al sector terciario de la economía o sector de servicios, sector que tiene la mayor participación en el PIB y que genero la mayor ganancia durante el año 2014 sumando utilidades por 27,3 billones, con un incremento de 15,9 por ciento 3,7 billones. (Rojas T., 2015)

Según el DANE las actividades de servicios sociales, comunales y personales representaban el 15,4% para el tercer semestre de 2015 (DANE, 2015)

En el caso de Bogotá, el sector de servicios es uno de los más importantes siendo uno de los que más genera empleo, entre marzo y mayo de 2015 el sector servicios comunales, sociales y personales generaron 22.560 empleos lo que equivale a alrededor del 27% del total de empleos generados en la capital en el mismo periodo (El Espectador, 2015). Adicionalmente para el segundo semestre de 2014 los ingresos generados por el sector servicios en Bogotá creció 11% respecto al mismo periodo del año anterior, lo cual demuestra que es un sector en constante crecimiento. (Secretaría de Desarrollo Económico, 2014)

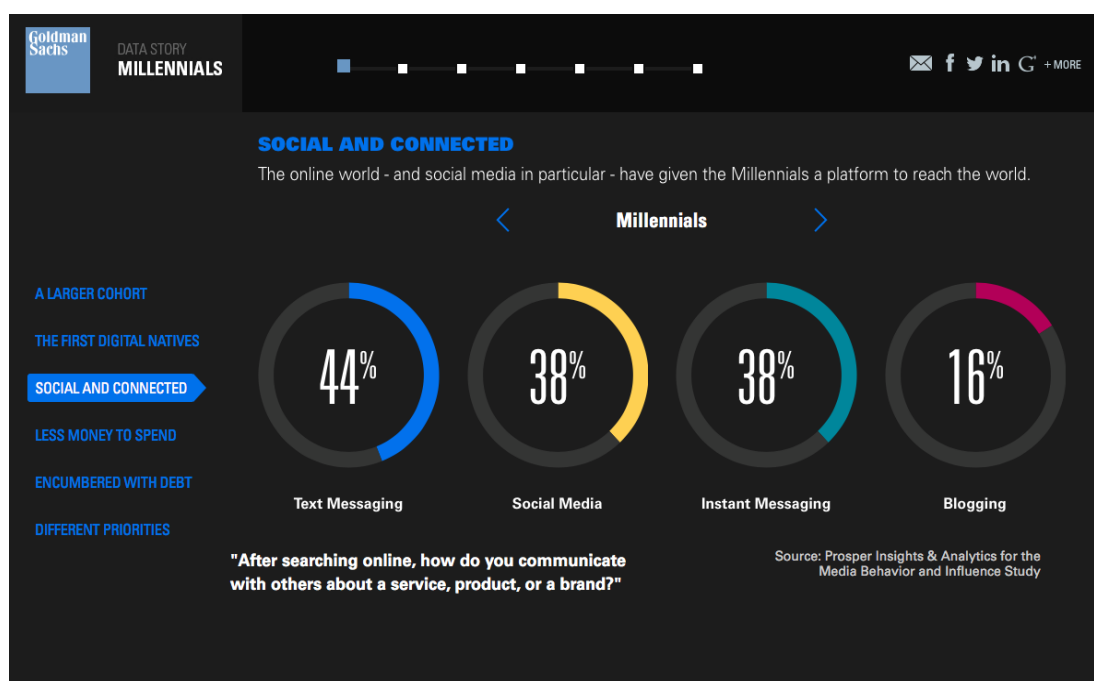
Tendencias del mercado

La generación de los Millennials es la generación comúnmente conocida como la generación Y o la gente que nació alrededor de 1982 hasta el 2004, es la generación “digitalmente nativa” que es la que se decidera cambia la forma en la que vendemos y compramos forzando a las compañías a analizar como los Millennials hacen los negocios para poder llegar a ellos.

Los Millennials nacieron en una época de muchos cambios, teniendo así la oportunidad de poder medir sus prioridades y experimentar más que las generaciones anteriores, es una

generación que creció cada uno con un computador e internet en la casa, Smartphone, televisión con 200+ canales, etc. (Rouse, 2015). Haciendo que esta generación sea más amiga de la tecnología y las redes que en ella se manejan, al igual que se basan en lo que ven en la red para decidir sobre que producto comprar, teniendo más acceso a la información sobre el producto, opiniones de los usuario y pudiendo comparar en un solo punto los precios en diferentes tiendas; después de hacer búsqueda en la web sobre un producto o un servicio frente a la pregunta ¿Cómo comunica a otros sobre un servicio, producto o una marca? El 44% dijo que por medio de un mensaje de texto, 38% por medio de redes sociales, 38% mensaje instantáneo y 16% usan un blog. (Goldman Sachs)

Imagen 1



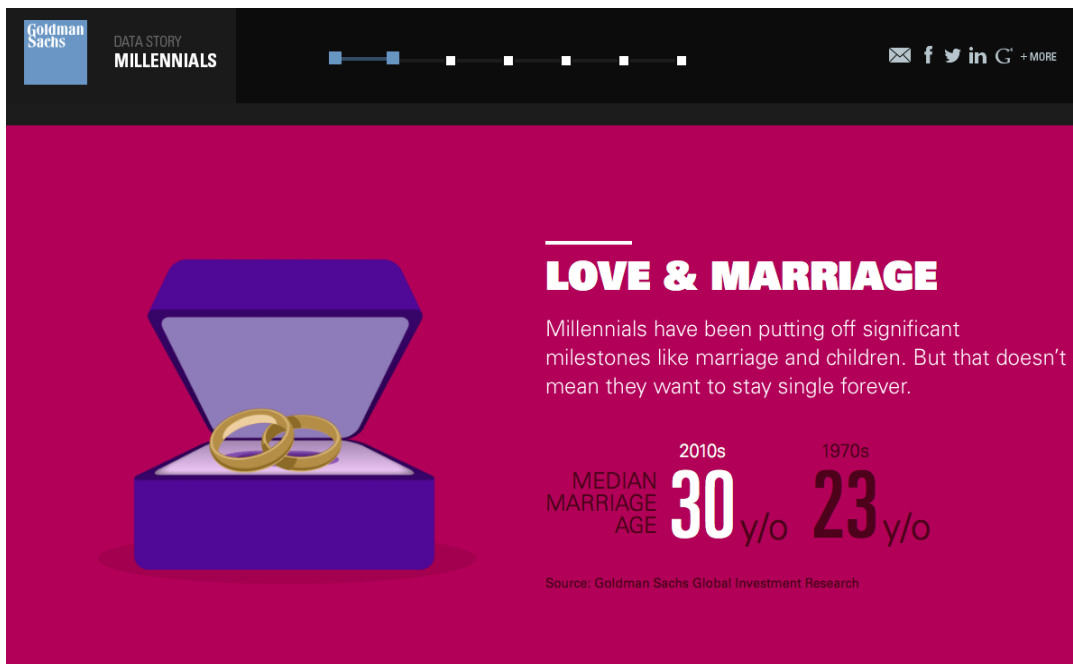
Autor: Goldman Sachs

Para los Millennials la privacidad es equivalente a cuantas personas son aptas para ver sus publicaciones en redes sociales (entre los Millennials el promedio de amigos que tienen en redes como Facebook es de 250 cada uno), se sienten cómodos con estas redes y esto lleva a que son buenos en auto promocionarse, tener conexiones lejanas online; pero también lleva a que se comparen con sus pares, para ellos la imagen es muy importante, fueron los que pusieron en el diccionario Oxford la palabra “Selfie” (autorretratarse con una cámara más comúnmente de una Smartphone) por lo que lo que más se ve en sus redes sociales y más enfatizan son sus buenas

cualidades y las partes emocionantes e importantes de su vida, como por ejemplo el nuevo trabajo, la nueva mascota, el momento de su matrimonio, el anillo de compromiso, los viajes, etc.

Los Millennials están enfocados en el estudio por lo que no le ponen tanta importancia en casarse y tener hijos, eso está haciendo que la edad promedio de los matrimonios suba de 23, como lo era en generaciones pasadas, a los 30 años. (Pew Research Center, 2014)

Imagen 2



Autor: (Goldman Sachs)

Esta es una generación que se ve afectada en gran medida por las tendencias del mercado y como fue mencionado anteriormente por lo que ven en la red, lo cual basado en la tendencia de las propuestas de matrimonio extravagantes que se está presentando en Estados Unidos, la acogida que este tipo de momentos ha tenido en redes sociales y la problemática derivada de esto vimos una gran oportunidad de negocios

Ámbito geográfico

Say Yes está enfocado a todas las personas en una relación que quieren unir u oficializar su relación por medio de cualquier rito y quieren proponer a su pareja matrimonio o en el caso de algunos no creyentes del matrimonio, vivir juntos.

En un comienzo Say Yes se centrará en la ciudad de Bogotá, esto abarca un mercado de alrededor de 10.300 matrimonios anuales como lo veremos más adelante, adicionalmente debido a que nuestro servicio está enfocado en personas con mayores ingresos decidimos centrarnos en los estratos 4, 5 y 6, lo que conlleva a que nuestros clientes inicialmente pertenecen principalmente a las localidades de Usaquén y chapinero.

Público objetivo

Para poder dar una solución creativa lo primero es entender a los usuarios, quienes son los que están directamente afectados por esta problemática; a partir de algunos supuestos, planteamos hipótesis y por medio de entrevistas comprobamos las mismas.

8 de cada 10 pedidas de mano son muy tradicionales.

El 50% de estas propuestas es por falta de creatividad y las demás porque la pareja lo prefiere así.

7 de cada 10 mujeres saben de antemano que les van a proponer matrimonio.

6 de cada 10 pedidas de manos tienen problemas en los preparativos.

2 de esos 6 es por falta de tiempo y los demás por la logística

Para comprobar estas hipótesis decidimos dividir las personas entrevistadas en 2 grandes grupos, solteros o en una relación y comprometidos o casados (menos de 5 años de matrimonio con el fin de medir tendencias actuales).

Al primer grupo se le llevaron a cabo preguntas como las siguientes: ¿Ha pensado alguna vez en que le pidan o pedir la mano? ¿Cómo le gustaría que le propusiera matrimonio o como lo propondría?, ¿qué le parece lo más importante al momento de la propuesta de matrimonio?, ¿qué es lo más difícil al momento de proponer matrimonio?, ¿qué es lo más difícil de plasmar su idea al proponer matrimonio?, ¿cómo cree que a su pareja le gustaría que le propongamos matrimonio? y ¿qué otra propuesta interesante ha escuchado?, entre otras.

Al segundo grupo se les pidió que nos contaran la historia de cómo fue la propuesta y dependiendo de esto hacer más preguntas para conocer a fondo la información brindada, además al igual que al primer grupo se les preguntó, ¿qué fue lo más difícil? ¿Qué fue lo más importante? y ¿si han oído de alguna otra propuesta de matrimonio inolvidable?

