

LEGO MESA

JENNY ALEJANDRA HERNANDEZ ACOSTA

Administración de empresas

NATALY LORENA LAGOS CIFUENTES

Administración de empresas

ASESOR: LEIDY VELÁSQUEZ

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OPCIÓN DE GRADO II

BOGOTÁ

2018

Dedicamos este trabajo a las personas  
que apoyaron de cualquier manera la elaboración de este proyecto,  
proyecto elaborado para el cumplimiento de nuestras metas

Agradecemos a nuestra docente Leidy Velásquez  
por el acompañamiento, seguimiento y guía en la elaboración de este proyecto  
así como también a mi compañera por el trabajo en equipo

## **ABSTRACTA**

LEGO MESA s es una empresa que se creó con el fin de obtener ingresos mediante la fabricación de mesas con 3 funciones (mesa, cuadro, juego). En donde se atacan dos sectores el comercial por un lado con la venta de las mesas y por el otro lado el problema de espacio en los nuevos inmuebles que genera la necesidad de obtener mobiliarios multifuncionales y pequeños

## TABLA DE CONTENIDO

### Contenido

<b>ABSTRACTA</b>	4
<b>INTRODUCCIÓN</b>	6
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	8
<b>1.</b>	10
<b>1.1</b>	10
<b>1.2</b>	10
<b>1.3 Marco Legal</b>	10
<b>1.4 Misión Identidad Estratégica</b>	10
<b>1.5 Visión Futuro Preferido</b>	10
<b>1.6 Valores</b>	11
<b>1.7 Objetivos Específicos</b>	12
<b>1.8 Análisis Pestel</b>	12
<b>1.8.1 factores políticos:</b>	12
<b>1.8.2 Factores Económicos:</b>	14
<b>1.8.3 Factores Sociales</b>	15
<b>1.8.4 Factores Tecnológicos:</b>	16
<b>1.8.5 Factores Ecológicos</b>	18
<b>1.8.6 Factores Legales</b>	18
<b>1.9 Las Cinco Fuerzas de Porter</b>	20
<b>1.9.1 Nuevos competidores:</b>	20
<b>1.9.2 Rivalidad entre competidores:</b>	22
<b>1.9.3 Poder de negociación con los clientes:</b>	24
<b>1.9.4 Amenaza de ingreso de productos sustitutos</b>	24
<b>1.9.5</b>	26
<b>1.9.6 Rivalidad entre Competidores Actuales</b>	25
<b>1.10 Fuerzas Inductoras</b>	26
<b>1.11 Fuerzas opositoras:</b>	26
<b>1.12 Matriz de despliegue estratégico</b>	27
<b>1.13 CADENA DE VALOR</b>	29
	5

<b>1.14 ESTRATEGIA COMPETITIVA</b>	30
<b>2. ESTUDIO DE MERCADO</b>	31
<b>2.1 Objetivos Estudio de Mercado</b>	31
<b>2.2 Segmentación</b>	32
<b>2.3 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN</b>	35
<b>2.3.1 Formato Encuesta</b>	36
<b>2.4 ANÁLISIS CONCLUYENTE</b>	39
<b>3. PLAN MARKETING</b>	43
<b>3.1 Estrategia Producto</b>	44
<b>3.2 Estrategia de Precio</b>	45
<b>3.3 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD</b>	46
<b>3.4 DESARROLLO DE MARCA</b>	47
<b>3.5 MARCA</b>	47
<b>3.6 LOGO</b>	47
<b>3.7 SLOGAN</b>	47
<b>3.8 VENTAJA COMPARATIVA Y COMPETITIVA</b>	48
<b>3.10 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN</b>	48
<b>3.11 CAMPAÑA PUBLICITARIA</b>	49
<b>3.12 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN</b>	49
<b>3.13 CANALES</b>	50
<b>3.14 LOGÍSTICA</b>	50
<b>3.15 EJECUCIÓN COMERCIAL</b>	51
<b>3.16 HABILIDADES COMERCIALES</b>	51
<b>3.17 PROYECCIÓN DE VENTAS</b>	52
<b>3.18 POLÍTICA DE CARTERA</b>	52
<b>3.19 PRESUPUESTO PLAN DE MARKETING</b>	53
<b>4. CONCLUSIONES</b>	53
<b>5. BIBLIOGRAFÍA</b>	54

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día nos encontramos con una evolución tecnológica inmersa en las nuevas generaciones, recordemos cómo en nuestra infancia era importante el juego, los espacios creativos y la reunión familiar en donde se desenvuelve el desarrollo de gran parte de nuestra identidad, hoy en día los niños vienen con un chip incorporado en donde a corta edad ya tienen conocimiento del uso de un celular, un computador y altas tecnologías en fin que no es malo, sin embargo hay que reconocer que el desarrollo es diferente y está siendo reemplazo de manera práctica pero no de manera exitosa, es muy importante como lo veremos más adelante el desarrollo de las habilidades de los niños y generar esos espacios en casa, lo cual es otra situación cambiante a lo largo del tiempo dado que los espacios cada vez son más reducidos y esto no nos permite en la familiar contar con un cuarto de juegos y desarrollo de creatividad de los niños, debido a este contexto LEGO MESA fue creada para satisfacer una

necesidad de aprovechamiento de espacio, con un producto que se hace necesario para cualquier niño, LEGO MESA da a sus clientes un producto innovador pionero en su estilo, LEGO MESA es un producto creado para el alcance de todas las personas.

## JUSTIFICACIÓN

Nuestro proyecto de grado llamado LEGO MESA propone el diseño y fabricación de mesas modulares multifuncionales elaboradas a base de mdf (melamina estándar blanco madera reprocessada) que toma forma de cuadro, incluye fichas que permiten el desarrollo motriz de los niños esto nos lleva a realizar investigaciones que abarcan varios contextos sociales, económicos, legales, judiciales, culturales, descriptivos etc., de los hogares de Bogotá en donde encontraremos más adelante toda la información cuantitativa que nos lleva a determinar cómo nuestro nicho de mercado es el 43% de los padres de familia que habitan en la ciudad, quienes tienen uno o más hijos con un rango de edad de 3 a 7 años.

## **1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA**

LEGO MESA es una empresa encaminada a la elaboración de muebles fomentando el buen uso del espacio de cada hogar, fortalecidos con principios, valores, nuestros productos se caracterizan por ser diseños innovadores con una excelente calidad a precios económicos y encaminando esfuerzos a la Responsabilidad Social fomentando la oportunidad laboral.

### **1.1 Descripción del Negocio**

Diseño y fabricación de muebles modulares multifuncionales para espacios reducidos a base de DMF, principalmente se comercializará las fichas para el ensamble de mesas a partir de ello hay varias estructuras que pueden generarse a partir de las piezas o fichas en DMF.

