

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ROPA,
JUGUETES Y ACCESORIOS AMERICANOS PARA NIÑOS Y JOVENES EN EL
MUNICIPIO DE SAN PEDRO SACATEPÉQUEZ, SAN MARCOS**

NOMBRE:

CARNÉ:

BRENDY JEANETH FUENTES LÓPEZ

200641234

PREVIO A CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

EN EL GRADO ACADÉMICO DE

LICENCIADA

ASESOR: PHD. ROBERT ENRIQUE OROZCO SANCHEZ

REVISOR: LIC. JORGE EDUARDO VELÁSQUEZ FUENTES

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

SAN MARCOS, FEBRERO DE 2025

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

AUTORIDADES CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS

CONSEJO DIRECTIVO

MSc. Juan Carlos López Navarro	Director
Licda. Astrid Fabiola Fuentes Mazariegos	Secretaria Consejo Directivo
Ing. Agr. Roy Walter Villacinda Maldonado	Representante Docentes
Lic. Oscar Alberto Ramírez Monzón	Representante Estudiantil
Br. Luis David Corzo Rodríguez	Representante Estudiantil

COORDINACION ACADEMICA

PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Coordinador Academico
Ing. Agr. Carlos Antulio Barrios Morales	Coordinador Carreras Tecnico En Produccion Agricola e Ingeniero Agrónomo Con Orientación En Agricultura Sostenible
Lic. Heliúv Edilzar Vasquez Navarro	Coordinador Carrera De Pedagogía Y Ciencias De La Educación
Licda. Aminta Esmeralda Guillén Ruíz	Coordinadora Carrera De Trabajo Social, Tecnico Y Licenciatura
Ing. Victor Manuel Fuentes López	Coordinador Carrera de Administración de Empresas, Tecnico y Licenciatura
Lic. Mauro Estuardo Rodríguez Hernández	Coordinador Carrera De Abogado Y Notario Y Lecenciatura En Ciencias Juridicas Y Sociales
Dr. Byron Geovany García Orozco	Coordinador Carrera Medico Y Cirujano
Lic. Nelson de Jesús Bautista López	Coordinador Pedagogía Extensión De San Marcos
Licda. Julia Maritza Gándara González	Coordinadora Extensión De Malacatan
Licda. Mirna Lisbeth de León Rodríguez	Coordinadora Extensión De Tejutla
Lic. Marvin Evelio Navarro Bautista	Coordinador Extensión De Tacana
Lic. Robert Enrique Orozco Sánchez	Coordinador Del Instituto De Investigación
Lic. Mario René Requena	Coordinador De Área De Extensión

Ing. Oscar Ernesto Chávez Ángel	Coordinador Carrera De Ingenieria Civil
Lic. Carlos Edelmar Velásquez González	Coordinador Carrera Contaduria Pública Y Auditoria
Lic. Danilo Alberto Fuentes Bravo	Coordinador Carrera Profesorado En Educación Primaria Bilingüe Intercultural
Lic. Yovani Alberto Cux Chan	Coordinador Carreras Sociología, Ciencias Políticas Y Relaciones Internacionales

MIEMBROS DEL DEPARTAMENTO DE EPS

Ing. Víctor Manuel Fuentes López	Coordinador de Carrera
Lic. Byron Lionel Orozco García	Coordinador EPS
MsC. Edvin Bernardo Gonzáles Dardón	Secretario
Ph.D, Robert Enrique Orozco Sánchez	Vocal
Ph.D, Rubén Francisco Ruiz Mazariegos	Vocal
Lic. Rudy Alberto Jui Kunze	Vocal
Lic. Jorge Eduardo Velásquez Fuentes	Vocal

TRIBUNAL EXAMINADOR

MSc. Juan Carlos López Navarro	Director
PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Coordinador Académico
MSc. Víctor Manuel Fuentes López	Coordinador Carrera Administración de Empresas, Técnico y Licenciatura
Ph.D Robert Enrique Orozco Sánchez	Asesor
Lic. Jorge Eduardo Velásquez Fuentes	Revisor

San Marcos 09 Octubre de 2024

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS
DE GUATEMALA**



**CENTRO UNIVERSITARIO
DE SAN MARCOS**

Ingeniero:

Víctor Manuel Fuentes López

Coordinador

Carrera de Administración de Empresas

Centro Universitario de San Marcos

Edificio.

Respetable Ingeniero.

Atentamente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que con base al nombramiento emitido por el departamento de EPS, se me asigna como **ASESOR ESPECIFICO** del **INFORME INDIVIDUAL** en su modalidad de **PLAN DE NEGOCIOS** titulado "*Comercialización de Ropa, Juguetes y Accesorios Americanos para niños y jóvenes COCO'S CLOSET*" Presentado por la estudiante: Brendy Jeaneth Fuentes López, quien se identifica con carné no. 200641234.

Al respecto, me permito informarle que he revisado dicho trabajo, habiendo concluido con el respectivo proceso, respetando las normas que para el efecto establece nuestra unidad académica, por lo que, en virtud de lo anterior, el suscrito ha quedado satisfecho, emitiendo para el efecto **OPINION FAVORABLE**, para que el referido trabajo pueda seguir con los trámites correspondientes para el acto de investidura.

Se agradece la atención dada la presente; sin otro particular, me es grato suscribirme de ustedes.

Deferentemente:



Robert Enrique Orozco Sánchez.
Asesor

ID Y ENSEÑAD A TODOS.

cc. archivo



San Marcos, 18 de octubre de 2024

Ing. Víctor Manuel Fuentes
Coordinador de la Carrera Administración de Empresas
Centro Universitario de San Marcos

De manera atenta me dirijo a usted para remitirle con DICTAMEN FAVORABLE en mi calidad de REVISOR, el trabajo de graduación con la modalidad Plan de Negocios, que constituye el trabajo de graduación de la estudiante: **Brendy Jeaneth Fuentes López** carné No. **200641234**, titulado: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ROPA, JUGUETES Y ACCESORIOS AMERICANOS PARA NIÑOS Y JOVENES EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO SACATEPÉQUEZ, SAN MARCOS”**.

En virtud de reunir los requisitos metodológicos y académicos que exigen las normas y reglamentos de la carrera de Administración de Empresas de este Centro Universitario, se somete a consideración de las instancias académicas convenientes para que la estudiante continúe con los trámites correspondientes.

Sin otro particular me suscribo de ustedes.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Lic. Jorge Eduardo Velásquez Fuentes
Colegiado 16,659
Revisor

C.C. archivo.



San Marcos, 28 de febrero de 2025

Miembros Comisión de EPS
Carrera Administración de Empresas
Centro Universitario de San Marcos
Edificio.

Respetuosamente, me permito informarles que de acuerdo al nombramiento respectivo en mi calidad de encargada de la Comisión de Redacción y Estilo de la Carrera de Administración de Empresas, he tenido a la vista el trabajo de graduación denominado **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ROPA, JUGUETES Y ACCESORIOS AMERICANOS PARA NIÑOS Y JOVENES EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO SACATEPÉQUEZ, SAN MARCOS**, modalidad plan de negocios, presentado por la estudiante **BRENDY JEANETH FUENTES LÓPEZ**, carné **200641234** previo a optar el Título de Licenciada en Administración de Empresas, y en virtud que el referido informe, a mi consideración, cumple con los lineamientos establecidos, me permito emitir DICTAMEN FAVORABLE para que se traslade a donde corresponde y se continúe con el proceso administrativo respectivo.

Atentamente.



Licda. Gladys del Rosario Mérida Pérez
Encargada Comisión de Redacción y Estilo
Carrera Administración de empresas

Transc. EPSADMONCUSAM 11-2025

Marzo 6 de 2025

Ingeniero:

Víctor Manuel Fuentes López

Coordinador Carrera Administración de Empresas

Centro Universitario de San Marcos.

Para su conocimiento y efectos, transcribo a usted el punto DECIMO TERCERO del acta no. 001-2025 de sesión ordinaria del Departamento del Ejercicio Profesional Supervisado realizada de manera presencial en el salón del Centro de Computo el día viernes 6 de marzo de 2025, que dice:

DECIMO TERCERO: Se tuvo a la vista la solicitud presentada el día 6 de marzo del año 2025, por la estudiante: Brendy Jeaneth Fuentes López, carné No. 200641234, la cual dice:

En mi calidad de estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) y contando con los dictámenes favorables para mi informes, tanto del asesor PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez; como del Revisor Lic. Jorge Eduardo Velásquez Fuentes; solicito se autorice la emisión del **DICTAMEN FINAL** para el mismo, que esta denominado: "*Plan de negocios para la comercialización de ropa, juguetes y accesorios americanos para niños y jóvenes en el municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos,*".

Para lo cual el Departamento de Ejercicio Profesional Supervisado de la Carrera Administración de Empresas, de conformidad con el artículo 24 inciso d, del normativo vigente, por unanimidad, **APRUEBA** el Trabajo denominado "*Plan de negocios para la comercialización de ropa, juguetes y accesorios americanos para niños y jóvenes en el municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos,*". Presentado por la estudiante: **Brendy Jeaneth Fuentes López, carné No. 200641234**, presentado como informe final de Trabajo de Graduación. El presente acuerdo deberá remitirse a la Coordinación de la Carrera de Administración de Empresas para su conocimiento y efectos de conformidad con la normativa vigente del Ejercicio Profesional Supervisado.



MSc. Edwin Bernardo Dardón González

Secretario

Departamento Ejercicio Profesional Supervisado
Administración de Empresas USAC - CUSAM

CC. Archivo.



Transc.COACUSAM-137-2025
13 de marzo 2025

ESTUDIANTE: BRENDY JEANETH FUENTES LÓPEZ
CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
CUSAM, Edificio.

Atentamente transcribo a usted el Punto **QUINTO: ASUNTOS ACADÉMICOS, inciso a) subinciso a.35) del Acta No. 005-2025**, de sesión ordinaria celebrada por la Coordinación Académica, el 12 de marzo de 2025, que dice:

"QUINTO: ASUNTOS ACADÉMICOS: a) ORDENES DE IMPRESIÓN. CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. a.35) La Coordinación Académica conoció Providencia No. CAECUSAM-46-2025, de fecha 11 marzo de 2025, suscrita por el Ing. Víctor Manuel Fuentes López, Coordinador Carrera Administración de Empresas, a la que adjunta solicitud de la estudiante: **BRENDY JEANETH FUENTES LÓPEZ**, Carné No. 200641234, en el sentido se le **AUTORICE IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ROPA, JUGUETES Y ACCESORIOS AMERICANOS PARA NIÑOS Y JOVENES EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO SACATEPÉQUEZ, SAN MARCOS**, previo a conferírsele el Título de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. La Coordinación Académica en base a la opinión favorable del Asesor, Comisión de Revisión y Coordinador de Carrera, **ACORDÓ: AUTORIZAR IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ROPA, JUGUETES Y ACCESORIOS AMERICANOS PARA NIÑOS Y JOVENES EN EL MUNICIPIO DE SAN PEDRO SACATEPÉQUEZ, SAN MARCOS**, la estudiante: **BRENDY JEANETH FUENTES LÓPEZ**, Carné No. 200641234, previo a conferírsele el Título de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS."