Es por esto que para lograr responder toda esta clase de preguntas, fue necesario hacer un estudio de mercado para conocer mejor el sector en el que se va a realizar el proyecto, llevando a cabo a aproximadamente 30 entrevistas a personas estén o no en una relación.

Cliente y consumidor

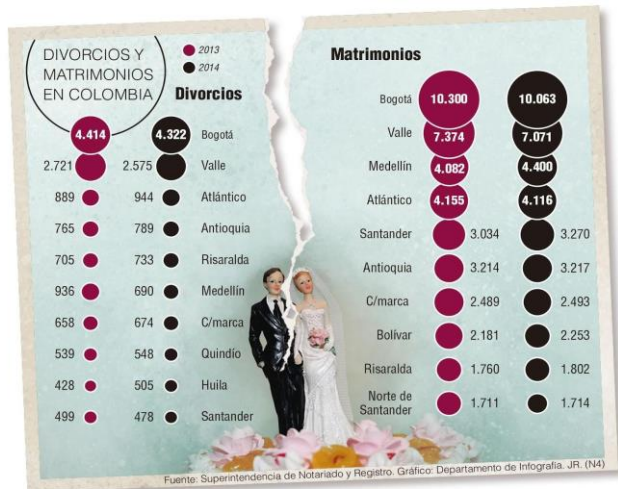
En Say Yes las personas que intervienen principalmente es el consumidor y el influenciador, donde el consumidor principalmente es toda persona que quiera proponerle matrimonio a su pareja de una forma única y especial, sea hombre o mujer; lo que influencia al cliente son las personas que están alrededor y el ámbito que lo rodea, también se ve influenciado por propuestas de las que ha escuchado y todos aquellos que lo aconsejan a la hora de tomar la decisión de qué hacer y desarrollar, además se ve influenciado por tendencias que se muestran en redes sociales y televisión.

Situación del mercado

Según cifras de la Superintendencia de Notariado y Registro Entre enero y mayo del 2015 se registraron 24.206 matrimonios civiles lo que representa un incremento del 1,36 por ciento comparado con idéntico periodo del año anterior, cuando se registraron 23.881. Las ciudades que reportaron mayor cantidad de más matrimonios civiles fueron Bogotá, con 3.839; Medellín 1.591, y Cali 1.522. Estas tres representan el 28,72 por ciento de los matrimonios civiles del país. (Vida, 2015)

Para el 2014 el Superintendente informó que en las notarías de Bogotá se registraron 10.300 matrimonios civiles, En total, en Colombia se realizaron 57.496 matrimonios en el 2014; la cifra creció 1,77 por ciento frente a las uniones realizadas en el 2013, cuando sumaron 56.497. (Portafolio, 2015)

Imagen 3



Fuente: Portafolio, 2015

Teniendo en cuenta que no hay información secundaria al respecto y que en Colombia la mayor parte de personas en estratos bajos vive en unión libre, fue necesario hacer una investigación para poder deducir el porcentaje de matrimonios registrados en estratos altos (Usaquén, Chapinero y la zona oriental de Suba). Para ello recopilamos información de primera mano en 30 notarías de la ciudad (50% estratos altos 50% estratos medio-bajo) lo cual arrojó que en los estratos 4, 5 y 6 se presentan el 38,5% de los matrimonios aproximadamente.

En base a lo anterior podemos concluir que nuestro mercado es de aproximadamente 3.966 compromisos exitosos al año en Bogotá.

Competencia

Descripción de la competencia

- **Directa:** Marry me (en liquidación)

Marry me era una empresa que hasta inicios de este año estaba funcionando en la ciudad de Bogotá, donde ofrecían la organización y planeación de la propuesta de matrimonio, estaba dirigido por Paula Grisales, de la cual desconocemos por qué decidió no continuar con la empresa, actualmente continúa con la página de Facebook en la que la última publicación que hicieron fue el 3 de Mayo del presente año y cerraron la página web aproximadamente en Agosto

de este año, en ella se ofrecían servicios de asesoramiento y logística para las propuestas, después de indagar se encontró que Paula Grisales decidió cerrar la empresa por motivos personales.

- **Indirecta:**

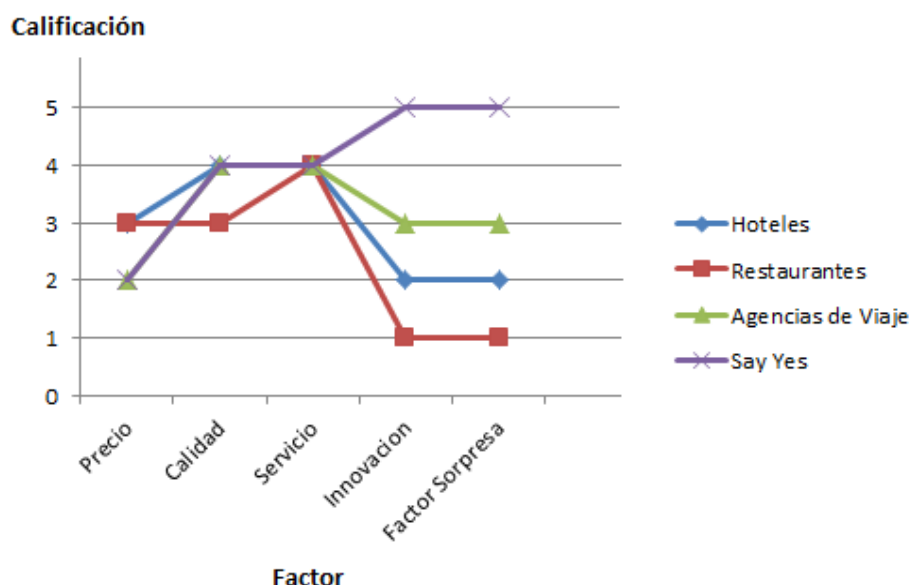
- Restaurantes: Organizan para los clientes cenas románticas, donde estos simplemente llaman a hacer una reserva y dependiendo del restaurante hacen alguna decoración especial en la mesa o un evento especial con música, algunas veces la pareja reserva el restaurante para toda su familia realizando un evento más grande.

- Hoteles: los hoteles se encargan de organizar noches mágicas, donde incluyen una comida especial, la noche en un cuarto de lujo y el desayuno o brunch del día siguiente, algunos hoteles si el cliente lo desea ofrecen también algún plan de Spa en pareja.

- Agencias de viajes: Esta si se desea te organiza un viaje especial con tu pareja donde ofrecen el servicio de transporte puerta a puerta, los pasajes de avión, el hotel y si se requiere a algún restaurante especial o plan especial y la reserva en este.

En un futuro estos y otros serán nuestros aliados estratégicos y/o proveedores.

Grafica 1



Autor: Elaboración propia

Al compararnos con nuestra competencia indirecta vemos que aunque ofrecen mejores precios no poseen elementos que nos hacen diferenciadores como lo son la innovación y el Factor sorpresa, lo cual nos genera una ventaja competitiva.

Precio

Variables para la fijación del precio

Teniendo en cuenta que somos un servicio y cada propuesta de matrimonio es diferente requiriendo diferentes niveles de trabajo, las variables para fijación del precio dependen del evento en sí, se decide que se va a cobrar una comisión por la preparación del evento y una cuota base dependiendo del plan que el cliente elija.

Determinación del precio

Para determinar el precio se decidió fijar la cuota base por la asesoría dividida en 3 planes diferentes, adicional a esto se cobrará una comisión del 10% del total del evento, la cual estará incluida en el presupuesto final del cliente.

Tabla 2

	Plata \$150.000*	Oro \$200.000*	Diamante \$300.000*
Acompañamiento	✓	✓	✓
Planeación	✓	✓	✓
Logística	✓	✓	✓
Fotos	✓	✓	✓
Ideas	✓	2	3
Video	✗	✓	✓
Asesoría personalizada	✗	✓	✓
Anillo	✗	✗	✓

*Estos precios no incluyen el costo del evento el cual deberá ser cubierto por el cliente

Autor: Elaboración propia

Teniendo en cuenta lo anterior decidimos “planear” un evento base y de ahí sacar los costos reales puesto que dentro del análisis de costos además del costo base que tiene cada plan se decidió que se va a cobrar un 10% sobre el valor total del evento por la organización, el evento base que creamos se puede ver en el siguiente cuadro.

Tabla 3

	Plata	Oro	Diamante
Anillo	\$ -	\$ -	\$ 2.000.000,00
Flores	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
Vino	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00	\$ 100.000,00
Parapente	\$ 240.000,00	\$ 240.000,00	\$ 240.000,00
Picnic	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00
Total	\$ 450.000,00	\$ 450.000,00	\$ 2.450.000,00
Comision	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00	\$ 245.000,00
Costo Evento	\$ 495.000,00	\$ 495.000,00	\$ 2.695.000,00
Base Asesoría	\$ 150.000,00	\$ 200.000,00	\$ 300.000,00
Presupuesto Total	\$ 645.000,00	\$ 695.000,00	\$ 2.995.000,00

Autor: Elaboración propia

Se decide fijar una cuota base por la asesoría ya que este fue el valor que se le asignó al tiempo requerido en el asesoramiento, adicional a esto se plantea una comisión del 10% ya que la logística del evento requiere un gasto de tiempo adicional, además de lo anterior se buscó que este precio cubriera tanto costos fijos como variables y adicionalmente dejara un margen de ganancia para el segundo año, lo cual arrojo un margen de contribución del 14,4% como se muestra en la siguiente tabla

Tabla 4

MARGEN DE CONTRIBUCION

[illegible]

Autor: Elaboración propia

Distribución

Canales de distribución

La solución de esta problemática, presentada en la mayoría de parejas de Colombia, se va a llevar a cabo gracias a los conocimientos con los que disponemos, Alicia, Sebastián y María Paula, ya que este proyecto es una idea de jóvenes creativos para parejas que necesitan de esta creatividad.

Sin embargo, nos parece importante empezar a hacer un movimiento entre conocidos y redes, para conocer reacciones y opiniones; entre Alicia y Sebastián debemos poner en práctica lo aprendido en la administración de cómo llamar la atención del mercado, donde María Paula que es profesional en mercadeo y publicidad será la encargada de los visuales y manejo de redes sociales; por otro lado tenemos que pensar en las preguntas clave para desarrollar en la entrevista para explorar ideas, así podremos desarrollar la propuesta de matrimonio ideal para la pareja.