El rango de edad para la construcción de la mesa es de 3 a 7 años de edad, aunque también es posible unir a las familias alrededor de este MESALEGO así que el

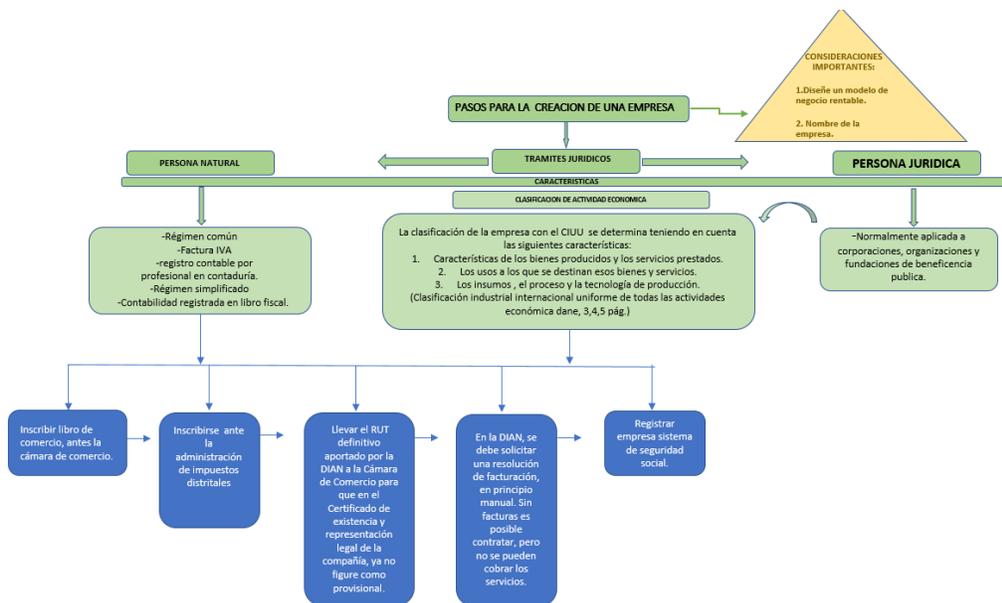
beneficio de estimulación cerebral será proporcional para cada caso.

### **1.2 Objetivo General**

Consolidar en Bogotá una empresa dedicada a diseñar y comercializar muebles modulares multifuncional en espacios reducidos a base de DMF.

## 1.3 Marco Legal

- ✓ Constitución Nacional
- ✓ Decreto Ley 2811 de 1975: Código de Recursos Naturales.
- ✓ Ley 9 de 1979: Código Único Sanitario Nacional.
- ✓ Ley 142 de 1994: Servicios Públicos Domiciliarios.



## 1.4 Misión Identidad Estratégica

LEGO MESA, es una empresa dedicada a la elaboración muebles 3 en 1 en mdf para niños, creando apoyo laboral a padres y madres cabeza de familia

## **1.5 Visión Futuro Preferido**

LEGO MESA alcanzará en el 2023 reconocimiento, por su compromiso con el respaldo de excelente talento humano generando así empleo a personas creativas, proactivas y funcionales.

## **1.6 Valores**

**PASIÓN:** Motivación y afinidad por nuestra causa.

**TRANSPARENCIA:** Cumplir con la expectativa generada en la venta, entregando calidad y experiencia positiva.

**RESPONSABILIDAD:** Cumplimiento de expectativas y fechas.

**COMPROMISO:** Exigencia en nuestra máxima expresión, en la misión de la organización.

**EQUIDAD:** Trabajo en equipo teniendo las cualidades de cada uno y reconociendo limitantes y superaciones el uno del otro.

**TOLERANCIA:** dignificar las diferencias entre individuos manteniendo buenas

relaciones.

HONESTIDAD: Acciones transparentes en pro del bien común.

## **1.7 Objetivos Específicos**

1.7.1 Posicionar nuestro producto por su innovación y creatividad en el medio comercial de jugueterías en un tiempo estimado de 4 años.

1.7.2 proporcionar infraestructura, tecnología, recursos materiales y humanos a la organización

1.7.3 registrar y controlar los actos administrativos

1.7.4 Alcanzar un porcentaje de ventas en un 0.4% del 100% de nuestro segmento de

mercado, es decir 2498 unidades de mesas para enero del 3 año de LEGO MESA

1.7.5 Desarrollar 3 líneas para niños, niñas y familias con productos que fortalezcan la empresa en su visión como factor de crecimiento

## **1.8 Análisis Pestel**

### **1.8.1 factores políticos:**

Analizando el panorama político de Colombia

inicialmente echaremos un vistazo a la política nacional para el emprendimiento:

diseñado y monitoreado por el ministerio de comercio, industria y comercio, en septiembre del 2010 la cual simplifica los trámites de formalización de la empresa y sus costos, propone nuevos instrumentos de financiación como redes de ángeles inversionistas, fondos de capital semilla, fondos de capital de riesgo y privado, entre otros, adicional existen redes para la formación en los procesos de emprendimiento regionales y departamentales, también informa sobre los cursos de formación brindados por la cámara y comercio, en el caso de que el emprendimiento y proceso de innovación tenga relación con ciencia, tecnología, redirecciona a el sistema nacional de incubación, tecno parques, los cuales ayudan con el desarrollo del prototipo.

En materia de conpes existe la ley 152/94, decreto 627/1974, decreto 2132/1992, decreto 2500/2005, decreto 2148/2009, decreto 3517/2009, decreto 4487/2009, en donde según las especificaciones y consideraciones establece la máxima autoridad

nacional de planeación y los ámbitos relacionados con el desarrollo económico y social de Colombia.

### **1.8.2 Factores Económicos:**

Según la revista The Economist, se espera que en 2018 la economía crezca

alrededor de 2,7% a nivel mundial y según las propuestas del actual

presidente de la república de Colombia en su periodo de posesión buscará un

crecimiento sostenido de la economía con base de la inversión, exportaciones

y consumos robustos, expandiendo la clase media y reduciendo la pobreza

de manera permanente. La distribución de la riqueza a nivel nacional

permitirá que existan mercados con mayor o menor capacidad de

crecimiento o de rentabilidad.

La economía naranja nos es indispensable dado que es llamada la economía

creativa como dice John Howkins, autor del libro “La economía creativa: transformar

una idea en beneficios” dentro de las propuestas del presidente se creará el viceministerio de economía naranja en el ministerio de cultura

“para articular las acciones institucionales del Consejo Nacional de Economía Naranja en la

generación de información, desarrollo de infraestructura, formación especializada, impulso

industrial, inclusión social y cultural, apertura y consolidación de mercados internacionales, y

conectividad.” <https://www.ivandunque.com/propuestas/6/123/empleo/crearemos-el->

[viceministerio-de-economía-naranja-en-el-ministerio-de-cultura](https://www.ivandunque.com/propuestas/6/123/empleo/crearemos-el-viceministerio-de-economia-naranja-en-el-ministerio-de-cultura)

### **1.8.3 Factores Sociales**

Dado que hay un componente muy similar con la empresa de LEGO hay varias nociones que

debemos tener en cuenta de la misma Jugar armando estructuras con fichas ayuda a mejorar

habilidades motoras y mentales, según el artículo basado en la página de lego, (Forbes, 2015) 1

de junio 2015 la construcción por medio de sistemas modulares desarrolla el conocimiento espacial mejorando la conciencia en los espacios y tamaños. Los conocimientos matemáticos desarrollan la noción de simetría y distribución. Las habilidades de razonamiento mejoran la capacidad de resolver problemas y planificar, adicional aumenta la concentración, seguridad ante los retos y creatividad.

la cantidad de población registrada comprobable hasta la fecha (Caicedo, 2017), Bogotá registra 8.030.000 habitantes, el segundo filtro que tenemos en cuenta es la razón del ser de la mesa modular dado que esta fue diseñada y fabricada para niños de 3 a 7 años como lo mencionamos anteriormente, del total de la población bogotana 1.452.357 son niños de 0 a 15 años del cual tomamos el 43% que representa nuestro rango de edad contemplado

LEGO MESA tienen un nicho inicialmente dentro de los niños de 3 a 7 años, según (DANES, s.f.) para el 017 hay 1.452.357 niños de 5 a 16 años.