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez
Coordinador Académico



c.c. Archivo
RE65/efc

DEDICATORIA

A Dios, por su guía y fortaleza en cada paso en este camino.

A la Universidad San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas por brindarme la oportunidad de crecer y aprender.

A mi hija Valery Jeaneth Bautista Fuentes, cuya sonrisa me inspira cada día a seguir adelante.

A mis padres, Edgar y Otilia Fuentes, por su amor incondicional y apoyo constante.

A mis hermanos, por ser mi respaldo y motivación en cada momento.

Con gratitud y amor.

A DIOS SEA LA GLORIA

ÍNDICE GENERAL

1 RESUMEN EJECUTIVO.....	1
2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y EL NEGOCIO	3
2.1 Descripción del negocio	3
2.2 Visión.....	3
2.3 Misión.....	3
2.4 Valores	4
2.5 FODA	5
3. PRODUCTO O SERVICIOS	9
3.1 Identidad del producto	9
3.2 Necesidades a satisfacer en la comercialización de COCO'S CLOSET	9
3.3 Características del producto.....	10
4. EQUIPO DE GESTIÓN	15
4.1 Gerente general.....	15
4.2 Vendedores de tienda	17
4.3 Contador (externo).....	18
4.4 Community Manager (externo)	19
5. MERCADO Y COMPETENCIA	20
5.1 Descripción del mercado objetivo	20
5.2 Segmentación del mercado	20

5.2.1 Segmento por edad	20
5.2.2 Segmento por género	21
5.2.3 Segmento por nivel socioeconómico	21
5.2.4 Segmento por ubicación geográfica	22
5.3 Propuesta de valor	22
5.3.1 Valor diferencial	22
5.4 Logotipo y eslogan	23
5.5 Obligaciones de comercialización de COCO'S CLOSET	24
5.5.1 Servicio al cliente	24
5.6 Perfil del cliente.....	24
5.6.1 Perfil Demográfico:	24
5.6.2 Perfil Psicográfico:	25
5.7 Análisis de la demanda	25
5.7.1 Tamaño del mercado.....	25
5.7.2 Tendencias del mercado.....	26
5.7.3 Comportamiento del consumidor	26
5.8 Análisis de la competencia	27
5.8.1 Competidores Directos	27
5.8.2 Competidores Indirectos.....	28
5.8.3 Evaluación de competidores.....	28

5.9 Proyecciones de venta	30
5.9.1 Estimaciones de venta	31
5.9.2 Estrategia de precios.....	31
6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL.....	32
6.1 Sistema de retribuciones e incentivo salarial.....	33
6.2 Proceso de selección de personal.....	33
6.3 Estudio legal	34
6.3.1 Inscripción Registro de Importadores	34
6.3.2 Inscripción ante Superintendencia de Administración Tributaria – SAT	35
6.3.3 Inscripción ante Registro Mercantil	37
6.3.4 Régimen de inscripción de la declaración y pago de impuestos	38
6.3.5 Registro de marca	40
6.3.6 Inscripción como patrono al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social – IGSS	41
6.3.7 Total de gastos de constitución de Coco’s Closet.....	42
7. PLAN DE MARKETING	43
7.1 Estrategia de marketing y promoción.....	43
7.1.1 Segmentación de mercado	43
7.1.2 Canales de venta	44
7.1.3 Plan de promoción.....	45

7.1.4 Estrategias de venta.	48
7.2 Población consumidora	49
7.3 Cálculo del tamaño de muestra.....	49
7.4 Resultados de estudio de mercado.....	51
7.4.1 Análisis de resultados cualitativos	54
8. PLAN DE PRODUCCIÓN	56
8.1 Descripción del producto.....	56
8.1.1 Características y ventajas de los productos americanos	57
8.2 Localización de la empresa.....	58
8.2.1 Características de la zona	58
8.3 Tamaño del proyecto y capacidad instalada	59
8.3.1 Mobiliario, enseres y equipo de cómputo.....	59
8.3.2 Proyección de la demanda y oferta.....	60
8.4 Idea del proyecto	62
8.4.1 Selección y Pedido de Productos.....	62
8.4.2 Importación y Transporte Internacional	64
8.4.3 Transporte Nacional.....	65
8.4.4 Recepción y Almacenamiento	65
8.4.5 Gestión de Inventarios	65
8.4.6 Exhibición y Venta en Tienda.....	65

9. PLAN FINANCIERO	66
9.1 Préstamo a solicitar.....	67
9.2 Costos y gastos de COCO'S CLOSET	70
9.3 Ingresos y egresos de COCO'S CLOSET	74
9.4 Estados financieros de COCO'S CLOSET	77
10. ANÁLISIS DE RIESGO	87
10.1 Identificación de Riesgos.....	87
10.2 Evaluación y Análisis de Riesgos.....	88
10.3 Estrategias de mitigación.....	91
10.4 Monitoreo y revisión de riesgos	93
10.5 Revisión y mejora continua del plan de riesgos	95
11. CONCLUSIONES	97
12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	98
13. ANEXOS	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 FODA de la empresa COCO'S CLOSET	5
Tabla 2 Análisis estratégico para fortalecer áreas débiles y aprovechar oportunidades	6
Tabla 3 Retribuciones salariales mensuales.....	33
Tabla 4 Retribuciones salariales mensuales de outsourcing.....	33
Tabla 5 Presupuesto inscripción SAT	36
Tabla 6 Presupuesto Registro Mercantil	37
Tabla 7 Registro de marca	41
Tabla 8 Total de gastos de constitución de Coco's Closet.....	42
Tabla 9 Promoción en medios de comunicación	45
Tabla 10 Promoción a través de marketing digital	46
Tabla 11 Estrategia de venta en COCO'S CLOSET	48
Tabla 12 Población total año 2024	49
Tabla 13 Mobiliario y equipo	59
Tabla 14 Equipo de oficina y tecnología	60
Tabla 15 Proyección de la demanda anual.....	61
Tabla 16 Proyección de la oferta anual.....	61
Tabla 17 Costo total importación, transporte y colocación de inventario	66
Tabla 18 Fuente de inversión.....	67
Tabla 19 Inversión inicial	67
Tabla 20 Amortización del capital mensual.....	67
Tabla 21 Remodelación de inmueble.....	70
Tabla 22 Depreciación de remodelación de inmueble.....	70
Tabla 23 Equipo de cómputo	71

Tabla 24 Depreciación equipo de cómputo	71
Tabla 25 Mobiliario y equipo	71
Tabla 26 Depreciación mobiliario y equipo	72
Tabla 27 Útiles de limpieza	72
Tabla 28 Útiles de oficina.....	73
Tabla 29 Gastos fijos anuales	73
Tabla 30 Gastos variables anuales	74
Tabla 31 Proyección de venta de juguetes.....	75
Tabla 32 Proyección de venta de ropa	75
Tabla 33 Proyección de venta de accesorios	75
Tabla 34 Calendarización anual de venta anual por tipo de producto	76
Tabla 35 Proyección de venta anual por producto.....	76
Tabla 36 Calendarización anual de compra/pedidos según demanda.....	77
Tabla 37 Proyección de compra e importación por 5 años	77
Tabla 38 Estado de resultados de COCO'S CLOSET	78
Tabla 39 Flujo de Fondos de COCO'S CLOSET.....	79
Tabla 40 Valor Actual Neto.....	81
Tabla 41 Valor Actual Neto positivo (VAN+).....	82
Tabla 42 Valor Actual Neto Negativo (VAN-).....	82
Tabla 43 Balance general.....	84
Tabla 44 Relación beneficio/costo.....	84
Tabla 45 Punto de Equilibrio	85
Tabla 46 Tipos de riesgos identificados.....	87
Tabla 47 Evaluación y análisis de riesgos	88

Tabla 48 Estrategias de mitigación para los riesgos identificados	92
Tabla 49 Monitoreo y revisión de los riesgos.....	94
Tabla 50 Revisión y mejora de plan de riesgos	95

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1 Genero de los encuestados.....	51
Gráfica 2 Rango de edad de los hijos de las personas entrevistadas	52
Gráfica 3 Frecuencia de compra de ropa, juguetes y/o accesorios para niños y jóvenes	52
Gráfica 4 Tipo de productos prefiere para los niños y/o jóvenes	53
Gráfica 5 Rango de presupuesto destinado para la compra de artículos	53
Gráfica 6 Preferencia de compra en lugares con productos americanos	54
Gráfica 7 Punto de Equilibrio.....	85

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1 Ubicación empresa COCO'S CLOSET	58
--	----

ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS

Flujograma 1 Selección y pedido de productos.....	62
---	----

ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen 1 Logotipo de la empresa.....	23
--------------------------------------	----

1 RESUMEN EJECUTIVO

El contexto sobre el cual se elabora el presente plan de negocios y su enfoque de comercialización de ropa, juguetes y accesorios, surge de la necesidad de innovar el mercado de productos dirigidos al sector joven e infantil, contando como oferta artículos importados y la influencia cultural estadounidense. Con la implementación del negocio también se busca generar un impacto económico y social en el municipio de San Pedro Sacatepéquez, departamento de San Marcos, por tal motivo el presente informe se desglosa en trece puntos los cuales se detallan a continuación.

En primer lugar, se encuentra al resumen ejecutivo que compila de manera detallada la estructura misma del plan. Así como la descripción de la empresa y el negocio enfatiza la idea principal por la cual será implementado el negocio y su función comercial para ofrecer la variedad de productos hacia la población. En cuanto al producto y servicios, se especifica el tipo de producto que se ofrece y los servicios a prestar en el mercado de San Pedro Sacatepéquez. Esto va unido al equipo de gestión que se define como el equipo de colaboradores que apoyan en las operaciones de la empresa.

En el apartado de mercado y competencia se especifica la modalidad sobre el producto a ofrecer en un espacio de mercado a cubrir así también la competencia establecida y las acciones a tomar para poder establecerse al corto plazo. La organización administrativa y legal determina la estructura administrativa a implementar, así como el aspecto legal con SAT, Registro Mercantil y demás elementos necesarios para su correcto funcionamiento. El Plan de Marketing por su parte, determina las estrategias mercadológicas para llegar a la población y el tipo de publicidad a implementar.