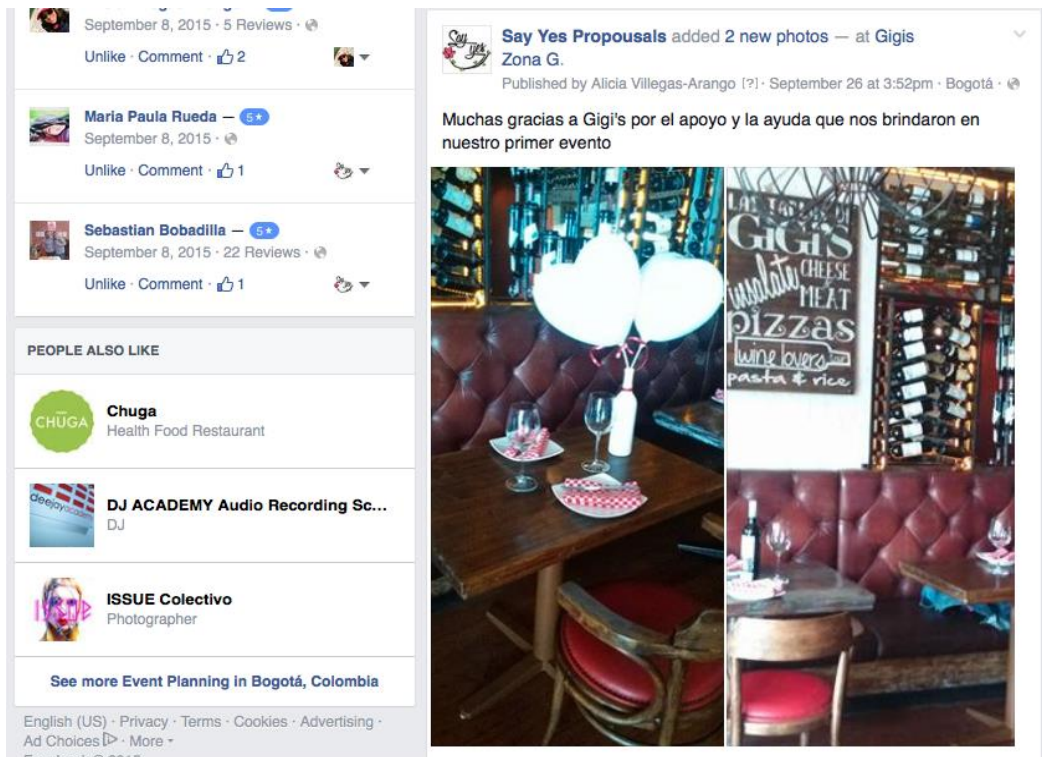
Adicionalmente planeamos crear una página web donde la gente podrá encontrarnos más fácilmente y conocer los servicios que ofrecemos y el contacto.

Imagen 4



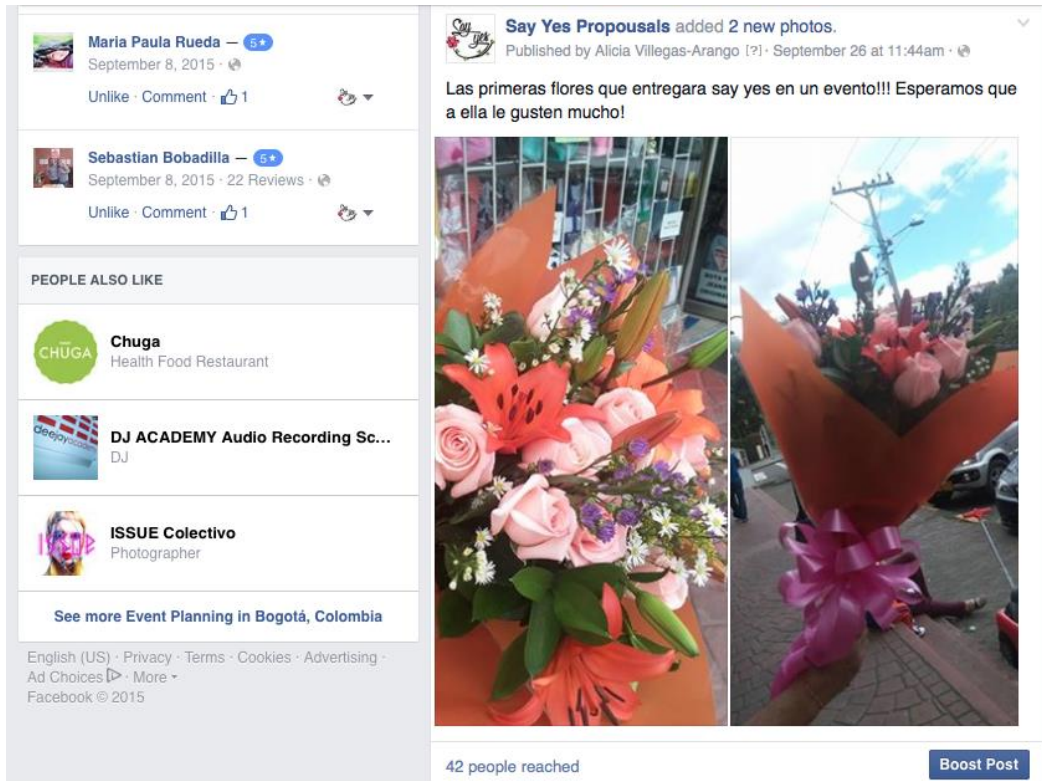
Autor: Elaboración propia (Facebook)

Imagen 5



Autor: Elaboración propia (Facebook)

Imagen 6



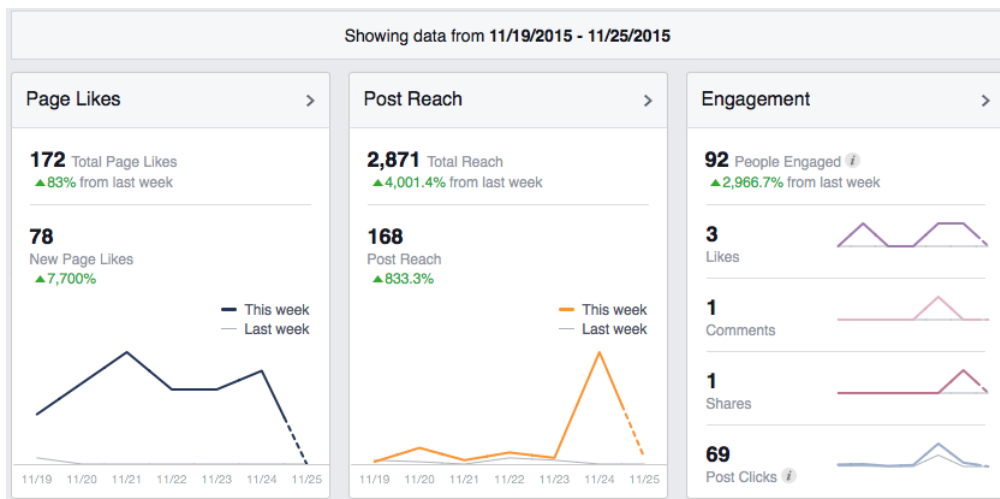
Autor: Elaboración propia (Facebook)

Promoción

Medios de publicidad

Nuestro principal medio de publicidad serán las redes sociales y el voz a voz, actualmente hicimos la prueba de inversión en Facebook en la cual por una semana pagamos \$21.000 con el fin de tener ads publicitarios, por los cuales de 92 likes pudimos subir a 172 y llegar a 2871 personas en ese lapso de tiempo, por lo cual pudimos notar que es una buena forma de tener mayor visibilidad, se puede sectorizar a quienes se quiere llegar, es factible y no muy cara.

Grafica 2



Autor: Elaboración propia (Facebook Adwords)

Imagen 7



Autor: Elaboración propia

Presupuesto de Mercadeo

Tabla 5

Presupuesto Mercadeo	
Pagina Web	\$ 115.341,00
Promocion Facebook diaria	\$ 3.328,00
Promocion Facebook 5 meses	\$ 484.723,00
Publicidad impresa	\$ 115.227,00
TOTAL	\$ 715.291,00

Autor: Elaboración propia

Para llevar a cabo la publicidad y teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, es de gran importancia para Say Yes la publicidad online, para lo cual se debe invertir en tener una página web, adicionalmente se publicitara en ads de Facebook durante 5 meses distribuidos alrededor del año, finalmente teniendo en cuenta que Colombia aun es un país muy tradicional en varios aspectos se decidió hacer una inversión en publicidad impresa con el fin de llegar a más personas. El costo total del mercadeo para el primer año de funcionamiento sería de \$715.291.

Proyecciones de ventas

Proyecciones de ventas anuales

Teniendo en cuenta, los tiempos que pueden requerir la conformación de la empresa, y otros requerimientos para entrar en funcionamiento, decidimos empezar a proyectar nuestras ventas a partir de julio de 2016. Durante nuestro primer año aspiramos lograr llegar al 1,5% de este mercado lo cual se traduce en 59 propuestas distribuidas como se ve en la siguiente tabla:

Tabla 6

PERIODO	Plan			% Ventas año
	Plata	Oro	Diamante	
jul/2016	1	1	1	5,69%
ago/2016	1	1	1	5,69%
sep/2016	3	2	2	12,22%
oct/2016	1	2	1	6,60%
nov/2016	1	2	1	6,60%
dic/2016	3	3	2	13,13%
ene/2017	1	2	1	6,60%
feb/2017	3	3	2	13,13%
mar/2017	1	2	1	6,60%
abr/2017	1	2	1	6,60%
may/2017	1	2	1	6,60%
jun/2017	1	2	2	10,53%

Autor: Elaboración propia

Para el segundo y tercer año buscaremos lograr el 2% y 3% respectivamente, es decir 79 y 119 propuestas anuales

Para llegar a esto nos basamos en nuestra capacidad actual de organización y los proveedores que tenemos en diferentes áreas, adicionalmente teniendo en cuenta que nuestra entrada al mercado es reciente, aún nos estamos dando a conocer lo cual genera que todavía no tengamos el contacto que esperamos con la gente.

PRODUCCIÓN Y CALIDAD

Producción

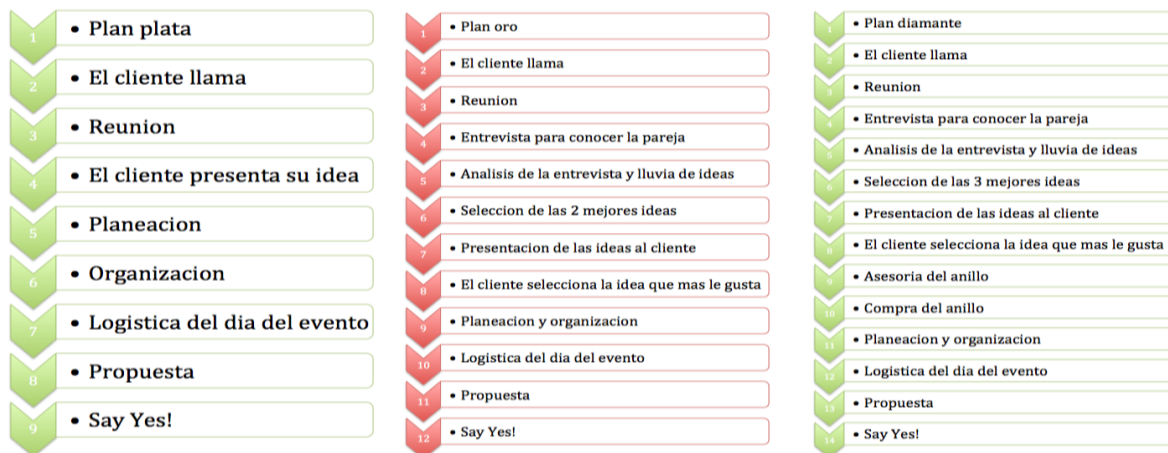
Proceso de elaboración

Para prestar el servicio se llevará a cabo una reunión con el cliente en la cual se conoce el plan a elección de este y dependiendo de esto se desarrollan los pasos necesarios para la elaboración de la propuesta de matrimonio.