#### **1.8.4 Factores Tecnológicos:**

Cito (Campos & Lahr, s.f.) En donde se ha realizado una nota técnica de DMF y se concluye que “supera en aproximadamente un 10% las propiedades físico-mecánicas del MDF producido en laboratorio, surgiendo el poliuretano natural como una alternativa de adhesivo.

Los tableros producidos con contenidos de adhesivo de 12%, pueden ser empleados en las tres situaciones presentadas en la norma europea, y los tableros con contenidos de adhesivo de 10% pueden ser empleados en condiciones con y sin contacto con agua. Los tableros producidos con contenidos de adhesivo de 8%, solamente pueden ser empleados en situaciones sin contacto con agua. Además, es de fundamental importancia destacar que otras especies de madera con mayor densidad probablemente también puedan ser empleadas en la producción de tableros MDF, sin comprometer las propiedades del tablero, atendiendo siempre las características y propiedades básicas especificadas en la norma. Es importante resaltar que

tableros con dosis mayores que 10% de resina permiten ampliar los empleos de los mismos, o sea, pueden ser usados en construcciones con mayores exigencias de resistencia a la humedad”

### **1.8.5 Factores Ecológicos**

La empresa AITIM desarrolló una ficha técnica para el DMF, material y que usaremos para la elaboración de los sistemas modulares, el DMF está conformada por una densidad media la cual es generada con las cortezas conocidas antes como los residuos de la materia prima de la madera es decir, el árbol, con la implementación de este tipo de material se garantiza un mejor uso de todo el árbol, de los residuos de madera y de un material que, aunque es transformado y comprimido con algunos productos químicos, su degradación es igual a la de la madera y el impacto ambiental es reducido.

### **1.8.6 Factores Legales**

(Instituto colombiano de bienestar familiar, 2006)

Propuestas sobre la atención a la infancia del presidente de la república en donde se

desarrollan 3 categorías en una de ellas, la educación habla de que la educación

preescolar se centrará en el “desarrollo de capacidades cognitivas y no cognitivas” aquí

estas involucradas dinámicas de aprendizaje y herramientas para que los profesores

desarrollen habilidades de la primera infancia.

Es necesario identificar las propuestas del actual periodo presidencial es por ende que

iniciaremos con la propuesta de Iván Duque en donde menciona la profundización de

mercados capitales en donde nos compete el desarrollo de mercados locales y

activación en materia de mecanismos de financiación para negocios.

El actual presidente según las propuestas de gobierno impulsará las empresas como

referentes de responsabilidad con Colombia y compromiso con los más necesitados.

## 1.9 Las Cinco Fuerzas de Porter

**1.9.1 Nuevos competidores:** En estos momentos el impulso del cuidado del medio ambiente ha hecho

que nazcan nuevas

empresas en la incursión de elaboración de muebles, artículos decorativos, e implementación de

juegos para el desarrollo motriz de los niños LEGO MESA realiza una discriminación de los

factores a tener en cuenta para evaluar

el alcance que pueden tener nuevos competidores con nuestra idea de negocio

nivel de inversión requerido: debe tener estimado la inversión para pago a

proveedores toda vez que quienes realizan esta mesa solita el pago del 50% al

inicio de la elaboración del proceso y esto dependiendo del número de pedidos a realizar

Regulaciones del mercado: esta regulación es dada por el estado, en

Colombia no existe restricción para entrar a este mercado.

Patentes y Propiedad intelectual: Por medio de patentes las empresas pueden

bloquear la entrada de nuevos competidores por un tiempo determinado, tiempo

que es necesario y oportuno para el posicionamiento de la empresa

Menores costos en materias primas: esto solo se logra con acuerdos entre

proveedores y dependiendo como se mencionó anteriormente el número de

pedido a realizar Localización geográfica: LEGO MESA requiere estar muy cerca del proveedor

y del cliente, la distancia de entregas puede encarecer el producto Tecnología: la tecnología

seleccionada por algunos consumidores no es compatible con la de los nuevos competidores.

Acceso a canales de distribución: se deben crear estrategias y acuerdos tan

estrechos con nuestros clientes en el precio, pago y entrega del producto que

esto genere barrera para los nuevos competidores.

**1.9.2 Rivalidad entre competidores:** LEGO MESA por ser un producto multifuncional tiene por rival empresas de diferentes sectores.

Juguetería: DIDÁCTICOS PINOCHO S.A, DISEÑO ARTICULADO

Mobiliarios: Sala S.A, kiki diseños, Muebles Macaldy, Decohunter, Muebles Junior

MADEPINOS

Se puede presentar rivalidades entre las anteriores empresas mencionadas por el posicionamiento en el mercado de este producto, ya que se puede jugar con los precios teniendo en cuenta la procedencia del material de elaboración del producto.

Nombre de la empresa	Producto	Fortaleza	Debilidad	Precio
HOME CENTER		* Disminuye la utilización de espacio * es un producto creado para niños de 3 a 15 años	* no sirve como juego para niños * se debe realizar la remodelación total de la habitación del niño	\$ 1,500,000
MUEBLES MATEU		* es una mesa multifuncional	* no es un artículo atractivo para niños * no mejora la utilización de espacios	\$ 122,800
PAREDRO		* es atractivo para las personas adultas * genera un espacio de trabajo en el hogar, atractivo para trabajar	* es una mesa creada para cualquier tipo de persona perteneciente al hogar LEGOMESA esta enfocada para niños	\$ 190,000
VECCHIOPOOL		* producto que sirve para trabajar, dormir, comer se puede instalar en cualquier lugar		\$ 2,100,000
DECORATRIX		* recupera espacio * tiene dos funciones mesa y cuadro * no se ve atractivo	* no es un producto que satisfaga una necesidad * es un producto muy básico * no se ve atractivo * la MESA LEGO no le parece atractivo poner una foto pues comer encima de la foto de alguien no genera valor agregado	\$ 165,000
MUEBLES MATEU			* es necesario que se tenga una silla * es para una sola medida, no se puede ajustar	\$ 127,500
MUEBLES MATEU		* aprovecha el espacio * se puede mejorar este producto, el cajón puede ser para guardar juguetes * se puede adaptar para niños y adultos		\$ 231,000
EBAY		*	* son mesas básicas de un solo uso	\$ 98,000
EBAY		* multifuncional en todos los aspectos * pueden guardarse juguetes, libros etc * es llamativo para los niños	* su costo es muy alto * no es accesible para todo el público	\$ 425,000
SOLO STOCKS			* no es atractiva al público * es costosa	\$ 97,000
EBAY		* son mesas atractivas para el público * tienen precios accesibles * son productos para toda clase de niños		ENTRE \$ 80,000 Y \$ 214,000

**1.9.3 Poder de negociación con los clientes:** El poder de distribución es alto pues a nivel de producción la distribución en almacenes es muy favorable, se deben realizar campañas para fomentar la calidad del producto, materias primas empleadas en su elaboración y diseño, su durabilidad, impacto en el medio de la moda, todos sus beneficios y virtudes.