El plan de producción por su parte es la manera en que se tiene establecida toda la parte técnica de la empresa, desde su distribución en planta, inventario de productos a ofrecer, así como elementos indispensables a tomar en cuenta para el establecimiento de la tienda física. El Plan Financiero presenta un análisis detallado de costos, ingresos proyectados y estrategias de precios. Así también reflejan la rentabilidad a corto y largo plazo con un punto de equilibrio alcanzable. El análisis de riesgo menciona los elementos de precaución sobre los cuales la empresa puede enfrentarse ya con las actividades comerciales en pie.

Por último, las conclusiones responden a lo que se pretende implementar luego de todos los resultados expuestos, las referencias bibliográficas que son el soporte teórico de todo el trabajo y los anexos que incluyen los documentos como la encuesta que son necesarias para conocer el punto de vista de las personas entrevistadas.

2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y EL NEGOCIO

2.1 Descripción del negocio

Coco's Closet, es una juguetería, accesorios y tienda de ropa americana que inicia sus operaciones en el mes de junio 2021 de manera online y surge principalmente como resultado del estudio de mercado realizado en las inmediaciones del municipio de San Pedro Sacatepéquez, identificando la necesidad de una tienda que surta diferentes juguetes, accesorios y ropa americana, en las modalidades online y distribución física por medio de “delivery o take away”

El local comercial se establecería en 7ª Calle 1-81, Zona 4 San Pedro Sacatepéquez, San Marcos. Sin embargo, la distribución de los productos se continuará realizando principalmente en las áreas céntricas del municipio y zonas rurales. También, se cuenta con distribución a todos los departamentos de la república.

Este emprendimiento, nace con principios y valores cristianos y morales, el cual su nicho de mercado son los niños y jóvenes comprendidos entre 0 a 18 años.

2.2 Visión

Ser la tienda líder en San Pedro Sacatepéquez en la comercialización de ropa, juguetes y accesorios americanos totalmente nuevos, de alta calidad para niños y jóvenes, reconocida por su compromiso con la satisfacción del cliente, la innovación y la responsabilidad social.

2.3 Misión

Brindar a los niños y jóvenes de San Pedro Sacatepéquez acceso a una amplia variedad de ropa, juguetes y accesorios americanos de las mejores marcas, a precios competitivos y con un servicio al cliente excepcional, contribuyendo al desarrollo integral y la felicidad de las nuevas generaciones.

2.4 Valores

La empresa de comercialización de ropa, juguetes y accesorios “COCO’S CLOSET” tendrá valores muy marcados con el fin de contar con un alto compromiso que pueda darse a conocer.

- **Compromiso con la calidad:** Ofrecer productos de la más alta calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes.
- **Atención al cliente excepcional:** Brindar un servicio al cliente amable, eficiente y personalizado que supere las expectativas.
- **Innovación constante:** Buscar continuamente nuevas tendencias y productos para ofrecer la mejor experiencia a los clientes.
- **Responsabilidad social:** Comprometerse con el bienestar de la comunidad y el medio ambiente a través de iniciativas sostenibles y éticas.
- **Ética e integridad:** Mantener los más altos estándares de ética e integridad en todas las operaciones de la empresa.
- **Trabajo en equipo:** Fomentar un ambiente de trabajo colaborativo donde todos los miembros del equipo aporten sus talentos y habilidades.
- **Respeto:** Tratar a todos los clientes, empleados y proveedores con respeto y consideración.
- **Diversidad e inclusión:** Valorar la diversidad y la inclusión, creando un ambiente de trabajo donde todos se sientan bienvenidos y respetados.
- **Pasión por lo que hacemos:** Demostrar pasión por la ropa, los juguetes y los accesorios para niños, y transmitir ese entusiasmo a los clientes.
- **Orientación al cliente:** Enfocarse en las necesidades y preferencias de los clientes para ofrecer una experiencia de compra satisfactoria.

2.5 FODA

El presente FODA hace mención a los aspectos más sobresalientes vinculados al FODA que incluye factores internos y externos de la empresa.

Tabla 1 FODA de la empresa COCO'S CLOSET

Aspectos	INTERNOS		EXTERNOS	
	Fortaleza	Debilidad	Oportunidad	Amenaza
Administrativo	Equipo directivo con experiencia en el sector minorista y conocimiento del mercado local	Falta de experiencia en la gestión de importaciones y distribución de productos extranjeros	Implementar sistemas de gestión eficientes para optimizar las operaciones.	Falta de poder de negociación en el extranjero
Mercadológico	Demanda creciente de ropa, juguetes y accesorios en niños y jóvenes del medio	Carencia de un catálogo de venta de productos, y prendas de vestir	Implementar estrategias de marketing efectivas para atraer clientes	Competencia con empresas locales que ofrecen productos similares a precios bajos
Organizacional	Estructura organizacional flexible y adaptable a las necesidades del negocio	Falta de personal capacitado en la gestión de inventarios, atención al cliente y ventas	Implementar programas de capacitación para desarrollar habilidades del personal	Alta rotación de personal debido a la falta de oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional
Financiero	Sólida estructura	Falta de un sistema de	Buscar financiamiento	Riesgo en recibir

	financiera respaldada por inversiones	registros de ventas	adicional a través de préstamos bancarios	productos en mal estado
Legal	Cumplimiento estricto de la autenticidad de artículos y prendas de vestir.	Falta de experiencia en la gestión de trámites y normas internacionales	Buscar asesoría legal especializada en comercio exterior	Cambio en las leyes y regulaciones que pueden afectar negativamente las operaciones de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Con base a esta información se puede desarrollar una serie de estrategias efectivas para fortalecer las áreas débiles y aprovechar las oportunidades por cada uno de los aspectos y con ello permitir a la empresa COCO'S CLOSET fortalecerse y con ello aumentar significativamente sus posibilidades de éxito del negocio a largo plazo.

Tabla 2 Análisis estratégico para fortalecer áreas débiles y aprovechar oportunidades

Aspecto	Fortaleza	Debilidad	Aprovechamiento
Administrativo	Equipo directivo con experiencia en el sector minorista y conocimiento del mercado local	Falta de experiencia en la gestión de importaciones y distribución de productos extranjeros	Buscar asesoramiento y realizar capacitaciones internas para transmitir conocimientos necesarios y desarrollar procesos eficientes para la importación y distribución de los productos.
Mercadológico	Demanda creciente de ropa, juguetes y	Falta de conocimiento de la marca y	Invertir en campañas publicitarias dirigidas

	accesorios en niños y jóvenes del medio	diferenciación competitiva.	específicamente al público objetivo, destacando los valores y atributos únicos de la marca, así como su diferenciación respecto a la competencia.
Organizacional	Estructura organizacional flexible y adaptable a las necesidades del negocio	Falta de personal capacitado en la gestión de inventarios, atención al cliente y ventas	Diseñar programas de formación específicos para cubrir las áreas de gestión de inventarios, atención al cliente y técnicas de ventas, adaptados a las necesidades del negocio y al estilo de aprendizaje de los empleados
Financiero	Sólida estructura financiera respaldada por inversiones	Limitado acceso a capital para financiar la expansión del negocio	Evaluar la viabilidad de obtener préstamos o líneas de crédito a través de instituciones financieras, utilizando los activos y la estabilidad financiera de la empresa como garantía
Legal	Cumplimiento con todas las leyes y regulaciones locales.	Falta de experiencia en la gestión de trámites y normas internacionales	Invertir en capacitación interna para el equipo administrativo, proporcionándoles el conocimiento necesario sobre las normativas internacionales relevantes

			y asegurando un cumplimiento continuo y eficiente.
--	--	--	--

3. PRODUCTO O SERVICIOS

3.1 Identidad del producto

Con relación al producto que COCO'S CLOSET comercializará los principales productos serán las prendas de vestir con variedad de colores y estilos para niños, así como la variedad de juguetes que se ofrecerán desde los dibujos animados como también de colección. La empresa ofrecerá una amplia variedad de ropa incluyendo camisetas, pantalones, shorts, vestidos, trajes de baño, ropa interior y pijamas. La ropa será de marcas reconocidas en los Estados Unidos y estará confeccionada con materiales de alta calidad que sean duraderos, cómodos y transpirables.

En cuanto a los juguetes serán americanos educativos y divertidos para los niños para todas las edades, incluyendo juguetes de construcción, de peluche, de mesa, electrónicos, entre otros. Los juguetes serán de marcas reconocidas en Estados Unidos y fomentarán el desarrollo de actividades cognitivas, motoras y sociales para los niños más pequeños. Por su parte los accesorios que se ofrecerán serán modernos y funcionales para niños y jóvenes, entre ellos mochilas, bolsos, gorras, bufandas, guantes, lentes de sol, joyería y artículos varios de marcas reconocidas en Estados Unidos que aparte de modernos y funcionales serán de material duradero.

En cuanto a los servicios COCO'S CLOSET se compromete a brindar una atención al cliente excepcional que supere las expectativas desde la compra agradable, hasta el envío o cambios y devoluciones fáciles.

3.2 Necesidades a satisfacer en la comercialización de COCO'S CLOSET

Básicamente las necesidades que cubrirá el establecimiento de esta empresa serán:

- Ofrecer ropa de alta calidad para niños y jóvenes, satisfaciendo la necesidad básica de vestirse de manera adecuada y cómoda.
- Ofrecer juguetes educativos y divertidos que fomentaran el desarrollo físico, cognitivo y social de los niños, satisfaciendo la necesidad de entretenimiento y aprendizaje.

- Ofrecer productos y servicios que permitan a los niños y jóvenes expresarse y sentirse parte de un grupo, satisfaciendo la necesidad de pertenencia y aceptación social.
- Ofrecerá productos de alta calidad a precios competitivos, satisfaciendo la necesidad de acceso a productos que satisfagan las necesidades básicas y psicosociales de niños y jóvenes.
- Contribuir al desarrollo económico local mediante la generación de empleos, la compra de productos y servicios locales y pago de impuestos; todo ello de la mano con las prácticas de responsabilidad social.