Si elige el plan plata el cliente simplemente en la reunión nos cuenta la idea que quiere desarrollar y se inicia el proceso de planeación y organización.

Si elige el plan oro o el plan diamante se hace una reunión con el cliente donde buscamos conocer más sobre su pareja y la relación que tienen, a partir de esto se realiza una lluvia de ideas, con el fin de plantear algunos eventos posibles, luego el cliente selecciona la idea que más le gusta y se empieza el proceso de contactar a nuestros proveedores para plasmar la idea y llevarla a la realidad; la diferencia que tiene el plan oro y el plan diamante principalmente es que en el plan diamante además de esto se le hace un plan de asesoría de la compra del anillo.

Grafico 3



Autor: Elaboración propia

Tecnologías necesarias

Al ser Say Yes una empresa de servicios necesitaremos el uso de herramientas ya existentes como lo son las redes sociales teniendo en cuenta nuestra estrategia de posicionamiento anteriormente mencionadas por lo anterior es necesario el uso de computadores y Smartphone con el fin de estar siempre conectados con nuestros clientes y tener acceso constante a redes sociales y correo electrónico.

Adicionalmente es de vital importancia poder tener una página web para que los clientes tengan acceso fácil a información sobre nuestros servicios por lo cual debemos adquirir el dominio y hosting. También es necesario adquirir las licencias de programas como Photoshop, Final Cut Pro, Illustrator entre otros para el desarrollo de la publicidad.

Finalmente ya que la mejor forma de ofrecer nuestros servicios es mostrando lo que hacemos es necesario tener equipos que nos permitan capturar los momentos siendo necesaria una cámara profesional para luego poner estos videos en nuestras redes sociales y nos permitirá ofrecerle al cliente la posibilidad de tener en video de su propuesta.

Gestión de inventarios (stocks)

Teniendo en cuenta que Say Yes es un servicio y que no producimos nada material, no poseemos inventarios en stock.

Costos

Tabla 7

COMPOSICION DE LOS COSTOS FIJOS		
TIPO DE COSTO	MENSUAL	ANUAL
MANO DE OBRA	\$ -	\$ -
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 65.000	\$ 780.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.754.599	\$ 21.055.191
CREDITOS	\$ -	\$ -
DEPRECIACION	\$ 149.028	\$ 1.788.340
TOTAL	\$ 1.819.599	\$ 23.623.531

Autor: Elaboración propia

Los costos del primer año tienen un total de \$23'623.531, en los cuales no se presupuesta mano de obra ni se manejan créditos, se calcularon unos costos de producción por \$780.000, unos gastos administrativos por \$21'055.191 y una depreciación de \$1'788.340.

Calidad

Control de calidad

Nuestra política de calidad se manifiesta mediante nuestro firme compromiso con los CLIENTES de satisfacer plenamente sus requerimientos y expectativas, para ello garantizamos impulsar una cultura de calidad basada en los principios de honestidad, liderazgo y compromiso de mejora. En el cumplimiento de nuestra Misión, observaremos permanentemente las siguientes aptitudes distintivas para satisfacer nuestros clientes internos y externos:

- **Comunicación Interna y Externa:**
Comunicamos todo de manera sincera, sencilla, precisa, oportuna y personalizada.
- **Creatividad e Innovación:**
Anticipamos las necesidades y deseos de nuestros clientes, compañeros y accionistas, para crear formas nuevas y rentables de satisfacción.
- **Cabalidad:**
Hacemos todo con exactitud y terminamos con precisión aquello a lo que nos comprometemos, cuidando los detalles.
- **Amabilidad en el servicio y agilidad en los procesos**

Para lograr cumplir nuestra política de calidad será necesario llevar a cabo un control en varias de las etapas de proceso en una primera etapa se cuidaran los detalles para brindar un excelente servicio

En las etapas de planeación y organización se tendrá constante contacto con el cliente, además de un control de calidad sobre nuestros proveedores

La última etapa de control es después de llevar a cabo el evento para lo cual vamos a elaborar encuestas de satisfacción no solo de los clientes sino también a su pareja, estas encuestas serán

virtuales y enviadas directamente al correo de estos así en el momento de su respuesta estas mismas se van ponderando y mostrándonos directamente los resultados los cuales analizaremos y mantendremos una mejora continua.

Equipos e infraestructura locativa

Equipos e infraestructura necesarios

Say Yes siendo un servicio los equipos e infraestructura necesarios son básicos, para nosotros seria los 3 computadores (al menos uno con programas de video y diseño), los 3 celulares Smartphone para la comunicación con clientes y proveedores y acceso constante a redes sociales, una cámara profesional o semi-profesional para la documentación nuestra y posterior venta a los clientes.

De infraestructura necesitamos simplemente una oficina de máximo 15 m2 con una mesa tipo sala de juntas pequeña y 5 sillas para poder hacer ahí la entrevista al cliente, hay que tener en cuenta que con el fin de ahorrar costos, esta oficina será compartida la cual ya tenemos con AM confecciones en la 128 con 15 frente a la entrada principal de Unicentro.

Tabla 8

EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA			
ACTIVO	PRECIO MERCADO	CANTIDAD	Total
Camara profesional	\$ 949,000.00	1	\$ 949,000.00
Computador (MacBook Air MJVM2E/A 128GB 1")	\$ 2,148,010.00	3	\$ 6,444,030.00
Impresora (Multifuncional HP 2645la)	\$ 199,000.00	1	\$ 199,000.00
Celular (LENOVO A6000 4G Negro)	\$ 449,900.00	3	\$ 1,349,700.00
Mesa tipo sala de juntas	\$ 819,600.00	1	\$ 819,600.00
Sillas	\$ 149,900.00	5	\$ 749,500.00
Adecuacion oficina			\$ 430,900.00
TOTAL			\$ 10,941,730.00

Autor: Elaboración propia

Seguridad en el trabajo y medio ambiente

Normativa de prevención de riesgos

Al ser una microempresa de servicios no son muchos los riesgos a los que se enfrentan, igual los trabajadores estarán inscritos a ARL y se tendrán los programas de salud ocupacional acorde a la Ley 1562 del 11 de Julio de 2012, cumpliendo las pausas activas para prevención de problemas de espalda, circulación, túnel carpiano y/o cualquier otra lesión que se pueda presentar al estar sentado frente a un computador en un escritorio la mayor parte del día. (Ministerio colombiano del trabajo)

Imagen 8



Imagen tomada de: <http://fastmed.com.ve/pausa-activa/><http://fastmed.com.ve/pausa-activa/>

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Planificación y programación

Planificación de ventas

Say Yes se desarrolla según los criterios de un océano azul, donde el sector estratégico es poco o casi nada explorado, además no existe competencia que entienda las necesidades de creatividad de los clientes, por esto para lograr las ventas esperadas vamos a enfocarnos principalmente en redes sociales y promoción de la página web, posteriormente al desarrollar algunas propuestas, con los videos y fotos recolectadas (y previa autorización de los clientes) se desarrollara un video de promoción el cual se publicará en las redes sociales y se intentara volver viral para que así llegue a más gente y nos contacten muchas más personas al ya ver realmente que hacemos y cómo lo hacemos.

Planificación de personal

Al inicio se planea que los 3 seamos los que organizamos las propuestas de matrimonio por lo tanto no necesitaremos de la contratación de ninguna persona extra, sin embargo ganaremos por honorarios mientras uno de nosotros será el encargado de administrar y ser el representante legal de Say Yes, por lo cual trabajara medio tiempo y se le pagara el sueldo correspondiente.

Planificación de inversiones

Teniendo en cuenta que en su primer año Say Yes no genera ganancias y que además no queremos generar más costos en la empresa, decidimos no tomar un crédito o préstamo, por lo cual es necesario los socios realicen aportes por \$19'500.000 de capital inicial para el sostenimiento de la empresa en los años que no genera ganancias, adicionalmente los socios

realizaron aportes en especie como lo son los implementos necesarios que ya poseen es decir los computadores, una cámara semi-profesional y los celulares por un total de \$8'941.700.

Sistema de evaluación de resultados

Inicialmente nuestras proyecciones y metas están basadas en la cantidad de eventos al año en las cuales por ahora Say Yes está proyectada un lazo medio de 3 años como ya lo hemos nombrado anteriormente, por lo tanto se hará un análisis mensual de la cantidad de eventos en ese mes y si se está cumpliendo como se proyectó, así tenemos un factor a corto plazo y otro a mediano plazo para poder dar referencia y analizar si Say Yes está dando los resultados acordes con lo proyectado y hacer los ajustes necesarios.

Por otro lado y muy ligado a la satisfacción del cliente y calidad del servicio, se hará un análisis a partir de los referidos que tengamos gracias a los cliente puesto esto nos da un indicador de buenos resultados y satisfacción al finalizar un evento y una posible fidelización del cliente.

Organización

Equipo

Organigrama Inicial

Grafico 4



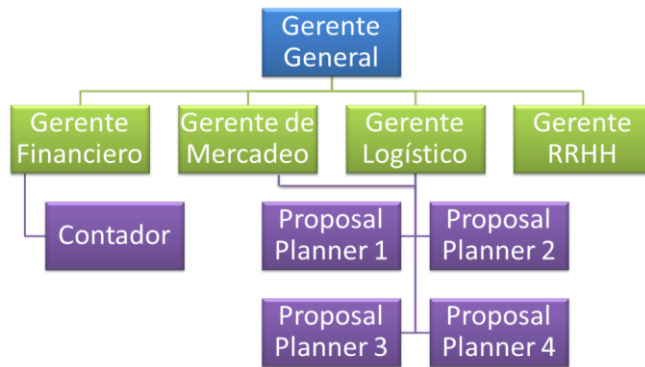
Autor: Elaboración propia

Inicialmente los socios serán los Proposal Planner y se les pagará por Honorarios, así mismo como fue mencionado anteriormente uno tomara la figura de administrador (Representante Legal), quien será el encargado de trabajar medio tiempo administrando la empresa, por lo cual tendrá un salario correspondiente.

Organigrama Futuro

A partir del cuarto año con el crecimiento de la empresa se requerirán algunos Proposal Planners extra que se irán integrando poco a poco, también será necesaria una reestructuración de la empresa de tal forma que los socios pasen a encargarse de otras tareas importantes, para el séptimo año de conformación de la empresa se espera que la siguiente sea la estructura de la compañía.