CARPINTEROS	FERRETERÍA	TÉRMINO DE NEGOCIACIÓN	PODER DE NEGOCIACIÓN
mdf	lijas	largo plazo	alto porque a medida que se consolide MESA LEGA se solicitara más materias primas e incrementara el ingreso a ellos y podemos obtener descuentos por compras mayores y pagos a mes vencido
fabricación del producto	pintura	largo plazo	alto porque a medida que se consolide MESA LEGA se solicitara más materias primas e incrementara el ingreso a ellos y podemos obtener descuentos por compras mayores y pagos a mes vencido
instaladores de la MESA LEGO	tornillos	mediano plazo	la idea de MESA LEGO, es tener dentro de su propio grupo de empleados los instaladores, por esto el acuerdo debe ser a mediano plazo <ul style="list-style-type: none"> <li>• En transacción.</li> <li>• Término de pago 50% al inicio 50% al entregar el producto.</li> </ul>

**1.9.4 Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** El campo de comercialización de mobiliarios es bastante amplio, sin embargo, el tipo de producto que se ofrece no es muy común es un producto innovador, será un poco difícil entrar a competir con las tiendas especializadas en

este tipo de productos, pero hoy en día al cliente le gusta adquirir productos nuevos e innovadores y si sus precios son manejables y asequibles entrar en el mercado con una buena aceptación por parte del cliente

**1.9.5 Productos Sustitutos:** aunque no se encuentra un producto que sustituya las 3 funciones de LEGO MESA, están las mesas, cuadro y juegos convencionales que existen actualmente en el mercado como mobiliarios tradicionales, de igual forma se encuentra la cama escritorio que proporciona de igual forma una manera innovadora de despejar el espacio y hacer de un objeto más de un producto.

- Mesas
- Sillas
- Cuadros
- Juegos de mesa
- Juegos para despertar destrezas

#### **1.9.6 Rivalidad entre Competidores Actuales**

poder de negociación de proveedores carpinteros ferretería término de negociación poder de negociación mdf lijas largo plazo alto porque a medida que se consolide MESA LEGA se solicitará más materias primas e incrementará el ingreso a ellos y podemos obtener descuentos

por compras mayores y pagos a mes vencido

fabricación del producto pintura largo plazo alto porque a medida que se consolide MESA LEGA se solicitará más materias primas e incrementará el ingreso a ellos y podemos obtener descuentos por compras mayores y pagos a mes vencido instaladores de la MESA LEGO tornillos mediano plazo la idea de MESA LEGO, es tener dentro de su propio grupo de empleados los instaladores, por esto el acuerdo debe ser a mediano plazo

- En transacción.
- Término de pago 50% al inicio 50% al entregar el producto.

### **1.10 Fuerzas Inductoras**

El cuidado del medio ambiente y la utilización de madera reprocessada para la elaboración de nuestro producto teniendo en cuentas los bajos costos de la materia prima para la elaboración de estos.

### **1.11 Fuerzas opositoras:**

Generar conciencia en los clientes y ganar confianza en el mercado dado que es un producto nuevo y la empresa aún no es reconocida. Se realizaron campañas en ferias artesanales, feria del libro, promociones día del niño donde se impulse el producto ofreciendo calidad, diseño, mostrando las bondades que genera la producción de este producto, pues no solo se busca elaborar un producto innovador, sino que se genera empleo dando oportunidad a personas en estado de vulnerabilidad, padres y madres cabeza de hogar.

### 1.12 Matriz de despliegue estratégico

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>*El producto no existen en el mercado.</p> <p>* El producto es innovador, multifuncional y genera conciencia social y desarrollo cognitivo.</p> <p>*Conocimientos por parte de los colaboradores en el proceso de elaboración del producto.</p> <p>* Disponibilidad de recursos para la elaboración del mobiliario.</p> <p>*Rendimiento en la elaboración del producto garantizando una entrega segura.</p> <p>*Confianza y pertenencia por parte de los colaboradores.</p> <p>* Variedad e innovación de productos.</p>	<p>*Rotación del personal.</p> <p>* Incremento excesivo en los costos de elaboración del producto.</p> <p>*Estabilidad financiera por parte de los socios.</p> <p>*Comunicación escasa entre empresario y colaboradores.</p> <p>* Puede existir un mal procesos que genera retrocesos en la producción de la mesa.</p> <p>*Falta de control administrativo y/o financiero.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS

<p>*Capacitación permanente a los colaboradores en nuevas técnicas y diseños de elaboración de los productos.</p> <p>*Lograr a descuentos y financiaciones con los proveedores.</p> <p>*Lograr distribución a nivel nacional e internacional.</p> <p>* Generación de empleo.</p> <p>*Implementación de modelos empresariales.</p>	<p>*Mano de obra escasa que permita los tiempos de capacitación.</p> <p>*Aumento sustancial en las materias primas para la elaboración del producto.</p> <p>* Costos de exportación elevados.</p> <p>* Ofertas laborales mejor remuneradas.</p> <p>* Aumento en costos al realizar nuevas propuestas.</p> <p>*desconocimiento en los nuevos gustos o tendencias del cliente.</p>
---	--

\*Rotación del personal.

\* Incremento excesivo en los costos de elaboración del producto.

\*Estabilidad financiera por parte de los socios.

\*Comunicación escasa entre empresario y colaboradores.

\* Puede existir un mal procesos que genera retrocesos en la producción de la mesa.

\*Falta de control administrativo y/o financiero.

#### OPORTUNIDADES AMENAZAS

\*Capacitación permanente a los colaboradores en nuevas técnicas y diseños de elaboración de los productos.

\*Lograr a descuentos y financiaciones con los proveedores.

### **1.13 CADENA DE VALOR**

#### PROCESOS ESTRATÉGICOS:

- Evaluación de desempeño
- Planeación
- Presupuesto
- Desarrollo de nuevos productos

#### ENTRADAS

- Recepción de materiales
- Compras
- Recurso Humano
- Contratación

## MEDULARES:

- Diseño de mesa
- Fabricación
- Control de calidad en el producto terminado
- Manual de ensamble
- Distribución
- Búsqueda de clientes

## APOYO

- Publicidad
- Contabilidad
- Licitaciones
- Comercial

## SALIDAS

- Producto
- Pagos
- Posventa
- PQR
- Garantías

## **1.14 ESTRATEGIA COMPETITIVA**

## EXCELENCIA COMPETITIVA:

- **DESARROLLO SOSTENIBLE:**

Los factores más relevantes para generar una competencia por excelencia es el de reducción de costos por el tipo de materia que se utilizara, como mencionamos anteriormente los factores ambientales y socialmente en las competencias que se desarrollan a través del juego.

- **INNOVACIÓN:**

El sistema de construcción modular multifuncional en espacios reducidos a base de DMF, son un producto ideal que cumple con la necesidad de recreación y juego de los niños, reducción de espacios en casa, integración familiar y desarrollo de potenciales cerebrales de los niños.