3.3 Características del producto

Producto	Características	Tipo de cliente
Camisetas	Diseños modernos y coloridos, elaboradas con materiales de alta calidad como algodón orgánico o poliéster transpirable. Tallas: 2T, 3T, 4T, 5T, 6T, XS6, S7, S8, M9, M10, L. Marcas: Abercrombie & Fitch, Baby Gear, Calvin Klein, Carter's, Coccoli, Diesel, Nautica, Ralph Lauren	Niños y jóvenes entre 2 y 18 años
Pantalones	Cómodos y duraderos, ideales para el uso diario o para actividades físicas, de diferentes estilos como jeans, joggers o comandos y pantalones deportivos. Tallas: 1, 2, 3, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16 Marcas: Tommy Hilfiger, Champion, Pepe Jeans, Jack & Jones, Offcorss	Niños y jóvenes entre 2 y 18 años

Shorts	Frescos y ligeros, perfectos para el verano o para climas cálidos, en diferentes estilos como bermudas, shorts deportivos y/o de baño. Tallas: 6M, 12M, 2T, 3T,4T, 5T, 6T, XS, S, M, L. Marcas: Offcorss, Brave Kid, Under Armour, Puma, The Children's Place, GAP, Nike.	Niños y jóvenes entre 2 y 18 años
Vestidos	Encantadores y elegantes, ideales para ocasiones especiales o de uso diario, en diferentes estilos, como vestidos casuales, de fiesta y de verano. Tallas: 3M, 6M, 9-12M, 2T, 3T, 4T, 5T, 6T, XS, S, M, L. Marcas: Coco Acqua, Miranda, Nekenia, La Boutique de AyA, Nel-blu, Vera.	Niñas y jóvenes de 2 a 18 años
Trajes de baño	Cómodos y resistentes al agua, ideales para nadar o jugar en la playa o piscina, en diferentes estilos de una pieza, dos piezas y trajes de baño para niños. Tallas: 2T, 3T, XS, S, M, L, XL Marcas: Nike, Hurley, Speedo, Gap, Adidas, Under Armour.	Niños y jóvenes de 2 a 18 años
Ropa interior	Suave y transpirable, elaborada con materiales de alta calidad como algodón orgánico o microfibra, en diferentes estilos como calzoncillos, bóxers, bragas y sujetadores.	Niños y jóvenes de 2 a 18 años

	Tallas: 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16, S, M, L Marcas: Justice, Baby Phat, SO, Adidas, Carter's, Hanes, Calvin Klein,	
Pijamas	Cómodos y suaves ideales para dormir, se ofrecen en diferentes estilos como pijamas de una pieza, de dos piezas y pijamas de niños. Tallas: 2, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16, S, L, M Marcas: Tobogan, Petit Bateau, Vaenait Baby, Disney, Carter's, Pokémon, Minecraft, Marvel, Lego, Character, Star Wars.	Niños y jóvenes de 2 a 18 años
Juguetes de construcción	Fomentan la creatividad, imaginación y resolución de problemas, ofreciendo en diferentes niveles de dificultad desde bloques simples hasta los sets más complejos. Marcas: Lego, Banbao, LOZ, Magnetic, Tiles, Janod, K'nex.	Niños de 3 a 12 años
Juguetes de peluche	Suaves, abrazables, ideales para bebés y niños pequeños, ofreciendo en diferentes estilos, personajes y tamaños. Marcas: Alondra, Disney, Bugaboo, Carter's, Hello kitty, Zuru.	Bebés y niños de 0 a 5 años
Juegos de mesa	Divertidos y educativos, ideales para pasar tiempo en familia o con amigos, ofreciendo en diferentes temáticas y niveles de dificultad.	Niños y jóvenes de 5 a 18 años

	Marcas: Mattel, Games Workshop, Wizard of the Coast, Asmodee, Spin, Metta	
Juegos de rol	Estimulan la imaginación y la creatividad, se ofrecen en diferentes temáticas como piratas, caballeros medievales o superhéroes Marcas: Asmodee, Nosolorol, Edge Studio.	Niños y jóvenes de 5 a 12 años
Juguetes electrónicos	Entretenidos e interactivos, ideales para desarrollar habilidades cognitivas y motoras de los niños, se ofrecen en diferentes edades y niveles de dificultad. Marcas: Vtech, Mattel, Sony.	Niños de 3 a 12 años
Juguetes educativos	Fomentan el aprendizaje de diferentes materiales, como matemáticas, lenguaje o ciencias. Se ofrecen en diferentes edades y niveles de dificultad Marcas: 4M, Asmodee, Tooky toys, Vtech, Little Dutch, Hasbro, Crayola.	Niños de 3 a 12 años
Mochilas	Cómodas y resistentes, ideales para ir a la escuela o para llevar de viaje, se ofrecen en diferentes tamaños, estilos y colores Marcas: Vans, The North Face, Jansport, Deuter, Osprey.	Niños y jóvenes de 4 a 18 años
Bolsos	Modernos y funcionales, ideales para el uso diario o para ocasiones especiales, se ofrecen en diferentes tamaños, estilos y colores.	Niños y jóvenes de 10 a 18 años y mujeres

	Marcas: Chanel, Prada, Saint Lauren, CelineLouis Vuitton.	
Gorras	Protegen del sol y añaden un toque de estilo, se ofrecen en diferentes tamaños estilos como beisbol, de pescador o invernales. Marcas: Tishas, New Era, Goorin Bros, Kangol, Forever, Brixton.	Niños y jóvenes de 2 a 18 años
Bufandas	Abrigadoras y elegantes, ideales para el invierno o climas fríos, se ofrecen en diferentes materiales como lana, acrílico o cachemira. Marcas: Ecoalf, Tommy Hilfiger, Barts.	Niños y jóvenes de 5 a 18 años
Guantes	Protegen del frío y permiten realizar actividades al aire libre, se ofrecen en diferentes materiales como lana, cuero o tela impermeable. Marcas: Santcana, RAB, Rothco, Juba,	Niños y jóvenes de 5 a 18 años
Lentes de sol	Protegen los ojos del sol y añaden un toque de estilo, se ofrecen en diferentes estilos y colores. Marca: Ray-Ban, Lacoste, Boss, Prada, Polaroid.	Niños y jóvenes de 5 a 18 años
Sillas de auto	Protegen a los niños en el auto con un asiento especial. Marca: Nuna, CBX	Bebés de 6 meses a 2 años
Muebles de patio	Los muebles de patio, como sillas, mesas y sombrillas, pueden crear un espacio	Niños de 2 a 9 años

	cómodo para que los niños se relajen y disfruten del aire libre. Marca: Magis, Tasty Delicious.	
Piscinas inflables	Las piscinas inflables son una excelente manera de refrescarse en un día caluroso. Marca: Aquaglide, Bestway.	Niños y jóvenes de 5 a 18 años
Joyería	Delicada y divertida, ideal para expresar la personalidad, se ofrece en diferentes materiales como plata, oro y bisutería	Niñas y jóvenes de 5 a 18 años

Fuente: Elaboración propia

4. EQUIPO DE GESTIÓN

La empresa necesita de un equipo de trabajo en donde las personas que la conformen posean características específicas y claras para obtener buenos resultados y con ello lograr eficiencia en el desarrollo de actividades.

4.1 Gerente general

Perfil: Licenciatura en Administración de Empresas

Dos años de experiencia en Gerencia o administración de negocios, preferible en venta de ropa.

Idiomas: Español e Inglés Nivel Alto

Manejo de Paquetes de Office

Conocimiento en sistema de compras, importación y pago de aranceles aduaneros.

Horario: lunes a sábado de 8:00 a 13 horas y de 14:00 a 19:00 horas.

Funciones:

- Manejo de recurso humano (reclutamiento)
- Capacidad de trabajar sobre objetivos y metas

- Manejar cotizaciones
- Manejo de balances financieros
- Llevar ordenada la contabilidad de la empresa
- Supervisar y controlar el inventario de productos asegurando la disponibilidad para satisfacer la demanda
- Analizar las tendencias de ventas y estacionalidad para prever la demanda de productos.
- Organizar el transporte y la distribución de productos asegurando la eficiencia en los tiempos de entrega
- Mantener en buenos términos las relaciones con proveedores
- Identificar áreas de mejora en los procesos de operaciones e inventario.

Competencias:

- Ser una persona con altos valores éticos y morales
- Iniciativa, creativo, innovador, proactivo, líder y honesto
- Ser una persona con carácter imparcial.
- Entender las tendencias de mercado en cuanto a ropa, accesorios y juguetes en Estados Unidos para adaptar las estrategias en operaciones
- Mantener un control preciso de inventario y coordinar múltiples tareas de manera eficiente
- Negociar términos favorables con proveedores y resolver conflicto de manera efectiva
- Priorizar la satisfacción del cliente asegurando la disponibilidad de productos y gestionando de manera efectiva cualquier problema relacionado a inventario.

Remuneraciones

- Salario Q3,750.00 + bonificación de Q250.00

4.2 Vendedores de tienda

Perfil: Graduado de nivel medio con estudios universitarios de preferencia.

Cantidad: 2 vendedores de tienda

Horario: lunes a sábado de 8:00 a 13 horas y de 14:00 a 19:00 horas.

Funciones:

- Brindar un servicio excepcional al cliente, ayudando a encontrar productos, responder preguntas, ofrecer recomendaciones y resolver problemas de manera efectiva.
- Alcanzar y superar objetivos de ventas establecidos por la empresa, utilizando técnicas de venta efectivas.
- Familiarizarse con la gama de productos que ofrece la empresa incluyendo características, beneficios, precios y promociones para poder ofrecer información precisa y asesoramiento a los clientes.
- Contribuir al mantenimiento general de la tienda, incluyendo reposición de productos, limpieza y organización de los espacios de exhibición y asegurando que la tienda esté ordenada y atractiva para los clientes.
- Procesar transacciones de venta con precisión, manejando pagos en efectivo y tarjeta, gestionar devoluciones y cambios y mantener un registro adecuado de las transacciones
- Participar en iniciativas de promoción de ventas como descuentos, ofertas especiales y eventos varios para impulsar las ventas y aumentar la fidelidad de los clientes.
- Colaborar con otros miembros del equipo de la tienda para alcanzar objetivos comunes, compartir información sobre productos y resolver problemas de manera colaborativa.

Competencias:

- Demostrar empatía y habilidades de escucha para entender las necesidades y preferencias de los clientes y proporcionarles una experiencia de compra satisfactoria.
- Capacidad para comunicarse de manera clara y efectiva con clientes y colegas tanto verbalmente como por escrito.
- Capacidad para adaptarse a diferentes situaciones y clientes, ajustando el enfoque de venta según sea necesario para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente
- Capacidad para trabajar de manera efectiva en un entorno de equipo contribuyendo al éxito general de la tienda mediante la colaboración y el apoyo mutuo.
- Actuar con integridad y honestidad en todas las interacciones con clientes, manteniendo la conducta y la ética en el lugar de trabajo.
- Capacidad para mantener la calma y el profesionalismo bajo presión, incluso durante periodos de alta demanda o situaciones difíciles con los clientes
- Ser capaz de utilizar sistemas de punto de venta y otras tecnologías básicas utilizadas en la tienda para realizar transacciones y acceder a información de productos.

Remuneraciones:

Salario Q3,384.59 + bonificación de Q250.00

4.3 Contador (externo)

Perfil: Perito Contador, de preferencia con estudios universitarios de carrera Contaduría Pública y Auditoría.