Grafico 5



Autor: Elaboración propia

Organización del trabajo

En Say Yes tendremos principalmente 2 cargos:

- **Proposal Planner:** el cual en un inicio serán los tres socios. Estos serán los asesores, los cuales tienen que ser personas creativas, carismáticas que tengan buen contacto con las personas, ya que serán los que tienen contacto directo con el cliente y proveedores en el momento de la organización del evento.
- **Representante legal / Gerente general:** esta persona que en un principio será uno de los socios, es la persona encargada de todos los asuntos legales de la empresa y la cara de la misma.

Tabla 9

Cargo	Funciones	Perfil
Proposal planner 1	Encargado de todo lo relacionado con redes sociales, mercadeo, pagina web, etc.	Este cargo lo tendrá María Paula Rueda ella es profesional en Mercadeo y Publicidad del Politécnico Grancolombiano, Tiene buen conocimiento sobre el manejo de redes, personas y clientes puesto que a de mas de trabajar actualmente en el área de mercadeo de El tiempo.
Proposal planner 2	Sera el encargado de todo lo que es el area comercial, logistica y organización del evento, al igual que asistir en la parte de selección de	Este cargo lo tendra Alicia Villegas ella es estudiante de Administracion en logistica y produccion de la Universidad del Rosario, actualmente trabaja en el area comercial y abastecimiento de Cencosud Colombia ayudandole a aprender el manejo de proveedores y el contacto con los mismos.
Proposal planner 3	Finanzas, asistir en recursos humanos, comercial	Este cargo sera asumido por Sebastian Bobadilla Administrador de Negocios Internacionales del Rosario, fue practicante del area Financiera en Pacific Rubiales y trabajo en Bg asociados como Asistente Administrativo.
Gerente	Encargado de la parte legal de la empresa frente a camara de comercio y otras entidades pertinentes. Ademas administrara los recursos de la empresa	

Autor: Elaboración propia

Gestión de personal

Proceso de selección

Inicialmente no se llevara a cabo un proceso de selección ya que estos cargos serán tomados por el equipo emprendedor, sin embargo según cálculos a partir del cuarto año ya tendremos que contratar un Proposal Planner extra por lo cual se contratará en ese momento por medio de una empresa de temporales o directamente en entrevista con nosotros, esta persona tiene que ser una persona carismática, alegre, tenga facilidad para comunicarse en especial con los clientes y proveedores, se le hará análisis de seguridad por lo que si se tiene un cliente con el plan diamante tendrá anillos de hasta \$3'000.000, por lo cual tiene que ser una persona honrada y atenta de los detalles.

A partir del séptimo año se espera poder tener un organigrama más grande, como el descrito anteriormente, para lo cual contrataremos en un inicio una empresa de recursos humanos los cuales ayudarán a conseguir las personas idóneas para cada cargo.

Formación

En un inicio los 3 socios asistiremos a talleres formativos sobre planeación de eventos, al igual que de emprendimiento y formación de empresa, en el momento que se contraten nuevos proposals planners ya se elaborarán talleres y capacitaciones sobre atención al cliente, organización de eventos, entre otros.

Retribución del emprendedor

En un principio el equipo emprendedor se definió que por el bien del proyecto y para que la tasa de retorno sea más rápida ganaremos por honorarios dependiendo de las propuestas que desarrollen, como ya se nombró se decidirá cuál de todos será el representante legal el cual se le asignará un sueldo mínimo de medio tiempo. Estos honorarios equivalen al 8% del total de la venta individual lo cual equivale a un promedio mensual de aproximadamente \$177.000 (se aspira a que cada Proposal Planner realice 1/3 de las ventas) lo cual para el primer año se vería representado de la siguiente manera:

Tabla 10

Mes	Plata	Oro	Diamante	Total Ventas Mes	Honorarios Mes
jul-16	1	0	0	\$ 645.000	\$ 51.600
ago-16	0	1	0	\$ 695.000	\$ 55.600
sep-16	1	0	1	\$ 3.640.000	\$ 291.200
oct-16	0	1	0	\$ 695.000	\$ 55.600
nov-16	1	0	1	\$ 3.640.000	\$ 291.200
dic-16	1	1	1	\$ 4.285.000	\$ 342.800
ene-17	1	0	0	\$ 645.000	\$ 51.600
feb-17	1	1	0	\$ 1.340.000	\$ 107.200
mar-17	0	0	1	\$ 2.995.000	\$ 239.600
abr-17	1	0	0	\$ 645.000	\$ 51.600
may-17	0	1	1	\$ 3.690.000	\$ 295.200
jun-17	0	1	1	\$ 3.690.000	\$ 295.200
				Total Anual	\$ 2.128.400
				Promedio Mensual	\$ 177.367

Autor: Elaboración propia

Sueldos

Como se mencionó anteriormente la única persona que tendrá un sueldo será el representante legal, éste será de \$450.000 más prestaciones legales sin embargo a esto debe sumársele los honorarios ya que también hará las veces de uno de los Proposal Planner.

Tabla 11

CARGO	SALARIO BASE	AUXILIO DE TRANSPORT E	APORTE PA	CARGA PRETACIONAL	SEGURIDAD SOCIAL	TOTAL A PAGAR
Representante legal	\$450,000.00	\$74,000.00	\$47,160.00	\$114,389.20	\$107,420.00	\$792,969.20
						\$792,969.20

Auxilio transporte	\$74,000.00
Parafiscales	
Sena	2%
ICBF	3%
Caja de compensacion familiar	4%
	9%
Carga prestacional	
Cesantias	8.33%
Prima de servicios	8.33%
Vacaciones	4.17%
Intereses sobre cesantias	1% mensual
	21.83%
Seguridad social	
Pension	12.00%
Salud	8.50%
	51.33%

Autor: Elaboración propia

JURÍDICO – TRIBUTARIO

Determinación de la forma jurídica

Determinación de la forma jurídica

El proyecto Say Yes será un tipo de Sociedad por Acciones Simplificada declarada a través de la Ley 1258 de 2008 bajo el diario oficial No. 47.194 del 5 de diciembre de 2008. Como disposiciones generales se tiene en cuenta:

- ARTÍCULO 1o. *CONSTITUCIÓN*. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- ARTÍCULO 2o. *PERSONALIDAD JURÍDICA*. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.
 - ARTÍCULO 3o. *NATURALEZA*. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.
 - ARTÍCULO 4o. *IMPOSIBILIDAD DE NEGOCIAR VALORES EN EL MERCADO PÚBLICO*. Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

Pasos para la tramitación de la forma jurídica de tu empresa

De acuerdo al capítulo II de la Ley 1258 de 2008:

CONSTITUCIÓN Y PRUEBA DE LA SOCIEDAD.

- ARTÍCULO 5o. *CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN*. La sociedad

por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

1. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “*sociedad por acciones simplificada*”; o de las letras S.A.S.}
3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
4. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

PARÁGRAFO 10. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

PARÁGRAFO 2o. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes. (Secretaría del senado)

Costo

- La solicitud de PRE-RUT, es un trámite enteramente gratuito.
- Teniendo en cuenta que se desea constituir una compañía, tipo S.A.S, no es necesario que los estatutos consten en escritura pública, sólo deberá ser autenticada en la notaría más cercana. El valor de una autenticación es de \$3.450 por firma y huella.
- El registro de la empresa en cámara de comercio, genera un impuesto de registro con cuantía que corresponde al 0.7% sobre el valor del capital suscrito.
- Los derechos de inscripción corresponden a \$32.000 por el registro del documento.
- Si se vincula a los beneficios de la Ley 1429, el costo de la matrícula del primer año es gratuita
- El formulario de Registro Único Empresarial: \$4.000.
- La apertura de la cuenta en un banco, requisito fundamental para establecer el RUT como definitivo, no genera costos.
- Tanto para la entidad bancaria, como para la cámara de comercio es necesario contar con certificados originales de existencia y representación legal, el valor de éstos es de aproximadamente \$4.300.
- Los trámites ante la DIAN se atienden de forma gratuita.
- La inscripción de los libros obligatorios, que son, el libro de actas, y de accionistas tiene un costo de \$10.300 por cada libro que desee registrar sin importar el número de hojas.

Tabla 12

Rubro	Valor
Atenticación Notarial (3 socios)	\$ 10.350,00
Registro Camara de comercio	\$ 199.091,90
Formulario de Registro	\$ 4.000,00
Derecho de Inscripción	\$ 32.000,00
Certificaciones de existencia (2)	\$ 8.600,00
Inscripción de Libros	\$ 10.300,00

Autor: (GLC Consultores, 2015)

Aspectos laborales del emprendedor

Seguridad social del emprendedor

Al estar bajo un régimen de ganancias por honorarios nosotros individualmente pagaríamos nuestra seguridad social a diferencia del que sea el representante legal que como ya se nombró anteriormente si tendrá un sueldo en el cual se pagan parafiscales, seguridad social y carga prestacional.

Aspectos laborales y seguridad social de los trabajadores

Obligaciones tributarias o fiscales

Impuestos

- Impuesto de renta: según la ley 1429 de 2010 las pequeñas empresas que inician actividad a partir de la entrada en vigencia de la misma tendrán beneficios durante los primeros 5 años sobre el impuesto de renta, quedando exentos los primeros 2 años y a partir del tercero y en los siguientes años aumentará 25% sobre la tarifa correspondiente a

este impuesto hasta el sexto año que deberá pagarse el 100% del mismo.

- ICA: el impuesto de industria y comercio, aviso y Tableros (ICA) es un gravamen de carácter municipal que grava toda actividad industrial, comercial o de servicios que se realiza en Bogotá en forma ocasional o permanente con o sin establecimientos. En el caso de nuestro Servicio este corresponde a \$9,66 por cada \$1.000.
- 4 por mil gravamen a movimientos financieros.

Permisos, licencias y documentación oficial

Documentación oficial

Las personas obligadas a llevar contabilidad, deben registrar en la Cámara de comercio los Libros de contabilidad que por ley son obligatorios, y aquellos que considere necesarios:

- **Libro Mayor y Balances:** Es el resumen del movimiento mensual de las cuentas, es decir Balances generales y de prueba y los estados de resultados.
- **Libro de inventarios y balances:** Corresponde al libro que de acuerdo al artículo 52 del Código de comercio, todo comerciante al iniciar el negocio y por lo menos una vez al año debe elaborar un inventario y un balance que le permitan conocer la situación del negocio, del cumplimiento de esta obligación deberá dejar constancia en este libro.
- **Libro diario:** Este libro permite detallar los comprobantes diarios en forma cronológica con el fin de obtener los datos resumidos para registrar el libro mayor y balances.
- **Libros auxiliares:** No requieren registro y se llevan en forma permanente y detallada por cada cuenta contable, son ejemplo de ellos el libro de caja, el libro de bancos, el libro de cuentas por cobrar entre otros.
- **Otros:** Libros de actas de asamblea general de socios y libro de registro de socios o accionistas. (Gerencie.com, 2010)

Cobertura de responsabilidades

Seguros

Seguros en específico Say Yes no necesitará puesto que es una empresa de servicio, en un futuro necesitara seguro sobre planta y equipo, por otro lado los proveedores que desarrollen alguna actividad especial como los deportes tendrán de sus propios seguros de riesgos para los clientes.