## 2. ESTUDIO DE MERCADO

### 2.1 Objetivos Estudio de Mercado



## COMPETENCIA:

### Objetivo 1:

Tener como referencia las experiencias de nuestros proveedores clientes y competencia

### Objetivo 2:

Afianzar de manera estratégica los acuerdos de pago a nuestros proveedores 50-50, 50 inicio 30 días después de la entrega

### Objetivo 3:

Crear descuentos significativos a nuestros clientes por comprar superiores a (se deben crear plantillas de costos y descuentos por pedido)

### Objetivo 4:

Generar incentivos en mercancía a nuestros clientes y/o proveedores por la entrada de nuevos clientes

## PRECIO- DEMANDA-OFERTA

Objetivo 1. Realizar periódicamente (3 meses) un estudio de precios de productos sustitutos con el fin de validar nuestro nivel de competitividad

Objetivo 2. Crear semestralmente unas campañas publicitarias para el posicionamiento de

## LEGO MESA

Objetivo 3. Realizar segmentación de clientes por zonas, poder adquisitivo, necesidades

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Objetivo 1. Distribuir el producto proveedor, LEGO MESA, comercial, mayorista, minorista o

consumidor final

Objetivo 2. Crear una tienda online directa de compra para el consumidor final

Objetivo 3. Crear costos en donde se pueda dar costear la entrega del producto.

Objetivo 4. Entregar al cliente como valor agregado la entrega del producto.

## **2.2 Segmentación**

Nuestro Nicho de mercado es definido por medio de parámetros cuantitativos, los cuales están verificados mediante métodos como muestreo, censos y toma de muestras hasta el año 2017 dado que aún no se ha culminado la recolección de información sobre la población del año en curso, la información utilizada es vigente hasta la fecha, tenemos en cuenta varios aspectos lógicos dentro del estudio y de los cuales se desprenden varias características que no darán el resultado final de nuestra segmentación desglosada de la siguiente manera:

LEGO MESA es un producto colombiano el cual se fabricará inicialmente en la ciudad de Bogotá es por ello que nuestro primer filtro en la cantidad de población registrada comprobable hasta la fecha (Caicedo, 2017), Bogotá registra 8.030.000 habitantes, el segundo filtro que tenemos en cuenta es la razón del ser de la mesa modular dado que esta fue diseñada y fabricada para niños de 3 a 7 años como lo mencionamos anteriormente, del total de la población bogotana 1.452.357 son niños de 0 a 15 años del cual tomamos el 43% que representa nuestro rango de edad contemplado, es decir en total son 624.514 tomando esto como base inicial nuestro plan de mercadeo está enfocado a esta población con representación socioeconómica mediana quiere decir que tomaremos el 50% de la población catalogados en este nivel dentro del rango mencionado anteriormente en cual representa el 3.8% del total de la población bogotana.

Después de realizar el análisis cuantitativo de nuestra población concluimos que nuestra segmentación se caracteriza de la siguiente manera:

Tipo de consumidor: Padres de familia

Rango de Edad de niños: 3 a 7 años

Sexo de niños: Hombres y mujeres

Posición Socio económica: Estrato medio 3, 4,5

Nivel Educativo: Técnico, tecnólogo, profesional.

Nivel socio económico: Medio

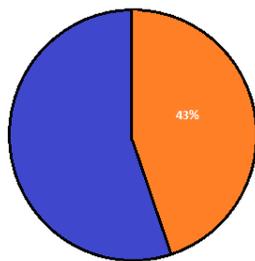
Poder adquisitivo: Según el nivel educativo este segmento genera una estrategia ahorrativa a pesar del alza de precios y de las reformas tributarias este nivel (Holcom) socio económico, se mantiene y supera los cambios.

## SEGMENTACIÓN GRÁFICA

porcentaje de infancia en la ciudad de Bogotá. (Caicedo, 2017) (color azul)



porcentaje de padres de familia con niños de rango de edad entre 3 y 7 años. (Caicedo, 2017)



porcentaje de nivel socio económico dentro del rango de edad de 3 a 7 años de la población seleccionada. (redacción Bogotá, 2017)

### **2.3 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

Cuantitativo ayuda a indicar alternativas, usando números que se convierten en estadísticas para el desarrollo o identificación de resultados con los que nos podemos guiar, debe estar conformado por un problema que sea posible definirlo por cifras.

Existen tipos de investigación cuantitativa

- Investigación cuantitativa descriptiva: ordena los resultados de acuerdo a las observaciones, conductas y características de los encuestados
- Investigación cuantitativa analítica: ordena los resultados por comparaciones realizadas entre grupos
- Investigación cuantitativa experimental: Es un procedimiento metodológico en el cual un grupo de individuos o conglomerado, son divididos en forma aleatoria en grupos de estudio y control, y son analizados con respecto a un factor o medida que el investigador introduce para estudiar y evaluar.



(diaz, 2014)

LEGO MESA escogió método de investigación cuantitativa ya que nos va ser posible

\*analizar la realidad del lugar donde las personas habitan

\* es objetiva

\*está orientada al resultado real

\* estudia como no lo indicaba la investigación cuantitativa descriptiva los hábitos y realidades de los encuestados

\*estudia una población en específico

\*la medición es controlada

### 2.3.1 Formato Encuesta

LEGO MESA es una empresa que diseña elementos para el hogar innovador, creando diseños originales y personalizados para sus clientes, esta empresa quiere fomentar utilización de espacios reducidos

1. ¿Utilizaría usted un producto que cubra más de una necesidad?

- a. Si
- b. No
- c. A veces

2. ¿Utilizará fichas de juego para su decoración en paredes?

- a. Si
- b. No

3. ¿Qué presupuesto tendría usted para la compra de un artículo?

- a. Entre \$ 60.000 a \$ 80.000
- b. Entre \$ 90.000 a \$ 150.000
- c. Más de \$ 200.000

4. ¿Utilizaría usted este artículo?

- a. Si
- b. No



5. ¿Si el producto anterior tuviese un precio de \$ 150.000 como evaluaría el valor?
- a. alto
  - b. bajo
  - c. exacto
6. ¿si el producto ya hubiese salido al mercado, lo compraría en cambio de otros productos convencionales de otras marcas?
- a. No lo se
  - b. Si
  - c. No

Muestra

				n	$z^2 * p * q$					
POBLACION	624514				$d^2$					
NIVEL DE CONFIANZA	95%	1,96								
ERROR	3%	0.03		n	$1,96 * 2$	3,84	0,5	0,5		0,25
P=probabilidad éxito	0.5					$0.03^2$				0,09
Q=probabilidad fracaso	0.5									
				n	$3,84 * 0,25$					
					0,09					
	3.84	.025								
				n	0,96					
					0,09					
				n	10,67					
				n	10,67					
					$1+(10,67)-1/624514$					
				n	1067					
					$1+1066/624514$					
				n	1067			0,00170693		
					$1+0.0017$					
				n	1067			1,00170693		
					1					
				n	1065					



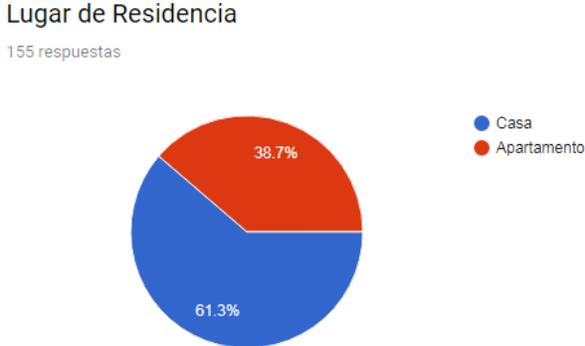
## 2.4 ANÁLISIS CONCLUYENTE

Análisis de 150 encuestas así:

El objetivo de esta encuesta es conocer hábitos, gustos e ingresos de la población de la ciudad de Bogotá que tengan hijos y se preocupan por tener juguetes multifuncionales, se plantean 7 de

preguntas que nos permitirá descubrir de manera proporcionada y real las necesidades de nuestro futuro cliente

1. Lugar de residencia



se evidencia que la mayoría de la población vive en casa, aunque no se desconoce que la población que vive en apartamento es significativa

2. Nivel de ingreso

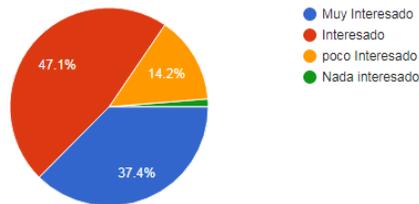


- Se evidencia que la mayoría de la población encuestada tiene ingresos entre los \$ 781.242 y \$1.500.000, seguido de ingresos de entre los \$ \$ 2.100.00 y \$2.800.000

### 3. Interés en juguete que facilite el espacio de su hogar

¿Qué tan interesado estaría usted en la compra de juguete que faciliten el uso del espacio?

155 respuestas

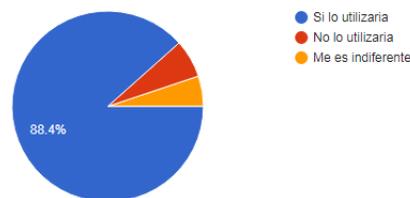


- Se evidencia que el 94% de la población está interesada por la adquisición de juguetes que no ocupen espacio dentro de sus hogares

### 4. Material de juego

¿Utilizaría usted fichas lego para la decoración del cuarto de su hijo ?

155 respuestas

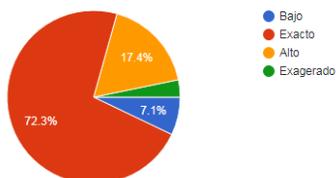


- Identificamos que a los padres de familia les interesa las fichas lego como instrumento material o manera en que se elabore un accesorio decorativo para sus hijos

## 5. Presupuesto

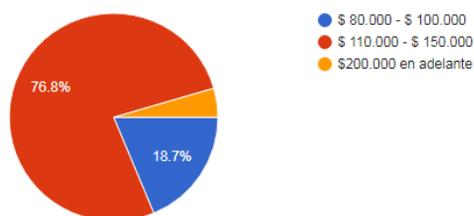
¿Si el producto anterior tuviese un precio de \$ 150.000 como evaluaría el costo ?

155 respuestas



¿Qué presupuesto tendría usted para la compra de este artículo mencionado en las anteriores 2 preguntas?

155 respuestas

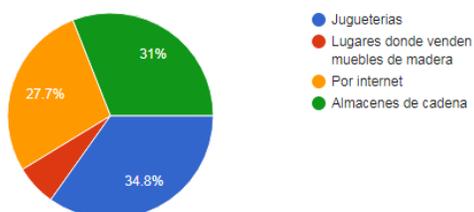


- La población está interesada en la compra de un juguete entre los \$ 100.000 y \$ 150.000, seguido de los \$80.000
- Evidenciamos que los padres encuestados tienen poder adquisitivo para este tipo de artículos innovadores, de un precio no muy alto pero que tampoco es asequible para la población de estrato bajo.

## 6. Lugar de compra

¿En qué lugar le gustaría encontrar este producto?

155 respuestas



- Se evidencia que la mayoría de población quiere adquirir sus productos en jugueterías, vía internet y almacenes de cadena

LEGO MESA, debe realizar verificaciones en la incursión de plataformas para la venta del artículo por internet, así como también estrategias de mercadeo en los almacenes de cadena y jugueterías para que estén de en la línea preferencial de compra de los padres de familia.

LEGO MESA, ha identificado que el valor de \$ 150.000 venta del producto es exacto, lo podemos tener como precio venta full y de allí podemos crear promociones y/o descuentos por compras superiores.

LEGO MESA, Se evidencia que las fichas lego son de gran acogimiento por los padres, es un producto que no solo le interesa como juguete sino como decorador de sus espacios sin importar que vivan en casa o apartamento. (<http://www.cop.es/colegiados/G-01663/analisis.htm>, s.f.)

### **3. PLAN MARKETING**

#### **ANÁLISIS DE LA EMPRESA**

LEGO MESA en una pequeña empresa colombiana con potencial innovador con un reto gigante para hacerse conocer, en darse a conocer es fundamental para que la innovación pueda identificarse en el mercado, generar relaciones comerciales fuertes, confiables, alianzas

estratégicas, sociedades temporales, ampliar el nicho de mercado y claramente generar más utilidades, es lo primero a lo que debemos apuntarle como una empresa nueva, recordando nuestro objetivo específico de posicionamiento.

+ **AMPLIACIÓN EN LA LÍNEA DE PRODUCTO:**

En la variedad de colores y figuras, sin modificar el diseño original de LEGO MESA está el placer.

+ **EXPERIENCIA DEL CLIENTE:**

Aunque bien la razón de ser de LEGO MESA son las mesas modulares, es importante el servicio al cliente como el primer contacto con un posible comprador, es aquí en donde influye la percepción del producto y de los valores de compañía como por ejemplo la pasión, el respeto entre otros brindando una asesoría cordial, una descripción clara y detallada de las características del producto, una sonrisa y aceptación se logrará una experiencia ya sea que se finalice la compra efectiva o no, de igual manera la referencia también es una de nuestras estrategias.

**3.1  
Estrategia  
Producto**

<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>	
<b>LEGO MESA</b>	
<b>Direccion</b>	<b>cl 29a 26b 54</b>
<b>Ciudad</b>	<b>Bogota</b>
<b>telefono</b>	<b>314940401</b>
<b>e-mail</b>	<a href="mailto:lego.mesa2018@gmail.com">lego.mesa2018@gmail.com</a>
<b>NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO</b>	<b>PUFF</b>
<b>PRODUCTO</b>	<b>DESCRIPCION DEL PRODUCTO</b>
	mesa modular elaborada en mdf con fichas en mdf
	materia prima: mdf
	insumos: tornillos, pintura, chazos, colbon
	Color: rojo, blanco
	Peso: 5kilos
<b>cantidad de produccion mensual</b>	10 unidades
<b>precios referenciales</b>	\$ 150.000

- **AMPLIACIÓN EN LA LÍNEA DE PRODUCTO:**

En la variedad de colores y figuras, sin modificar el diseño original de LEGOMESA está el placer.

- **EXPERIENCIA DEL CLIENTE:**

Aunque bien la razón de ser de LEGO MESA son las mesas modulares, es importante el servicio al cliente como el primer contacto con un posible comprador, es aquí en donde influye la percepción del producto y de los valores de compañía como por ejemplo la pasión, el respeto entre otros brindando una asesoría cordial, una descripción clara y detallada de las características del producto, una sonrisa y aceptación se lograra una experiencia ya sea que se finalice la compra efectiva o no, de igual manera la referencia también es una de nuestras estrategias.