Experiencia laboral: Experiencia previa de 3 a 5 años en manejo de inventarios de empresas de comercialización y/o importación.

Funciones:

- Habilidad para analizar y resolver problemas financieros

- Capacidad de interpretar y aplicar leyes y regulaciones fiscales
- Excelentes habilidades organizativas y preparación de informes
- Habilidades de comunicación

Estas condiciones aseguran que el contador externo seleccionado esté bien preparado para manejar la contabilidad de la empresa COCO'S CLOSET contribuyendo al buen funcionamiento y crecimiento financiero de la empresa.

4.4 Community Manager (externo)

Perfil: Licenciatura en Comunicación, Marketing, Publicidad, Periodismo, o áreas afines.

Experiencia laboral:

- Mínimo 2-3 años de experiencia en la gestión de redes sociales para empresas, preferiblemente en sectores relacionados con la moda, accesorios o productos infantiles.
- Experiencia previa en la creación de estrategias de contenido que hayan resultado en un crecimiento de la comunidad online y aumento del engagement.
- Historial de trabajo con influencers y colaboraciones para campañas de marketing digital.
- Experiencia en la creación y gestión de campañas publicitarias pagadas en redes sociales.

Funciones:

- Creación y programación de contenido diario/semanal en todas las plataformas sociales de la empresa.
- Respuesta y gestión de interacciones con los seguidores (comentarios, mensajes directos, etc.).
- Monitoreo constante de las redes para identificar oportunidades de interacción y promoción.

- Investigación de tendencias actuales en el sector para asegurar contenido relevante y atractivo.
- Creación y gestión de campañas de anuncios pagados en redes sociales para aumentar la visibilidad y las ventas de productos.
- Seguimiento y análisis de la efectividad de las campañas publicitarias.
- Generación de reportes mensuales con análisis de resultados y propuestas de mejora
- Identificación y manejo de situaciones de crisis o comentarios negativos en redes sociales, manteniendo la reputación de la marca.

Este perfil garantiza que el Community Manager externo podrá manejar efectivamente la presencia digital de una empresa en el competitivo mercado de la moda, accesorios y juguetes, conectando con la audiencia adecuada y potenciando la imagen de marca COCO'S CLOSET

5. MERCADO Y COMPETENCIA

5.1 Descripción del mercado objetivo

Un estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización (Kotler, Bloom, & Hayes, 2002). El mercado objetivo se enfoca directamente a toda la población del municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos y lugares circunvecinos que requiera para sus hijos, sobrinos, nietos, amigos y regalos relacionados a prendas de vestir, variedad de juguetes y/o accesorios varios importados en edades de 0 a 18 años, sin distinción de sexo, religión o estatus social económico.

5.2 Segmentación del mercado

El segmento del mercado se marcará por edad, el cual se explica a continuación:

5.2.1 Segmento por edad

- **Recién Nacidos (0-2 años):**

- ✓ **Productos:** Ropa para bebés, juguetes educativos para bebés, accesorios para el cuidado infantil.
- ✓ **Compradores:** Principalmente padres primerizos y abuelos.
- **Niños Pequeños (3-5 años):**
 - ✓ **Productos:** Ropa cómoda y resistente, juguetes educativos y de desarrollo motor, accesorios para el hogar y actividades al aire libre.
 - ✓ **Compradores:** Padres jóvenes que buscan productos seguros y educativos.
- **Niños en Edad Escolar (6-12 años):**
 - ✓ **Productos:** Ropa casual, juguetes educativos y de entretenimiento, accesorios deportivos y para actividades extraescolares.
 - ✓ **Compradores:** Padres enfocados en la educación y el desarrollo de habilidades de sus hijos.
- **Adolescentes (13-18 años):**
 - ✓ **Productos:** Ropa de moda, accesorios personales (mochilas, gorras, lentes), juguetes tecnológicos, juegos de mesa y actividades sociales.
 - ✓ **Compradores:** Padres y adolescentes que buscan productos que reflejen su identidad y estilo personal.

5.2.2 Segmento por género

Los productos estarán diferenciados según las preferencias de género en ropa, juguetes y accesorios. Por ejemplo, ropa de colores y diseños específicos, juguetes como muñecas para niñas y autos de juguete para niños.

5.2.3 Segmento por nivel socioeconómico

- **Compradores:** Familias con ingresos suficientes para gastar en productos importados de mayor calidad y marca.

- **Preferencias:** Productos de alta calidad, marcas reconocidas, últimas tendencias en moda y juguetes educativos.

5.2.4 Segmento por ubicación geográfica

El espacio por cubrir es el municipio de San Pedro Sacatepéquez y áreas circundantes:

- **Compradores:** Residentes locales y familias de áreas cercanas que visitan la ciudad para realizar compras.
- **Preferencias:** Acceso a una tienda bien surtida con productos que no estén disponibles en otras tiendas locales.

5.3 Propuesta de valor

5.3.1 Valor diferencial

En Coco's Closet por ser la tienda especializada en niños y jóvenes entre 0 y 18 años, se pretende crear experiencias únicas que llenen de alegría y estilo a los más pequeños del hogar. A diferencia de las tiendas tradicionales, ofrecerá un valor diferencial que la convierte en el lugar ideal para encontrar todo lo que se necesita para los más pequeños del hogar.

- **Áreas personalizadas**
 - ✓ Para las princesas: Un espacio mágico lleno de vestidos, tutús, accesorios brillantes y mucho más, donde las niñas podrán sentirse como verdaderas reinas.
 - ✓ Para los superhéroes: Un mundo de aventura con ropa de sus personajes favoritos, capas, máscaras y todo lo necesario para que los niños desaten su imaginación y salven al mundo.
- **Espacio de vestidor con pantalla de juguetes**

Olvidarse de los llantos a la hora de probarse la ropa. En los vestidores, los niños podrán disfrutar de una selección de juegos y videos en una pantalla táctil mientras encuentras la prenda perfecta para ellos.

- **Más que una tienda, una experiencia**

En Coco's closet no solo se venderán productos, sino que se crearán experiencias memorables para toda la familia. Se contará con un equipo de profesionales apasionados por los niños, quienes brindarán asesoría personalizada para encontrar todo lo que necesite el cliente en su visita y que la misma sea un completo placer.

5.4 Logotipo y eslogan

El logotipo de la COCO'S CLOSET es un elemento visual esencial que representa la identidad de la empresa

Imagen 1 Logotipo de la empresa



Fuente: elaboración propia

El nombre de la empresa COCO'S CLOSET está diseñado en una fuente moderna y amigable que transmite una sensación de calidez y accesibilidad. El diseño refleja el enfoque de la tienda en ofrecer una experiencia de compra agradable y familiar. Además, incluye gráficos que representan los tres pilares principales de la tienda: moda, juegos y diversión, siendo estos visualmente atractivos y fácilmente reconocibles para comunicar rápidamente el tipo de productos que se ofrece. En cuanto al color utilizado es un tanto brillante y vibrante

lo cual evoca sentimientos de alegría y energía que atrae principalmente al público objetivo de la tienda que son niños, jóvenes y sus padres.

En cuanto al eslogan, la palabra “moda” comunica a los clientes que encontrarán una selección variada y actualizada de ropa; “juegos” que asegura a los consumidores que la tienda es un destino ideal para encontrar juguetes populares y de calidad desde figuras de acción, juguetes educativos, hasta juegos basados en las últimas películas y caricaturas. Por otra parte, la palabra “diversión” engloba la experiencia que COCO’S CLOSET ofrece, ya que no solo se trata de vender productos sino de proporcionar una experiencia de compra agradable y emocionante.

5.5 Obligaciones de comercialización de COCO’S CLOSET

5.5.1 Servicio al cliente

El cliente es uno de los mayores protagonistas de la empresa, por lo tanto, se brindará un servicio óptimo asesorando a las personas con las características propias de cada prenda, juguete o accesorio y lograr con ello que el cliente tenga un mayor conocimiento de lo que va a adquirir. También se podrán realizar pedidos con las características que el cliente desea y con ello lograr una mejor satisfacción.

5.6 Perfil del cliente

5.6.1 Perfil Demográfico:

- **Edad de los Compradores:** Principalmente adultos de 25 a 45 años (padres y abuelos).
- **Género:** Mayoritariamente mujeres, dado que suelen tomar más decisiones de compra relacionadas con ropa y juguetes para niños.
- **Ingresos:** Familias de clase media baja, media y alta con capacidad de gasto en productos importados.
- **Ubicación:** Residentes del municipio de San Pedro Sacatepéquez y zonas cercanas.

5.6.2 Perfil Psicográfico:

- **Estilo de Vida:** Padres preocupados por el bienestar y desarrollo de sus hijos, interesados en productos que promuevan la educación y el crecimiento saludable.
- **Intereses:** Calidad y durabilidad en productos, seguridad de los niños, tendencias de moda y productos innovadores.
- **Preferencias de Compra:** Valoran la conveniencia, la disponibilidad de productos exclusivos y la relación calidad-precio. Buscan experiencias de compra agradables y servicios al cliente de alta calidad.

5.7 Análisis de la demanda

5.7.1 Tamaño del mercado

Para considerar el tamaño del mercado en San Pedro Sacatepéquez se considerarán los siguientes factores:

a) Población Total:

- San Pedro Sacatepéquez tiene una población aproximada de 89,000 habitantes.
- De esta población, alrededor del 41% son niños y adolescentes (0-18 años), lo que equivale a unos 35,000 potenciales consumidores directos.

b) Tasa de Natalidad y Crecimiento:

- Considerando una tasa de natalidad de aproximadamente 22 nacimientos por cada 1,000 habitantes, esto implicaría unos 1,200 nacimientos anuales, asegurando un flujo continuo de nuevos consumidores en el segmento de recién nacidos y niños pequeños.

c) Nivel Socioeconómico:

- En San Pedro Sacatepéquez existe un gran porcentaje de clase media baja y clase media con ingresos suficientes para gastar en productos importados de mayor calidad. Esto representa una muy buena cantidad de niños y adolescentes con mayor potencial de compra.

5.7.2 Tendencias del mercado

a) Preferencia por Productos de Calidad

- Existe una creciente preferencia por productos de alta calidad y marcas reconocidas, especialmente entre familias de clase media y alta.
- Los consumidores valoran la durabilidad y seguridad de los productos, especialmente en ropa y juguetes para niños.

b) Incremento en la Demanda de Productos Educativos y Tecnológicos

- Hay un aumento en la demanda de juguetes educativos que promueven el desarrollo cognitivo y habilidades motoras.
- Los adolescentes muestran un creciente interés en productos tecnológicos que combinan entretenimiento y funcionalidad.

c) Moda y Personalización

- La moda infantil se está volviendo cada vez más importante, con padres que buscan ropa de última tendencia para sus hijos.

d) Compras en Línea

- Aunque el comercio en línea está en desarrollo, se observa una tendencia creciente hacia la compra en línea, especialmente entre las familias jóvenes que buscan comodidad y una mayor variedad de productos.