Patentes, marcas y otros tipos de registros

Registro de dominio

La creación de Landing Page se llevará a cabo por medio de la plataforma wix, la cual ofrece plantillas para que el cliente cree su propia página web, en la que se contratará un plan con un costo de \$18.000 mensuales incluyendo el dominio y los correos electrónicos para un total de \$216.000 anual.

FINANCIERO

Plan financiero

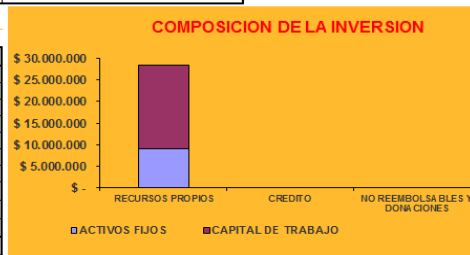
Inversión total inicial y Estructura de financiamiento

Tabla 13

RESUMEN DE INVERSION Y FINANCIACION

RESUMEN DE INVERSION Y FINANCIACION									
	RECURSOS PROPIOS			CREDITO		NO REEMBOLSABLES Y DONACIONES		TOTAL	
ACTIVOS FIJOS	\$	8.941.700	31%	\$	-	\$	-	\$	8.941.700 31%
CAPITAL DE TRABAJO	\$	19.500.000	69%	\$	-	\$	-	\$	19.500.000 69%
Total general	\$	28.441.700		\$	-	\$	-	\$	28.441.700
DISTRIBUCION INVERSION	100,00%								

ACTIVOS FIJOS				
Periodo de inversión:	TOTAL			
	APORTES	CRÉDITO	OTRAS FUENTES	TOTAL
TERRENOS				
EDIFICIOS				
MAQUINAS				
EQUIPOS	8.941.700			8.941.700
VEHICULOS				
MUEBLES Y ENSERES				
HERRAMIENTAS				
COMPUTAD. PRODUC.				
COMPUTAD. ADMON.				
CAPITAL DE TRABAJO	19.500.000			19.500.000
TOTAL	28.441.700			28.441.700



Autor: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que en su primer año Say Yes no genera ganancias y que además no queremos generar más costos en la empresa, decidimos no tomar un crédito o préstamo, por lo cual es necesario que cada socio realice aportes por \$6'500.000 para un total de \$19'500.000 de capital inicial para cubrir los gastos necesarios e imprevistos que se presenten, adicionalmente los socios realizaron aportes en especie como lo son los implementos necesarios que ya poseen es decir los computadores, una cámara semi-profesional y los celulares por un total de \$8'941.700. La inversión total para a la realización del proyecto es de \$26'941.700. El 100% son recursos propios aportados por los socios, de los cuales se destina para capital de trabajo el 69% y para activos fijos el 31%.

Presupuesto de ingresos

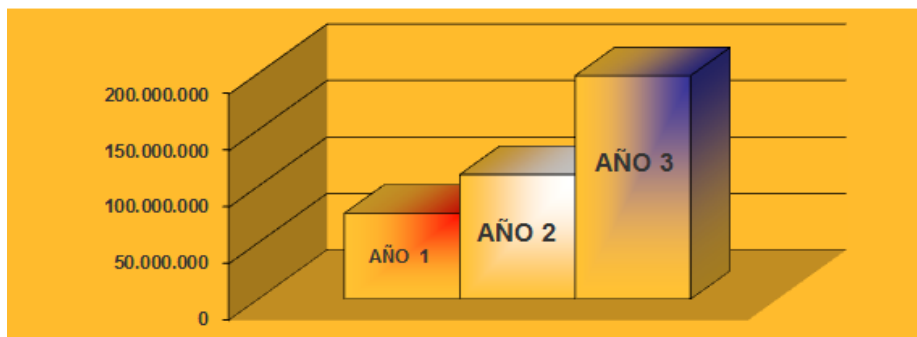
Tabla 14

VENTAS PROYECTADAS AÑOS 2 Y 3

PERIODO	\$	PROM.MES	CRECIMIENTO
AÑO 1	76.210.000	6.350.833	ANUAL
AÑO 2	110.417.250	9.201.438	44,89%
AÑO 3	197.984.863	16.498.739	79,31%

Autor: Elaboración propia

Grafico 6



Autor: Elaboración propia

En el primer año se tendrán unos ingresos de \$76'210.000 para el segundo año se presupuesta incrementar las ventas en un 44,89% teniendo ventas promedio mensuales de \$9'201.438 es decir \$110'417.250 en el año, para el tercero se esperan tener unas ventas mensuales promedio de \$16'498.739 que representan en el año \$197'984.863, logrando así un crecimiento del 79,31% basado en el año anterior. Esto se puede ver reflejado en el porcentaje del mercado que proyectamos abarcar cada año con el 1,5%, 2% y 3% respectivamente.

Tabla 15

MARGEN DE CONTRIBUCION

PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	MATERIA PRIMA	M.O. VARIABLE	GASTOS DE VENTA	TOTAL COSTOS VARIABLES	MARGEN DE CONTRIBUCION	CONTRIBUCION A VENTAS	TOTAL
Plata	645.000	450.000	0	60.411	510.411	134.589	20,87%	15,23%
Oro	695.000	450.000	0	65.094	515.094	179.906	25,89%	21,89%
Diamante	2.995.000	2.450.000	0	280.512	2.730.512	264.488	8,83%	62,88%
AÑO 2							100,00%	14,40%

Autor: Elaboración propia

Sin embargo, hay que tener en cuenta los costos variables de estas ventas y su margen de contribución.

Costos indirectos

Tabla 16
COMPOSICION DE LOS COSTOS FIJOS

TIPO DE COSTO	MENSUAL	ANUAL
MANO DE OBRA	\$ -	\$ -
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 65.000	\$ 780.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.754.599	\$ 21.055.191
CREDITOS	\$ -	\$ -
DEPRECIACION	\$ 149.028	\$ 1.788.340
TOTAL	\$ 1.819.599	\$ 23.623.531

Autor: Elaboración propia

La mayor parte de los costos indirectos se evidencian en los administrativos, que corresponden a arriendo de oficina, nómina, papelería y demás gastos de oficina representando el 90,47% de los costos fijos, adicionalmente se debe tener en cuenta la depreciación de los equipos \$1'788.340 anuales.

Utilidades y política de su distribución

Como se evidencia en el siguiente cuadro, para los 2 primeros años no se genera utilidad, a partir del tercer año empieza a darse una recuperación de la inversión, por lo cual se ha decidido no realizar distribución de utilidades hasta que la empresa se haya estabilizado económicamente y genere las suficientes ganancias como para reinvertir parte del dinero y generar utilidades para los socios las cuales en su momento se repartirán en partes iguales ya que la proporción de inversión de estos es la misma lo cual se espera se dé entre el cuarto y quinto año.

Tabla 17

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	76.210.000	110.417.250	197.984.863
UTILIDAD BRUTA	15.541.660	32.261.710	72.569.643
UTILIDAD OPERACIONAL	(12.651.360)	(962.361)	29.020.377
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	(15.051.360)	(3.362.361)	26.620.377
UTILIDAD NETA	\$ -15.051.360	\$ -3.362.361	\$ 24.424.196

Autor: Elaboración propia

Impuestos

Como fue mencionado anteriormente según la ley 1429 de 2010 solo hasta el año 3 se debe hacer el pago del impuesto de renta, correspondiente al 8,25% de la utilidad operacional según el beneficio al que Say Yes se acogerá para un pago de \$2'196.181.

En cuanto al ICA corresponde a \$9,66 por cada \$1000 pesos vendidos como se muestra a continuación.

Tabla 18

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	76.210.000	110.417.250	197.984.863
ICA a Pagar	736.189	1.066.631	1.912.534

Autor: Elaboración propia

Finalmente el 4 por mil corresponde a los movimientos bancarios que sean realizados.

Sistema de cobros y pagos

Se le cobrará al cliente una parte al iniciar el servicio y una última parte al finalizar, al igual que Say Yes le pagará a los proveedores de la misma manera; todo esto al ser en un plazo menor a 30 días se considera un sistema de cobros y pagos de contado.

Resumen de los datos financieros más relevantes

Proyecciones contables

Punto de equilibrio operativo

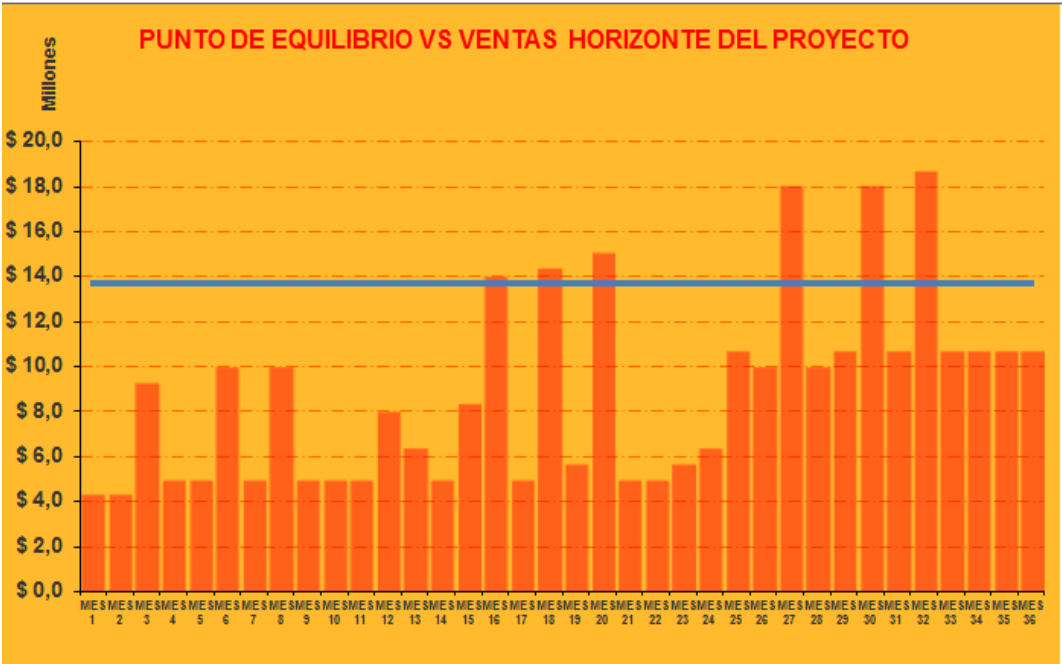
Tabla 19

PRODUCTOS	VENTAS ANUALES	UNIDADES ANUALES	VENTAS MENSUALES	UNIDADES MENSUALES
Plata	24.996.802	39	2.083.067	3,23
Oro	35.912.718	52	2.992.726	4,31
Diamante	103.173.708	34	8.597.809	2,87
TOTAL VENTAS ANUALES	\$ 164.083.228	VENTAS MENSUALES	\$ 13.673.602	

Autor: Elaboración propia

Teniendo en cuenta la estructura de costos y gastos fijos y el margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión que la organización requiere vender \$ 164’083.228 al año para no perder ni ganar dinero y se requieren ventas mensuales promedio de \$13’673.602.