### **3.2 Estrategia de Precio**

Costos para la elaboracion de 100 mesas						
costos fijos						
madera *cm	\$ 200.000					
pintura galon	\$ 100.000					
colbon	\$ 50.000					
tornillos	\$ 67.000					
laca	\$ 30.000					
lija	\$ 27.000					
mano de obra	\$ 2.500.000					
empaque	\$ 300.000					
manual de ensamble	\$ 70.000					
salarios						
gerente	\$ 2.500.000					
asistente	\$ 1.300.000					
total costos fijos	\$ 7.144.000	precio unitario de fabricacion	\$ 76.440	p.e	\$	7.644.000
		margen de ganacia de 20%	\$ 15.288		\$	116.953 \$ 5.100
costos variables						
transporte	\$ 500.000	impuestos 33%	\$ 25.225			
llaveros	\$ 10.000	valor de venta del producto	\$ 116.953			
	\$ 510.000		\$ 5.100	p.e	\$	7.644.000 \$ 111.853
				p.e		68 unidades por mes
total costos	\$ 7.644.000					

Se realiza un costeo sobre los costos fijos y los costos variables de la compañía en su elaboración, producción, distribución y promoción quedando un precio de venta de \$ 116.953 con una venta mínima de 68 unidades, unidades que deben ser vendidas para cumplir con los costos

PRODUCTO/MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
LEGO MESA <i>unidade</i>	80	80	68	80	74,8	74,8	74,8	74,8	74,8	96	96	96
Precio de venta	116953	116953	116953	116953	116953	116953	116953	116953	116953	116953	116953	116953
Venta total	\$ 9.356.240	\$ 9.356.240	\$ 7.952.804	\$ 9.356.240	\$ 8.748.084	\$ 8.748.084	\$ 8.748.084	\$ 8.748.084	\$ 8.748.084	\$ 11.227.488	\$ 11.227.488	\$ 11.227.488

- De acuerdo a las unidades mínimas de venta LEGO MESA realiza un incremento del 10% como meta de ventas en los meses de mayo, junio, julio y agosto
- Teniendo en cuenta la temporada escolar que se tiene entre enero y abril LEGO MESA

realiza un incremento en una proyección de ventas del 15% esto porque el producto puede ser atractivo como compra.

- Para la temporada decembrina que comprende el último trimestre octubre, noviembre y

diciembre LEGO MESA proyecta un 40% adicional en sus ventas pues el producto llega a ser atractivo en su forma de juego

### **3.3 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD**

#### **PUBLICIDAD**

+ **REDES:**

Es importante incursionar en Facebook, Twitter, Instagram, canal de YouTube.

+ Dar a conocer el producto en ferias como lo son, ferias artesanales, ferias del juguete, ferias navideñas, ferias de libros, en donde se utilizará folletos.

Para la participación en las ferias se tiene un presupuesto de \$ 2000.000 por alquiler de stand y \$1.500.000 para publicidad y logística, proyectándonos a recaudar el 40% de utilidad y toda la inversión.

+ Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestros productos, o aumentar nuestros puntos de ventas.

### **3.4 DESARROLLO DE MARCA**

### 3.5 MARCA

LEGO MESA: El nombre LEGO es la abreviatura de dos palabras danesas: “leg godt” (cuyo significado es “jugar bien”) y mesa porque es la forma que estas toman al ser terminado el juego.

### 3.6 LOGO



Colores: La elección de los colores se realizó de acuerdo a los gustos y a lo que cada tonalidad representa y fomenta en los niños

- ROJO: Energía, vitalidad, poder, fuerza, Valor
- \* Amarillo: dinamismo, adaptación, creatividad
- AZUL: Verdad, armonía, serenidad,
- VERDE: Tradicional, Naturaleza,

### 3.7 SLOGAN

*Arma tu estilo, Arma tu juego*

armar su significado de juntar, organizar, crear, (arma tu estilo: por la mesa que da un toque único), (arma tu juego por la creatividad aplicada en el armado de las fichas en diferentes formas)

### 3.8 VENTAJA COMPARATIVA Y COMPETITIVA

## **COMPETITIVA      COMPARATIVA**

+Posesión de patente de mesa modular  
recursos e insumos

+Habilidades para conseguir las materias primas,

+Gestión interna de los datos

+Implementación de procesos de sostenibilidad  
ambiental

+Técnicas de producción de bajo coste

+Hábito de consumo en las temporada escolar,  
vacacional y decembrina (LAS VENTAJAS SON  
INTERNAS)

+Reutilización de materias primas e insumos+Mano de obra experta en carpintería

+Orientación al cliente orientado a la calidad

en el trato humano.

+Técnicas artesanales

### **3.10 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN**

+Hacer promociones por temporada, reduciendo los precios del producto por un tiempo limitado.

Este se encuentra en el cuadro de proyecciones del plan de marketing.

#### **SISTEMA DE RECOMENDACIONES:**

Este es un método sencillo, básico pero que genera impacto si se logra potencializar, con cliente satisfecho vendrán 3 recomendados o referenciados, por un posible cliente con una experiencia de servicio al cliente eficiente y servicial habrán otros 3 posibles clientes.

Partiendo de esto por cada cliente que llegue con foto de la LEGO MESA en casa de la persona que lo referencio obtendrá un obsequio.

Esta información será divulgada en nuestras páginas, redes sociales y en los eventos de participación que mencionaremos más adelante.

- Obsequiar 100 llaveros y 100 rompecabezas tridimensionales de 4x4 en dmf por la compra de LEGO MESA. El presupuesto para cada uno es de \$ 500 es decir un total de \$ 100.00 teniendo en cuenta un incremento en el porcentaje del costo de oportunidad y nuevos clientes mayoristas.
- Intercambios de productos por servicios u otros productos que requiera la empresa, como publicidad.
- Descuento del 5% cuanto se efectuó una compra mayor a docenas.

### **3.12 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN**

- Ubicar nuestros productos en todos los puntos de ventas habidos y por haber (distribución intensiva).
- Por tratarse de una mesa modular podremos contemplar tanto la distribución directa como VENTA A DOMICILIO según sea el cliente y cantidad de pedido.
- DISTRIBUCION DIRECTA: LEGOMESA entrega los productos, esto se tendrá un punto fijo de venta para que los clientes del uno al uno se acerquen a comprar y llevar su LEGOMESA, esto también sucede en el caso en que nos encontremos en las ferias y la cantidad de 12 es superada por el cliente o este es un cliente mayorista entonces se realizará por medio de la Establecer Alianzas Estratégicas con otros negocios para colocar tus productos en sus tiendas físicas o virtuales. Establecer Alianzas Estratégicas con otros negocios para colocar tus productos en sus tiendas físicas o virtuales.
- DISTRIBUCIÓN INDIRECTA: Esta hace referencia a la modalidad de domicilio, en el caso en que el cliente lo requiera debe tenerse en cuenta el valor del costo del envío como un excedente del valor del producto, en este caso las alianzas estratégicas con las transportadoras o empresas dedicadas a la distribución será fundamental, es necesario prever cualquier tipo de situación que se presente dado que no es igual la distribución para un cliente que efectúe la compra de cinco mesas y desee que sean llevadas a casa a un almacén de cadena que desee 1000 mesas, por eso buscamos tener varios aliados según las cantidades y recorridos como lo son SERVIENTREGA entre otros.

- Establecer Alianzas Estratégicas con otros negocios para colocar tus productos en sus tiendas físicas o virtuales.