5.7.3 Comportamiento del consumidor

a) Hábitos de Compra

- Los padres suelen planificar sus compras en función de eventos especiales como cumpleaños, Navidad y el inicio del año escolar.
- Existe una tendencia a realizar compras de gran volumen en épocas específicas del año, aprovechando descuentos y promociones.

b) Factores de Decisión

- La calidad y seguridad del producto son factores cruciales para los padres al momento de tomar decisiones de compra.
- El precio también juega un papel importante, aunque los padres de clase media y alta están dispuestos a pagar más por productos que perciben como de mejor calidad o más seguros.

c) Preferencias del Consumidor

- Los consumidores valoran las tiendas que ofrecen una experiencia de compra agradable y un excelente servicio al cliente.
- Prefieren tiendas que proporcionen una amplia variedad de productos y que estén bien organizadas, facilitando encontrar lo que buscan.

d) Lealtad a la Marca

- Una vez que los padres encuentran una marca que confían y que satisface sus necesidades, es probable que permanezcan leales a esa marca.
- Las recomendaciones de boca en boca y las reseñas en línea también influyen significativamente en las decisiones de compra.

5.8 Análisis de la competencia

La identificación de competidores se describe como directos e indirectos.

5.8.1 Competidores Directos

a) Tiendas de Ropa Infantil Locales

Tiendas especializadas en ropa para niños que operan en San Pedro Sacatepéquez y sus alrededores. Ejemplos: Variedades Sky, Samanta's Boutique.

b) Tiendas de Juguetes

Establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de juguetes. Ejemplos: Juguetería Galo, Dream's Toys

c) Tiendas de Accesorios para Niños

Tiendas que venden una gama de accesorios, desde mochilas hasta artículos de decoración para habitaciones infantiles. Ejemplos: Variedades Sky, tiendas de ropa varias

5.8.2 Competidores Indirectos

a) Grandes Almacenes

Tiendas departamentales que ofrecen secciones de ropa, juguetes y accesorios para niños. Ejemplos: Mega paca, ventas de ropa variada importada.

b) Mercados y Ferias Locales

Puestos en mercados y ferias que venden ropa y juguetes a precios más bajos.

c) Tiendas en Línea

Plataformas de e-commerce que venden ropa y juguetes importados para niños. Ejemplos: perfiles varios de Facebook e Instagram

5.8.3 Evaluación de competidores

- **Variedades Sky, Samanta's Boutique**

- ✓ **Productos:** Ropa infantil de gama media a alta.
- ✓ **Precios:** Moderados a altos.
- ✓ **Ubicación:** Centro de San Pedro Sacatepéquez.
- ✓ **Fortalezas:** Buen surtido de ropa, buena reputación local, clientela leal.

✓ **Debilidades:** Enfoque limitado en ropa, poca variedad en juguetes y accesorios.

- **Juguetería Galo, Dream's Toys**

✓ **Productos:** Amplia gama de juguetes, desde educativos hasta de entretenimiento.

✓ **Precios:** Varían desde económicos hasta caros.

✓ **Ubicación:** Zona comercial central.

✓ **Fortalezas:** Gran variedad de juguetes, ofertas frecuentes.

✓ **Debilidades:** Poca oferta de ropa y accesorios, espacio limitado.

- **Mega paca y tiendas de ropa americana**

✓ **Productos:** Diversos, incluyendo ropa, juguetes y otros artículos para niños.

✓ **Precios:** Competitivos.

✓ **Ubicación:** Variedad de locales y Mega paca en San Marcos

✓ **Fortalezas:** Gran variedad de productos, precios competitivos.

✓ **Debilidades:** Falta de enfoque especializado en productos infantiles, servicio al cliente genérico.

- **Tiendas de ropa importada (pacas)**

✓ **Productos:** Ropa y juguetes a precios bajos.

✓ **Precios:** Muy económicos.

✓ **Ubicación:** Diversos puntos en el municipio.

✓ **Fortalezas:** Precios bajos, accesibilidad.

✓ **Debilidades:** Calidad inconsistente, falta de marcas reconocidas.

- **Competencia en Facebook**

✓ **Productos:** Enorme variedad de ropa, juguetes y accesorios importados.

- ✓ **Precios:** Amplio rango de precios.
- ✓ **Ubicación:** En línea.
- ✓ **Fortalezas:** Conveniencia de compra desde casa, variedad y disponibilidad de productos.
- ✓ **Debilidades:** Tiempos de entrega, posibles costos adicionales por envío y aduanas, falta de experiencia de compra física.

5.9 Proyecciones de venta

Las proyecciones de venta se refieren a estimaciones futuras en las ventas de la empresa COCO'S CLOSET que se enfocará a planificar las ventas, definir estrategias de marketing y prever ingresos. Uno de los principales análisis de mercado objetivo es la demografía de San Pedro Sacatepéquez tiene una población significativa, con una alta demanda de productos para niños y jóvenes. De igual forma las preferencias del consumidos donde se observa una tendencia creciente hacia la compra de productos importados y de marca que se percibe como de mejor calidad.

Como parte del método de proyección se tendrá acceso a datos históricos en ventas de negocios similares para utilizarlos como base; un análisis de tendencias para poder evaluar el crecimiento en el mercado local y encuestas para potenciales clientes, preferencias y hábitos de compra.

Proyección por utilizar:

- Primer año: Se espera una venta de 1000 unidades mensuales (400 prendas de vestir, 300 juguetes y 300 accesorios), basándose en la capacidad del mercado y la estrategia de marketing inicial.
- Segundo año: Un incremento del 20%, proyectando 1200 unidades mensuales, dado el crecimiento y la fidelización de clientes.

5.9.1 Estimaciones de venta

Los factores por considerar como parte de las estimaciones de venta se pueden mencionar:

- Temporada: Las ventas pueden variar según las estaciones del año y las festividades. Entre ellas temporadas altas son las de fin de año: navidad, año nuevo y en algunas ocasiones el día del niño; mientras el resto del año los cumpleaños y regalos que son los que harán un balance en las ventas anuales.
- Competencia: Evaluar la competencia directa e indirecta y su impacto en las ventas. Este tipo de competencia directa e indirecta es la que se deberá medir y medir la idónea para ganar más mercado.
- Capacidad de Almacenamiento y Logística: Asegurar que se puede satisfacer la demanda proyectada a partir de un stock de productos acorde a las demandas de la población.

5.9.2 Estrategia de precios

Para las estrategias de precios se tomarán en cuenta tres aspectos fundamentales:

a) Analizar la competencia:

A partir de precios competitivos investigar productos similares en el municipio de San Pedro Sacatepéquez, así también las estrategias que utilizan. De igual manera identificar las ventajas competitivas que permitan diferenciarse y justificar los precios, como la calidad, exclusividad de marcas americanas o de servicio al cliente.

b) Estrategias de precio:

Establecer como estrategia principal los productos exclusivos de alta calidad lo cual sería vinculado para poder maximizar las ganancias por unidad vendida. Así también establecer precios similares a los competidores, pero con el valor adicional como promociones, descuentos por volumen de ventas o programas de fidelización para clientes.

Por último, también se considerará utilizar los precios psicológicos que se refieren básicamente a utilizar precios más atractivos para los consumidores (19.99 en lugar de 20.00)

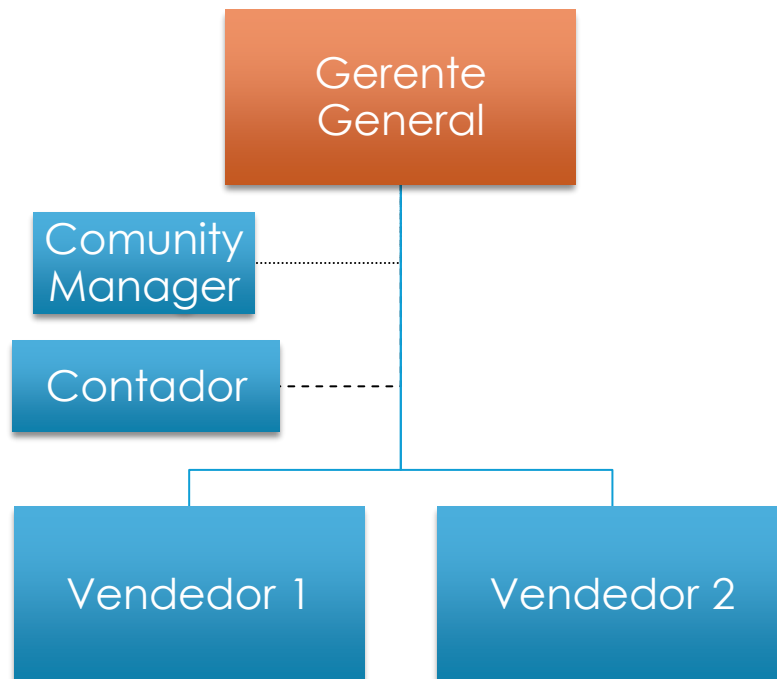
c) Consideraciones de costos:

Asegurar de cubrir todos los costos fijos y variables en la estructura de precios para que así pueda cubrirse desde la adquisición, transporte, almacenamiento y cualquier otro costo operativo. También será necesario establecer un margen de beneficio que sea sostenible y competitivo.

6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

El estudio administrativo de la empresa COCO'S CLOSET cuenta con 3 empleados los cuales se presentan mediante la estructura organizativa siguiente que es de tipo lineal, que para (Riquelme, 2022) se basa en la transmisión de autoridad de superiores a subalternos, como parte de una estructura piramidal, siendo esta la forma de organización más antigua y sencilla que existe

Diagrama 1 Estructura organizacional de la empresa COCO'S CLOSET



Fuente: Elaboración propia

6.1 Sistema de retribuciones e incentivo salarial

La retribución salarial es la cantidad de dinero mensual que recibirán los trabajadores que laborarán en la empresa COCO'S CLOSET. Para tal efecto se tomará como base el (Acuerdo Gubernativo 307, 2023) en donde se acuerda fijar un salario mínimo para el año 2024 para actividades No Agrícolas en todos los departamentos del país excepto Guatemala.

Tabla 3 Retribuciones salariales mensuales

Descripción del puesto	Sueldo	Bonificación incentivo	Sueldo más bonificación incentivo
Gerente general	Q 3,750.00	Q 250.00	Q 4,000.00
Vendedores de tienda (2)	Q 3,227.82	Q 250.00	Q 3,477.82
TOTAL, SUELDO CON BONIFICACIÓN			Q 10,955.64

Fuente: Elaboración propia a partir de Acuerdo Gubernativo 307-2023. MINTRAB

Tabla 4 Retribuciones salariales mensuales de outsourcing

Descripción del outsourcing	pago
Contador	Q 400.00
Community Manager	Q 1,600.00

Fuente: Elaboración Propia.