Grafico 7



Autor: Elaboración propia

Como se puede notar en la tabla, este punto de equilibrio se toca en el mes 16 y es superado ese mismo año en los meses 18 y 19, también se puede notar que el tercer año es superado en los meses altos como lo son los meses 27, 30 y 32 aunque no es sobrepasado en su totalidad en ninguno de los 3 años.

Flujo de caja proyectado

Tabla 20

FLUJO DE FONDOS MENSUAL													
CONCEPTO	PRED PER.	ME 1	ME 2	ME 3	ME 4	ME 5	ME 6	ME 7	ME 8	ME 9	ME 10	ME 11	ME 12
INGRESOS OPERATIVOS													
VENTAS DE CONTADO		4,335,000	4,335,000	9,315,000	5,030,000	5,030,000	10,010,000	5,030,000	10,010,000	5,030,000	5,030,000	5,030,000	8,025,000
VENTAS A 30 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A 60 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A 90 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A 120 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS A 150 DIAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	0	4,335,000	4,335,000	9,315,000	5,030,000	5,030,000	10,010,000	5,030,000	10,010,000	5,030,000	5,030,000	5,030,000	8,025,000
EGRESOS OPERATIVOS													
MATERIA PRIMA	0	3,350,000	3,350,000	7,150,000	3,800,000	3,800,000	7,600,000	3,800,000	7,600,000	3,800,000	3,800,000	3,800,000	5,250,000
GASTOS DE VENTA	406,016	406,016	406,016	872,443	471,110	471,110	937,537	471,110	937,537	471,110	471,110	471,110	751,622
MANO DE OBRA VARIABLE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OTROS COSTOS DE PRODUCCION	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1,754,599	1,754,599	1,754,599	1,754,599	1,754,599	1,754,599	1,754,599	1,754,599	1,754,599	1,754,599	1,754,599	1,754,599	1,754,599
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	0	6,676,816	6,676,816	9,342,042	8,090,709	8,090,709	10,367,138	8,090,709	10,367,138	8,090,709	8,090,709	8,090,709	8,321,221
FLUJO NETO OPERATIVO	0	(1,240,816)	(1,240,816)	(627,042)	(1,060,709)	(1,060,709)	(347,138)	(1,060,709)	(347,138)	(1,060,709)	(1,060,709)	(1,060,709)	(796,221)
INGRESOS NO OPERATIVOS													
APORTES													
ACTIVOS FIJOS	8,941,700				0			0			0		
CAPITAL DE TRABAJO	19,500,000				0			0			0		
FINANCIACION													
ACTIVOS FIJOS	0				0			0			0		
CAPITAL DE TRABAJO	0			0				0			0		
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	28,441,700	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EGRESOS NO OPERATIVOS	7,200,000												
GASTOS PREOPERATIVOS	7,200,000												
AMORTIZACIONES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IMPUESTOS													
ACTIVOS DIFERIDOS													
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	8,941,700				0			0			0		
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	16,141,700	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO NETO NO OPERATIVO	12,300,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO NETO	\$ 12,300,000	\$ -1,240,816	\$ -1,240,816	\$ -627,042	\$ -1,060,709	\$ -1,060,709	\$ -347,138	\$ -1,060,709	\$ -347,138	\$ -1,060,709	\$ -1,060,709	\$ -1,060,709	\$ -796,221
* SALDO INICIAL	\$ 12,300,000	\$ 12,300,000	\$ 11,059,386	\$ 9,818,769	\$ 8,291,727	\$ 6,231,018	\$ 7,170,309	\$ 6,323,173	\$ 6,762,484	\$ 6,416,328	\$ 4,364,819	\$ 3,293,910	\$ 2,233,201
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ 12,300,000	\$ 11,059,386	\$ 9,818,769	\$ 8,291,727	\$ 6,231,018	\$ 7,170,309	\$ 6,323,173	\$ 6,762,484	\$ 6,416,328	\$ 4,364,819	\$ 3,293,910	\$ 2,233,201	\$ 1,436,980

Autor: Elaboración propia

Para el primer año no se alcanza punto de equilibrio en ninguno de los meses, pero en los tres meses que teniendo en cuenta las fechas especiales, se decidió plantear un pico de ventas (meses están relacionados con san Valentine, amor y amistad y navidad y año nuevo) son los meses en los que se genera menor pérdida.

Al ver el flujo del primer año, podemos observar que es necesaria tener una inversión inicial para cubrir los gastos y tener un remanente para imprevistos hasta que se alcance el punto de equilibrio, es así que se define que esta inversión inicial debe ser \$19'500.000 adicional a la

inversión en los equipos necesarios para el desarrollo de la actividad económica los cuales serán aportados en especie por los socios.

Balance general primer año de operación

Tabla 21

ACTIVO	INICIAL	AÑO 1
CAJA	12.300.000	1.436.980
CUENTAS POR COBRAR		
INVENTARIOS		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	12.300.000	1.436.980
ACTIVOS SIN DEPRECIACION	8.941.700	8.941.700
DEPRECIACION		1.788.340
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	8.941.700	7.153.360
OTROS ACTIVOS	7.200.000	4.800.000
TOTAL ACTIVOS	28.441.700	13.390.340
PASIVO		
CUENTAS POR PAGAR		
PRESTAMOS		
IMPUESTOS POR PAGAR		
PRESTACIONES SOCIALES		
TOTAL PASIVO		
PATRIMONIO		
CAPITAL	28.441.700	28.441.700
UTILIDADES RETENIDAS		
UTILIDADES DEL EJERCICIO		(15.051.360)
TOTAL PATRIMONIO	28.441.700	13.390.340
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	28.441.700	13.390.340

Autor: Elaboración propia

Debido al costo de cubrir los gastos del primer año el patrimonio se ve fuertemente reducido y al igual que el efectivo, sin embargo no se tiene pasivo ya que no se solicitaran préstamos y las cuentas se pagan de contado, se prevé que para el 3 año de funcionamiento se recupere la mayor parte del patrimonio y el efectivo, para poder invertir a partir del cuarto año en equipos y nuevos medio de comunicación que generen un mayor crecimiento para la empresa.

Indicadores de rentabilidad económica y financiera

- TIR: Con el análisis financiero de Say Yes, este arroja una rentabilidad del 5,37% promedio anual, se puede notar que está muy cerca de la rentabilidad o interés de oportunidad esperada pero igual esta baja, esto puede ser modificada revisando las proyecciones de las ventas.

- VPN: El interés de oportunidad esperado por nosotros es del 5% donde al tener los calculo pudimos ver que el valor arrojado en la tabla es de \$289.769, al ser menor al millón pero no ser una perdida se considera que no es indiferente si se invierte o no en el proyecto.
- PRI: En los tres primero años Say Yes tiene utilidades inferiores a la inversión por lo tanto se considera que para recuperar la inversión Say Yes necesita más de tres años.

Análisis de sensibilidad.

- Variación a las ventas

Tabla 22

SENSIBILIDAD DEL PROYECTO EN UTILIDAD AÑO 1

	INCREMENTO DE			
		-10 %	10 %	20 %
CUENTA	AÑO 1	AÑO 1	AÑO 1	AÑO 1
VENTAS	76.210.000	68.589.000	83.831.000	91.452.000
+ COMPRAS + MANO DE OBRA VARIABLE	58.100.000	52.290.000	63.910.000	69.720.000
+ MANO DE OBRA FIJA	0	0	0	0
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	780.000	780.000	780.000	780.000
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	1.788.340	1.788.340	1.788.340	1.788.340
TOTAL COSTO DE VENTAS	60.668.340	54.858.340	66.478.340	72.288.340
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	15.541.660	13.730.660	17.352.660	19.163.660
GASTOS ADMINISTRATIVOS	21.055.191	21.055.191	21.055.191	21.055.191
GASTOS DE VENTAS	7.137.829	6.424.046	7.851.611	8.565.394
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	-12.651.360	-13.748.577	-11.554.142	-10.456.925
- GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0
- GASTOS PREOPERATIVOS	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	-15.051.360	-16.148.577	-13.954.142	-12.856.925
IMPUESTOS	0	0	0	0
UTILIDAD NETA	-15.051.360	-16.148.577	-13.954.142	-12.856.925
RENTABILIDAD/VENTAS	-19,75%	-23,54%	-16,65%	-14,06%
RENTABILIDAD/INVERSIÓN	-112,40%	-120,60%	-104,21%	-96,02%

Autor: Elaboración propia

- Variación Costos Fijos

Tabla 23

SENSIBILIDAD DEL PROYECTO EN UTILIDAD AÑO 1

	INCREMENTO DE			
		-10 %	10 %	20 %
CUENTA	AÑO 1	AÑO 1	AÑO 1	AÑO 1
VENTAS	76.210.000	76.210.000	76.210.000	76.210.000
+ COMPRAS + MANO DE OBRA VARIABLE	58.100.000	52.290.000	63.910.000	69.720.000
+ MANO DE OBRA FIJA	DATOS DEL AÑO RESPECTIVO			0
			0	0
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	780.000	780.000	780.000	780.000
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	1.788.340	1.788.340	1.788.340	1.788.340
TOTAL COSTO DE VENTAS	60.668.340	54.858.340	66.478.340	72.288.340
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	15.541.660	21.351.660	9.731.660	3.921.660
GASTOS ADMINISTRATIVOS	21.055.191	21.055.191	21.055.191	21.055.191
GASTOS DE VENTAS	7.137.829	6.424.046	7.851.611	8.565.394
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	-12.651.360	-6.127.577	-19.175.142	-25.698.925
- GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0
- GASTOS PREOPERATIVOS	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	-15.051.360	-8.527.577	-21.575.142	-28.098.925
IMPUESTOS	0	0	0	0
UTILIDAD NETA	-15.051.360	-8.527.577	-21.575.142	-28.098.925
RENTABILIDAD/VENTAS	-19,75%	-11,19%	-28,31%	-36,87%
RENTABILIDAD/INVERSIÓN	-112,40%	-63,68%	-161,12%	-209,84%

Autor: Elaboración propia

- Variación Costos Variables

Tabla 24

SENSIBILIDAD DEL PROYECTO EN UTILIDAD AÑO 1				
	INCREMENTO DE			
		-10 %	10 %	20 %
CUENTA	AÑO 1	AÑO 1	AÑO 1	AÑO 1
VENTAS	76.210.000	76.210.000	76.210.000	76.210.000
+ COMPRAS + MANO DE OBRA VARIABLE	58.100.000	58.100.000	58.100.000	58.100.000
+ MANO DE OBRA FIJA	0	0	0	0
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	780.000	702.000	858.000	936.000
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	1.788.340	1.788.340	1.788.340	1.788.340
TOTAL COSTO DE VENTAS	60.668.340	60.590.340	60.746.340	60.824.340
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	15.541.660	15.619.660	15.463.660	15.385.660
GASTOS ADMINISTRATIVOS	21.055.191	18.949.672	23.160.710	25.266.229
GASTOS DE VENTAS	7.137.829	7.137.829	7.137.829	7.137.829
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	-12.651.360	-10.467.841	-14.834.879	-17.018.398
- GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0
- GASTOS PREOPERATIVOS	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	-15.051.360	-12.867.841	-17.234.879	-19.418.398
IMPUESTOS	0	0	0	0
UTILIDAD NETA	-15.051.360	-12.867.841	-17.234.879	-19.418.398
RENTABILIDAD/VENTAS	-19,75%	-16,88%	-22,61%	-25,48%
RENTABILIDAD/INVERSIÓN	-112,40%	-96,10%	-128,71%	-145,02%

Autor: Elaboración propia

Luego de analizar la variación en las utilidades netas para el primer año a partir de 3 factores (ventas, costos Fijos y costos variables) podemos observar que Say yes es bastante susceptible al cambio, cabe anotar que la variable que más afecta las utilidades son los costos variables, seguidos por los costos fijos, por lo cual se debe buscar la forma de reducir los costos de administración y ventas con el fin de generar mayores ingresos a la compañía.