### **3.14 LOGÍSTICA**

Después de fabricada la mesa y vendida tiene 2 puntos de partida puede ser distribuida de manera directa es decir el cliente puede acercarse a la fábrica para comprarla y llevarla o puede ser por distribución indirecta o a domicilio la cual si son menos de una docena genera costo de envío.

#### **EMPAQUE**

LEGOMESA estará empacada en una caja de madera con las dimensiones 80x90x30

### **3.15 EJECUCIÓN COMERCIAL**

LEGO MESA, tendrá dentro de su ejecución comercial la visita a 30 jugueterías ubicadas en el centro de Bogotá con el fin de ofrecer el producto.

Se realizarán campañas publicitarias por medio de redes sociales como lo son Instagram, Facebook, y en nuestra página web

Instagram @legomesa - campaña publicitaria #armatuestilo #armatujuego

<https://www.instagram.com/legomesa/>

Síguenos en Facebook- <https://www.facebook.com/lego.mesa.5> campaña publicitaria  
sube la mejor foto de tu lego mesa y gana un descuento en tu próxima compra

Correo electrónico: [lego.mesa2018@gmail.com](mailto:lego.mesa2018@gmail.com)

Página web: encuentra las tiendas en las que puedes comprar LEGOMESA, diviértete  
<https://es.wix.com/website/builder?referral=split%20page&vertical=business#!/builder/story/ecf290ff-868a-4a46-b648-6530454fa0a6:e82b357f-7c30-4770-bc19-efd669a70963>

La sección de diviértete será un espacio creado para grandes y chicos con el fin de que puedan interactuar con las fichas, mesa y cuadro donde se tendrá una especie de cuarto en el cual se podrá crear formas, ganar puntos y aumentar el nivel en el juego, esto creara incentivos, confianza y alianza con nuestros clientes

### **3.16 HABILIDADES COMERCIALES**

**Capacidad de Negociación:** esto toda vez que LEGOMESA se tiene que acercar a cada uno de los puntos de venta a ofrecer el producto y convencer a mi cliente de la compra del mismo.

**Innovación:** LEGOMESA, dentro de sus objetivos debe crear una nueva línea de productos con el fin de hacer crecer la empresa y sus clientes

**Servicio al Cliente:** tenemos que ofrecer LEGOMESA de una manera íntegra, arrolladora, impactante esto por ser un producto nuevo es necesario crear la necesidad a los padres sobre la compra de las mesas

**Actitud:** pues para vender un producto enfocado a la niñez se debe tener un actitud apropiada en poder asesor a los padres en la compra en lo fácil o difícil que es el armado del producto, los beneficios etc.

### **3.17 PROYECCIÓN DE VENTAS**

PRODUCTO/MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<b>LEGO MESA <i>unidade</i></b>	80	80	68	80	74,8	74,8	74,8	74,8	74,8	96	96	96
Precio de venta	116953	116953	116953	116953	116953	116953	116953	116953	116953	116953	116953	116953
Venta total	\$ 9.356.240	\$ 9.356.240	\$ 7.952.804	\$ 9.356.240	\$ 8.748.084	\$ 8.748.084	\$ 8.748.084	\$ 8.748.084	\$ 8.748.084	\$ 11.227.488	\$ 11.227.488	\$ 11.227.488

### 3.18 POLÍTICA DE CARTERA

Se acordó con los proveedores el pago de 40% al inicio del pedido y el 60% a los 20 días de entrega del pedido, y a los pagos de los clientes se les otorgara plazo de 30 días después de entrega de la factura, esto teniendo en cuenta que LEGOMESA es un producto nuevo, depende de bastante campaña publicitaria, del acogimiento del producto por parte de nuestros clientes

### 3.19 PRESUPUESTO PLAN DE MARKETING

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
FERIAS			\$ 540.000	\$ 900.000	\$ 760.000							\$ 800.000	\$ 3.000.000
OBSEQUIOS	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 50.000						\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 1.000.000
CAMPAÑA REDES SOCIALES	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 36.000	\$ 300.000

se realizará incursión en:

- Lego fest: Feria de lego en donde toda la familia puede integrarse jugar, conocer lo que se puede realizar con estas fichas, y donde existe una tienda Lego en la que varias empresas llevan sus productos para la venta y conocimiento.

- Expo Artesanías: feria en donde varias empresas venden sus productos artesanales, innovadores

#### **4. CONCLUSIONES**

En conclusión este proyecto aporta socialmente y al desarrollo de la creatividad de los niños, para nosotras es muy importante que los niños encuentren hoy en día una manera de experimentar su niñez y aprovecharla en compañía de sus padres de manera lúdica, significativa y diferente, es fundamental que la necesidad que se suple con nuestro producto tenga cavidad social, también se adecua a la capacidad que tiene cada familia hoy día en el espacio del hogar, por medio de la evaluación, análisis, diagnóstico, estructuración y planeación deseamos que se cumpla con un margen muy mínimo o ninguno y que se cumpla, este producto sabemos que por ser funcional permitirá abarcar varios sectores y que cumpliendo lo propuesto en las estrategias podremos avanzar como administradoras e innovadoras para fomentar el crecimiento empresarial dentro de la capital y el país.

Al enfrentarnos al mercado y sus grandes contribuyentes encontramos grandes dogmas del desarrollo de la innovación y de las pequeñas y medianas empresas en Colombia, pero también sabemos que ara no fracasar al incursionar en la economía de otra manera diferente a la de un colaborador, es muy importante poner en practica todos los fundamentos de la administración, investigar a fondo, reconocer la realidad económica y las ayudas establecidas para el emprendimiento, lo más importante es que lo que quedó plasmado en este proyecto se haga realidad.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

<https://i.pinimg.com/originals/ca/be/6f/cabe6f51a61075c679cb8e1688d9f283.jpg>

autor. (xx de octubre {{ de 2017). periódico x. Obtenido de

[http://www.ambientebogota.gov.co/c/document\\_library/get\\_file?uuid=ab80a611-f997-4864-](http://www.ambientebogota.gov.co/c/document_library/get_file?uuid=ab80a611-f997-4864-)

bogota, c. d. (2006). Guia para el manejo de llantas usada. un sector transporte con operación más limpia , 53-56.

google. (04 de 2018). Obtenido de [https://encrypted-17+/\\*-9+6\\*](https://encrypted-17+/*-9+6*)

[30tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSt5QgcDXCvYw2kQvY5e0ekjBOV\\_vDAQO09](https://30tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSt5QgcDXCvYw2kQvY5e0ekjBOV_vDAQO09)

0. [ñlk

+69ad1u7BycQu9FOpq CeA

Google. (Abril de 2018). Obtenido de

<https://i.pinimg.com/originals/f2/a3/1d/f2a31dfe274245afeba3af5e35f04635.jpg>

<https://www.google.com/search?q=presupuesto+plan+de+mercadeo&hl=es->

[419&source=lnms&tbn=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwiXitPB\\_Z3eAhUS36QKHf-](https://www.google.com/search?q=presupuesto+plan+de+mercadeo&hl=es-419&source=lnms&tbn=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwiXitPB_Z3eAhUS36QKHf-)

[rBrUQ\\_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgrc=TA ni-dxmPZVOAM:](https://www.google.com/search?q=presupuesto+plan+de+mercadeo&hl=es-419&source=lnms&tbn=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwiXitPB_Z3eAhUS36QKHf-rBrUQ_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgrc=TA ni-dxmPZVOAM:)