6.2 Proceso de selección de personal

El proceso para contratar a personas será a través de un proceso de selección de personal, que básicamente es la elección de una persona en particular en función de los criterios establecidos (Alles, 2006). Por tanto, dicho proceso iniciará con la promoción de las plazas vacantes a través de la elaboración de afiches y anuncios radiales; se hará la recepción de expedientes, llenado de solicitud de empleo por los candidatos, y se realizara la depuración respectiva seleccionando a los candidatos que llenen el perfil para optar los puestos; también

se hará un examen para conocer sus conocimientos y aptitudes, se harán las respectivas entrevistas con las personas que hayan calificado; se realizará un plan de inducción que contendrá toda la información y documentación de la empresa, así como las funciones de sus puestos; en el cual participarán las personas seleccionadas para que inicien sus labores dentro de la empresa.

En cuanto a la secuencia para realizar en el proceso de selección del personal, con la finalidad de obtener aquella persona que reúna los requisitos necesarios para ocupar los diferentes puestos que la empresa pretende alcanzar serán en el siguiente orden: Gerente general, vendedores de tienda. Entre los medios adecuados para difundir la oferta serán:

- Carteles o anuncios en la parte exterior de la empresa: tienen bajo costo y se encuentran en el lugar a donde deben acudir las personas.
- Contacto con empresas de la misma actividad productiva en términos de colaboración
- Redes sociales que son actualmente el medio más utilizado por las personas por lo tanto la empresa puede utilizar estos medios para realizar el reclutamiento de personal

6.3 Estudio legal

El carácter legal de la empresa COCO'S CLOSET está conformada por 3 personas que actúan en la calidad de trabajadores en la empresa. Su funcionamiento legal se enmarca bajo la normativa del Registro Mercantil, Superintendencia de Administración Tributaria, Ministerio de Salud, IGSS, IVA, ISR.

6.3.1 Inscripción Registro de Importadores

Todos los contribuyentes que realizan importaciones con carácter comercial deben inscribirse en el Registro de Importadores de la SAT a través de su Agencia y cumplir con los requisitos siguientes:

- a) Contar con Número de Identificación Tributaria -NIT-.

- b) Tener establecimiento registrado y activo en el Registro Tributario Unificado Digital.
- c) Estar afiliado a un régimen del Impuesto al Valor Agregado en el Registro Tributario Unificado Digital.
- d) Estar solvente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y aduaneras.
- e) Estar actualizado en el Registro Tributario Unificado Digital, de acuerdo con las leyes específicas, según corresponda a cada contribuyente, indicando las direcciones adicionales donde se ubican los locales, bodegas, recintos, patios y cualquier edificación en que almacene las mercancías que importa, incluso las casas de habitación que utilice para este fin.
- f) Contar al menos con un Agente Aduanero autorizado por la SAT, que autoriza como representante para sus importaciones.
- g) Otros que requiera el Servicio Aduanero, conforme la facultad que le otorga la legislación aduanera aplicable vigente.

Cabe mencionar que la empresa COCO'S CLOSET no tendrá que solicitar un permiso no arancelario debido a que la calidad de productos que importará no será especial (con fecha de caducidad o perecederos).

6.3.2 Inscripción ante Superintendencia de Administración Tributaria – SAT

Los documentos para la inscripción ante Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) son:

- Original y fotocopia de DPI de propietario.
- Recibo de luz, agua o teléfono de la dirección donde se encuentre ubicado el negocio, No debe de tener más de tres meses de haber sido emitida. (Las facturas electrónicas son válidas).
- Formulario SAT No.0052 para solicitud de Habilitación de Libros.
- Formulario SAT No.0162 de Acreditación de Imprenta en el Registro Fiscal de Imprentas.

- Original y fotocopia de Patente de Comercio.
- Todo contribuyente del Régimen del ISR trimestral está obligado a llevar registros de sus ventas o ingresos en:
 - Un libro de Compras y
 - Un libro de Ventas

Y para controles administrativos y financieros se llevarán registros contables en los siguientes libros:

- Un libro de Inventario
- Un libro de Caja
- Un libro de Diario
- Un libro de Mayor
- Un libro de Estados Financieros.

Estos libros podrán llevarse de forma manual o computarizada.

a) Presupuesto para la habilitación de libros ante SAT

Tabla 5 Presupuesto inscripción SAT

Descripción	Costo
Un libro de compras y ventas de pequeño contribuyente de 25 hojas	Q 12.50
Un libro de Inventario de 50 hojas	Q 25.00
Un libro de Caja de 51 hojas	Q 25.50
Un libro de Diario de 50 hojas	Q 25.00
Un libro de Mayor de 51 hojas	Q 25.50
Un libro de Estados Financieros de 50 hojas	Q 25.00
Compra de libro auxiliar de pequeño contribuyente	Q 20.00
Compra de libros contables	Q 110.00
Compra de 500 facturas	Q 250.00
Fotocopias de papelería	Q 10.00

Pago a contador por tramite	Q 200.00
Costo total	Q728.50

Fuente: Elaboración propia

6.3.3 Inscripción ante Registro Mercantil

- Fotocopia de DPI del propietario.
- Llenar formulario de Solicitud de Inscripción de Empresas Individuales.
- Autenticar el formulario con un abogado.
- Presentar original y dos fotocopias del formulario en un folder tamaño oficio.

Para autorización de Libros ante Registro Mercantil se deben autorizar pagando los libros contables Q0.20 por hoja

- a) Presupuesto para la autorización de libros e inscripción ante Registro Mercantil

Tabla 6 Presupuesto Registro Mercantil

Descripción	Costo
Un libro de Inventario de 50 hojas	Q 10.00
Un libro de Caja de 51 hojas	Q 10.20
Un libro de Diario de 50 hojas	Q 10.00
Un libro de Mayor de 51 hojas	Q 10.20
Un libro de Estados Financieros de 50 hojas	Q 10.00
Aranceles ante Registro Mercantil	Q 200.00
Fotocopias de papelería	Q 5.00
Timbres fiscales	Q 50.00
Cuadro para Patente	Q 50.00
Autorización de libros	Q 50.40
Autentica por abogado	Q 175.00
Inscripción de persona individual	Q 100.00
Inscripción de comerciante	Q 75.00

Edicto	Q 25.00
Costo total	Q780.80

Fuente: Elaboración propia

6.3.4 Régimen de inscripción de la declaración y pago de impuestos

La Empresa deberá presentar dentro del mes calendario siguiente al del vencimiento de cada período impositivo, la declaración correspondiente informando del monto total de las operaciones realizadas en el mes calendario anterior. La declaración deberá efectuarse en las instituciones autorizadas tales como los Bancos del Sistema en Guatemala.

a) Régimen de inscripción

La empresa debe inscribirse bajo el Régimen del Impuesto sobre la Renta (ISR) sobre Utilidades, Impuesto al Valor Agregado (IVA) General, debiendo presentar las siguientes declaraciones:

- Declaración Jurada y Pago Mensual del Impuesto al Valor Agregado (IVA) Operaciones Locales de Persona Individual Comerciante.

Esta declaración será presentada en el mes calendario siguiente al del vencimiento de cada período impositivo, informando el monto de Ventas en la casilla estipulada.

- Declaración Jurada y Pago Trimestral del Impuesto Sobre la Renta (ISR) Sobre Utilidades.

Esta declaración será presentada en el mes calendario siguiente al del vencimiento de trimestre de cada período impositivo, informando el monto de Ventas en la casilla estipulada dentro del formulario.

- Declaración Jurada y Pago Anual del Impuesto Sobre la Renta (ISR) Sobre Utilidades.

Esta declaración será presentada en el mes de marzo del año calendario siguiente al del vencimiento de cada período impositivo, informando de los activos que posee la

Cooperativa y de los ingresos y gastos en los que incurrió en el año anterior y el resultado consignarlo en la casilla correspondiente.

b) Obligaciones ante SAT

- Del régimen general del impuesto al valor agregado IVA:
 - ✓ Pagar dentro del mes calendario siguiente de vencido el período impositivo.
 - ✓ El período impositivo es mensual.
 - ✓ El formulario para utilizar es el SAT 2237 electrónico, cuando realicen operaciones de exportación y operaciones locales.
 - ✓ Vence el último día hábil del mes calendario siguiente de vencido el periodo impositivo.
 - ✓ Si no se presenta la declaración están obligados a pagar una multa de Q.150.00 por declaración no presentada.
- Del régimen del impuesto sobre la renta régimen sobre utilidades (ISR)
 - ✓ Pagar dentro del mes calendario siguiente de vencido el período impositivo.
 - ✓ El período impositivo es TRIMESTRAL.
 - ✓ El formulario por utilizar para presentar el ISR trimestral es el SAT 1361 electrónico, cuando realicen operaciones de exportación y operaciones locales. Y el formulario SAT 1411 para la declaración anual del ISR.
 - ✓ El formulario por utilizar para el Impuesto de Solidaridad es el SAT 1608
 - ✓ Vence los primeros quince días hábiles del mes calendario siguiente de vencido el periodo impositivo.
 - ✓ Si no se presenta la declaración están obligados a pagar una multa de Q150.00 por declaración no presentada.

6.3.5 Registro de marca

Este procedimiento se realiza en el Registro de la Propiedad Intelectual en el departamento de Marcas que se encuentra en agencia de Banrural de la 7ª. Av. 7-61 zona 4, primer nivel Guatemala.