VALORACIÓN

Análisis de puntos fuertes y débiles

Puntos fuertes

Entre los factores a favor se encuentran:

- Como toda empresa va a ser de suma importancia la administración responsable del establecimiento para que este llegue a ser lucrativo, además, tener en cuenta algunos recursos y el adecuado manejo de inventarios a través de un software adecuado
- Nuestros productos serán de excelente calidad y esto generara un alto nivel de fidelización por la calidad ofrecida, la exclusividad de los productos y el buen servicio; un aspecto positivo será el de la relación que se generará a través de la mutua confianza entre clientes y nosotros.
- Fortalecimiento de las relaciones con los proveedores, es decir, una estrecha relación y una ayuda entre los periodos de negociación y condiciones de pago acarreado una generación de perdurabilidad y estabilidad para la compañía.
- Con la ayuda de no sólo nuestros clientes sino también la ayuda de nuestros colaboradores habrá una posibilidad de expansión y crecimiento de la empresa a partir de propuestas para el cliente, una reestructuración y mayor dinamismo interno como externo y un excelente servicio post-venta.
- Aunque se podrá encontrar competencia, normal en todos los sectores, Say Yes ofrecerá una propuesta única e inusual cumpliendo con los estándares más exigentes de nuestros clientes, además de ofrecer un servicio diferenciador en la oferta de sus productos.

- La compañía cuenta con personas responsables, íntegras y entregadas hacia el objetivo de la misma. Su estructura organizacional cuenta con valores como la perseverancia, trabajo en equipo, responsabilidad, respeto y el empeño por crecer cada día más.

Puntos débiles

Entre los aspectos negativos se encuentran:

- Falta de conocimiento del tipo de cliente y la aceptación de este frente al producto; como parte se crearán especulaciones o inferencia a lo desconocido, lo cual podría perjudicar de manera grave ya que es un escenario no conocido y con riesgo.
- Al ser una empresa nueva en el mercado, se maneja una situación de alto nivel de incertidumbre por la cual los consumidores querrán indagar de qué se tratará la compañía. Las empresas ya conocidas pueden obtener ventajas competitivas debido al conocimiento como parte de la cotidianidad, aunque es nuestro fin que las personas les llegue nuestra información por lo cual se hará reconocida por voz a voz al principio.
- Al ver que la empresa va a estar en crecimiento la empresa tendrá que contratar más personal por lo cual se deberá de tener en cuenta cierto riesgo y las capacidades de estos. La imagen de la misma estará representada por el recurso humano y sus habilidades en el servicio.
- Con el fin de obtener los resultados previos, es de necesidad que la empresa invierta en actividades de Marketing cuya promoción y publicidad será de suma importancia dentro del proyecto.
- Existen competidores en el sector que son fácilmente identificables que poseen un mercado fijo y una propuesta diferente pero a la vez de ninguna manera igual a la nuestra.
- Para el comienzo, la propuesta generará incertidumbre en el cómo los bancos crearán una confianza en torno al funcionamiento, financiamiento y las agentes externos como la inflación y la determinación de precios.

Debilidades

- La acogida por parte del público nos costará un poco más llegar hacia el sector estratégico escogido

- Carencia de promoción y publicidad
- Una armonía entre el tiempo y el espacio para llevar a cabo la actividad de propuesta

Fortalezas

- Buen desempeño de los sistemas de información.
- Personal competitivo.
- Excelente capacitación al personal en términos de planeación.
- Ubicación fácil de acceder, la zona de Santa Bárbara. Se puede llegar en bus, o en Transmilenio, de igual manera, la oficina se encontrara en una edificación conocida con el fin que sea fácil de ubicar.
- Agrupación y organización de actividades que puedan generar desorientación en nuestros clientes.

Oportunidades

- Si se tiene el éxito esperado a largo plazo; se podrá hablar de adquisición de nuevas tecnologías que contribuyan a la mejora de producto y ermita la creación de productos nunca antes vistos.
- Al ser un mercado que no ha sido explorado completamente, obtendremos una ventaja a comparación de las personas que entraran después; claro está, que hay que generar una ventaja competitiva con el fin de ser una de las empresas líderes en el mercado.
- Brindar alta calidad en el servicio con el personal capacitado en atención al cliente.
- Al ser un producto único dentro del sector y del mercado, será pionero en el mismo; como ya lo mencionamos acerca de nuestra ventaja comparativa, se logrará posicionarse y diferenciarse de nuestros competidores.

Amenazas

- Desempleo en el país

- Variación del poder adquisitivo de las personas
- Nuestro mayor competidor es la empresa en liquidación Marry Me la cual ofrece servicios similares.
- Las competencias indirectas (restaurantes, hoteles) los cuales en el largo plazo serán nuestros aliados estratégicos
- Poco crecimiento en la economía colombiano.
- Cambios en el entorno.
- Prestigio ganado a lo largo de la trayectoria

Estrategia de desarrollo del proyecto

Debilidades

Se generará inicialmente una estrategia de promoción por Facebook, el cual permite elegir ciertos parámetros para seleccionar el público objetivo, lo que nos permitirá utilizar esta publicidad más estratégicamente con el fin de lograr más acogida.

En el caso de que la propuesta requiera una logística bastante grande, se conversara con el cliente con el fin de lograr tener el número de días mínimos necesarios, del mismo modo se establecerá con nuestros proveedores un número de días máximos (Plazo límite) en los que deben ofrecernos disponibilidad.

Fortalezas

Una de las estrategias más importantes para la organización, es la debida capacitación del personal, con el fin de que este sea competitivo y muestre resultados, además el buen manejo de los recursos online es primordial con el fin de permitir facilidad de acceso de nuestros servicios y contacto al cliente.

Oportunidades

Además del hecho mencionado varias veces de que no hay mucha competencia en el medio, lo cual nos permite lograr reconocimiento y buscar factores diferenciadores, También se

encuentra la oportunidad de incurrir en nuevos mercados relacionados con nuestro servicio inicial, como lo son aniversarios, citas entre otros.

Amenazas

Una de nuestras más grandes son aquellos competidores indirectos como restaurantes, hoteles y agencia de viajes, los cuales serán vinculados como aliados estratégicos.

Variación del poder adquisitivo de las personas

Teniendo en cuenta que nos concentramos en estratos altos, nuestros clientes tendrán un poder adquisitivo alto

Cambios en el entorno.

Al estar sujeto a las tendencias del mercado nuestro producto es cambiante, por lo cual, es necesario estar pendiente y al día con las tendencias sociales, con el fin de ofrecer a nuestros clientes siempre el mejor servicio.

BIBLIOGRAFÍA

- Portafolio. (2015, Enero 6). Portafolio. Recuperado Septiembre 2015, from Portafolio:
<http://www.portafolio.co/portafolio-plus/matrimonios-y-divorcios-colombia-el-2014>
- Vida. (2015, Junio 26). El tiempo. Recuperado Septiembre 2015, from
El tiempo: <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/gente/aumentan-divorcios-y-matrimonios-en-2015/16009876>
<http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/gente/aumentan-divorcios-y-matrimonios-en-2015/16009876>
- GLC Consultores. (12 de 8 de 2015). *mprende.co*. Recuperado el 23 de 11 de 2015, de
<http://mprende.co/gesti%C3%B3n/%C2%BFcu%C3%A1nto-me-cuesta-crear-una-empresa-en-colombia>
- Ministerio colombiano del trabajo. (s.f.). *Mintrabajo.gov.co*. Recuperado el 24 de 11 de 2015, de
Mintrabajo.gov.co: <http://www.mintrabajo.gov.co/riesgos-laborales.html>
- Secretaria del senado. (s.f.). *secretariadenado.gov.co*. Recuperado el 15 de 11 de 2015, de
http://www.secretariadenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley_1258_2008.html
- DANE. (diciembre de 2015). Recuperado el 20 de enero de 2016, de sitio web del Departamento
Administrativo Nacional de Estadística DANE :
<http://www.dane.gov.co/index.php/cuentas-economicas/cuentas-trimestrales>
- El Espectador. (30 de junio de 2015). Recuperado el 19 de enero de 2016, de sitio web de El
Espectador: <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/bogota-genero-83000-nuevos-empleos-entre-marzo-y-mayo-d-articulo-569321>
- Gerencie.com. (12 de Junio de 2010). *Gerencie.com*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2015,
de <http://www.gerencie.com/obligados-a-llevar-contabilidad.html>
- Pew Research Center. (7 de Abril de 2014). *pewsocialtrends.org*. Recuperado el 14 de Enero de
2016, de <http://www.pewsocialtrends.org/2014/03/07/millennials-in-adulthood/#digital-natives>
- Rojas T., J. F. (15 de mayo de 2015). Recuperado el 19 de enero de 2016, de sitio web de EL
COLOMBIANO S.A. & CIA. S.C.A: <http://www.elcolombiano.com/sector-servicios-el-mas-rentable-FH1922623>

Rouse, M. (Enero de 2015). *Tech Target*. Recuperado el 14 de Enero de 2016, de <http://whatis.techtarget.com/definition/millennials-millennial-generation>

Secretaría de Desarrollo Económico. (19 de noviembre de 2014). Recuperado el 19 de enero de 2016, de sitio web de Secretaría de Desarrollo Económico: <http://www.desarrolloeconomico.gov.co/sala-de-prensa/noticias-principales/1761-11-crece-el-sector-servicios-en-bogota>

Soldman Sachs. (s.f.). *goldmansachs.com*. Recuperado el 14 de Enero de 2016, de <http://www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/millennials/>