- Elaborar un diseño gráfico distintivo de la marca (origina y 3 reproducciones).
- Adquirir en las oficinas del Registro de la propiedad intelectual, un formulario de solicitud de búsqueda retrospectiva del distintivo (Q.5.00) llenarlo con la información requerida.
- Efectuar el pago respectivo en la caja (Q.200.00)
- Presentar el formulario y recibo de cancelación en la recepción, solicitando la búsqueda requerida.
- Efectuar un pago de Q.110.00 por presentación de la solicitud, adjuntar copia del recibo correspondiente al expediente.
- Persona jurídica presentar fotocopia legalizada del documento que acredite la representación.
- Al ingresar la solicitud en la recepción, efectuarán un examen de los documentos, quienes al aceptarlo firmarán y sellarán de recibido colocando la fecha.
- El expediente es trasladado a la sección de forma y fondo para su examen, si es aceptada, se emite resolución declarando con lugar la solicitud y se extiende el edicto correspondiente por lo cual se cancelan Q.50.00.
- El solicitante debe efectuar 3 publicaciones del edicto en el término de 15 días en el diario oficial y luego presentar los ejemplares al registro dentro del mes siguiente a la fecha de la última publicación.
- Si no presentan oposición a la inscripción el solicitante pide que se emita la orden de pago de Q.90.00 para que se efectúe la anotación que corresponde y presenta al Registro para que se inscriba el signo distintivo solicitado.
- Vigencia de la marca es de 10 años, renovables por períodos iguales.

a) Presupuesto para Registro de Marca

Tabla 7 Registro de marca

Descripción	Costo
Formulario de solicitud de búsqueda	Q 5.00
Pago en la caja, solicitud denominativa	Q 200.00
Formulario de registro inicial, del signo distintivo	Q 5.00
Declaración jurada por abogado	Q 2,000.00
Búsqueda de título	Q 1,000.00
Timbre forense	Q 1.00
Pago en la caja por presentación de solicitud	Q 110.00
Inscripción en el libro correspondiente	Q 90.00
Costo total	Q3,411.00

Fuente: Elaboración propia

Cabe resaltar que este cálculo corresponde únicamente a los trámites necesarios sin tener en cuenta el pago de edictos en Diarios Oficiales de circulación en Guatemala, por tal motivo se determinará un costo total de **Q12,000.00** de gasto en un tiempo aproximado de trámite de 10 meses

6.3.6 Inscripción como patrono al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social – IGSS

La empresa como va a emplear más de un trabajador está obligada a inscribirse al Régimen de Seguridad Social, descontando la cuota laboral correspondiente a los empleados del 4.83% de su salario, para que pueda gozar de los servicios del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social. Una vez inscrito a los trabajadores a este ente automáticamente con el descuento que se les hará de sus sueldos incluye la cuota del IRTRA, con ello podrán gozar los empleados de esta institución, posterior a la inscripción y tramitación de sus respectivos carnés.

El representante, acude a la Sección de Inscripciones en la División de Registro de la Delegación Departamental del municipio y departamento de San Marcos a solicitar el formulario DRTP-001 el cual se suscribió con lo que requería el mismo.

Esta modalidad es únicamente para trabajadores que cuenten con Documento Personal de Identificación -DPI- y se realiza desde el portal web de servicios electrónicos del patrono.

- a) Ingreso al Portal de Servicios Electrónicos.
- b) Colocar Usuario y Contraseña.
- c) Ingresar a Servicios para Patronos.
- d) Ingresar a Registro de Afiliados.
- e) Ingresar a Inscripción de Trabajadores. (en esa pantalla encontrará una guía para realizar la inscripción paso a paso).
- f) Realizar una preinscripción.

El Costo de Inscripción: La inscripción al IGSS es gratuita. No se cobra ningún costo por el trámite de inscripción patronal ni por la inscripción de trabajadores.

6.3.7 Total de gastos de constitución de Coco's Closet

Tabla 8 Total de gastos de constitución de Coco's Closet

Descripción	Costo
Inscripción SAT	Q 728.50
Inscripción Registro Mercantil	Q 780.80
Inscripción IGSS	Q 0.00
Registro de Marca	Q 12,000.00
Pago de gestor tramitador	Q 500.00
Costo total	Q 14,009.30

Fuente: Elaboración propia

7. PLAN DE MARKETING

7.1 Estrategia de marketing y promoción

Como parte de las estrategias de marketing a utilizar, se determinan las siguientes:

7.1.1 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado se determinará a partir de 3 aspectos:

- Segmentación demográfica:

Se refiere a los grupos de edad específicos dentro de la población infantil y juvenil que ronda desde los 0 a los 18 años; se considerará también que los productos a ofrecer son para ambos géneros (hombre y mujer) y el nivel socioeconómico del comprador se establece en el rango de clase media baja, media y media alta, considerando que cualquier otra persona que no en este rango y que tenga los recursos necesarios para adquirir los productos pueda ser parte de esta segmentación

- Segmentación geográfica:

Se identificarán las áreas específicas dentro del municipio de San Sacatepéquez en donde se concentran los potenciales clientes. Uno de ellos es por zonas, ya que de las 4 existentes en el municipio, la zona 1 y 4 podrían establecerse como principales debido al flujo de gente que concentran ambas.

- Segmentación psicográfica:

Se considerarán los estilos de vida, intereses y comportamientos de los consumidores para segmentar el mercado de manera más efectiva. Dentro de la segmentación psicográfica se encuentra el estilo de vida de niños y jóvenes en los que destacan los intereses a deportes, actividades al aire libre, juegos, arte, música, manualidades videojuegos, tecnología, entre otros. Como parte de los productos para complementar dichos intereses será la ropa deportiva, accesorios de deporte, equipos para actividades al aire libre, ropa con diseños artísticos, kits de manualidades, ropa con temas de videojuegos y accesorios para consolas y videojuegos.

Así también se pueden mencionar los intereses y hobbies, valores y opiniones que los niños y jóvenes puedan influir en la determinación de adquirir un producto en específico

7.1.2 Canales de venta

Para el establecimiento de COCO'S CLOSET se necesitarán canales de venta los cuales resultan fundamentales de identificar y analizar los más adecuados para poder llegar al mercado objetivo. A continuación, se presentan los canales que se planean utilizar.

- **Tienda física**

Esta tienda estará en una ubicación céntrica y accesible dentro del municipio de San Pedro Sacatepéquez, su lugar será clave para atraer a los padres y jóvenes que buscan productos de calidad. El ambiente será acogedor y atractivo con la mercadería bien organizada y secciones temáticas (ropa, juguetes, accesorios) para facilitar la navegación de los clientes. De igual manera el personal por atender será capacitado para ofrecer un servicio excepcional, ayudando a los clientes a encontrar lo que necesitan proporcionándoles una experiencia de compra positiva.

- **Comercio electrónico**

Se desarrollará una página web organizada y fácil de navegar donde los clientes puedan ver el catálogo completo de productos, realizar compras en línea y recibir los pedidos en casa. Asegurarse que la página web esté optimizada para dispositivos móviles considerando el uso de estos por sobre la navegación en computadora. En cuanto a las opciones de pago serán seguras incluyendo tarjetas de crédito, débito, transferencias bancarias y pagos en efectivo.

- **Redes sociales**

Se utilizarán plataformas como Facebook e Instagram para promocionar productos, interactuar con los clientes y realizar ventas directas a partir de publicaciones pagadas para poder aumentar la visibilidad de la marca y dirigir el tráfico hacia la tienda física y página web. Dicho contenido será atractivo con fotos y videos de los productos, así como testimonios de clientes satisfechos.

- Ventas directas y catálogos

Se crearán catálogos de productos que puedan ser distribuidos en tiendas, eventos y a través de correo electrónico, esto con el fin de facilitar la visualización de la oferta de productos y permitir a los clientes a realizar pedidos directamente. Para esto, se considerará tener a representantes de ventas (turnos rotativos del personal que atiende) para poder visitar escuelas y lugares frecuentados por el mercado objetivo para promover y vender los productos.

7.1.3 Plan de promoción

El plan de promoción de COCO'S CLOSET buscará atraer y retener clientes, basándose en tácticas tradicionales y digitales diseñadas para maximizar la visibilidad de la marca y fomentar las ventas.

- Estrategias y tácticas de promoción en Medios locales

Se establecerán anuncios atractivos para emitir en las estaciones de radio y canales de televisión locales enfocándose en horarios de alta audiencia para poder llegar a las familias del municipio de San Pedro Sacatepéquez y alrededores.

Tabla 9 Promoción en medios de comunicación

Canal	Estación	Horario	Frecuencia	Costo por anuncio	Costo total mensual	Observaciones
Televisión	Canal 22	Noticias horario nocturno 21 horas	2 veces	Q 300.00	Q 600.00	alta audiencia local y familiar
Televisión	Canal 4	Noticias horario nocturno 21 horas	2 veces	Q 350.00	Q 700.00	alta audiencia local y familiar
Radio	Dinámica FM	Mañana y tarde	7 veces	Q 200.00	Q1,400.00	segmento objetivo clave
Radio	Occidental estéreo	Mañana y tarde	7 veces	Q 175.00	Q1,225.00	Amplio alcance

TOTAL	Q3,925.00
--------------	------------------

Fuente: Elaboración propia

Los precios establecidos varían según la estación y más en los horarios investigados que son de mayor audiencia para maximizar el impacto, determinando la frecuencia ideal para que el mensaje quede en la mente de la audiencia.

- Marketing digital

Se utilizarán plataformas como Facebook, Instagram y TikTok para promover productos, publicar contenido atractivo y realizar sorteos y concursos, implementando campañas de publicidad pagada para aumentar el alcance y conocimiento de la tienda y sitio web. De igual forma se implementarán campañas de búsqueda y display en Google Ads para atraer a clientes que buscan productos similares en línea.

Tabla 10 Promoción a través de marketing digital

Plataforma	Tipo de anuncio	Métrica de cobro	Costo Promedio	Costo mensual	Observaciones
Facebook	Imagen o video en Feed	Costo por mil impresiones	Q 15.00	Q 225.00	audiencia objetivo, ubicación, competencia y calidad del anuncio
Facebook	Historias	Costo por clic	Q 1.00	Q 200.00	Relevancia del anuncio con la tasa de clics esperada
Instagram	Publicación en Feed o Reels	Costo por mil impresiones	Q 17.00	Q 15.00	Similar a Facebook, pero con mayor enfoque de contenido visual

Instagram	Historias	Costo por clic	Q 1.75	Q 26.25	Similar a Facebook, pero con mayor interacción
TikTok	Video in-Feed	Costo por mil impresiones	Q 5.00	Q 375.00	Audiencia más joven, formatos de video creativos y en tendencias.
Google Ads	Búsqueda de texto	Costo por clic	Q 8.00	Q 400.00	Palabras clave, competencia de calidad del anuncio y ubicación
TOTAL				Q1,241.25	

Fuente: Elaboración propia

Los costos mensuales se calcularon multiplicando el costo promedio de clic o impresiones a partir del número estimado de clics o impresiones que tenga el anuncio al mes. Estos valores son referenciales y pueden variar considerablemente la estrategia y rendimiento de campaña que se tenga el primer año para posicionar la empresa. Por su parte en Google Ads se medirá el rendimiento de las campañas y sitio web a partir del tráfico de datos que se utilizaran en la plataforma para crear y gestionar las búsquedas.

- Relaciones públicas y promociones de venta

Como parte de las relaciones publicas se participará en eventos comunitarios y patrocinar actividades locales tales como ferias, eventos deportivos y actividades escolares para aumentar la visibilidad de la marca y conectar con la población objeto de estudio. De igual manera la colaboración con influencers y figuras públicas locales para que puedan promocionar los productos a través de sus redes sociales.

En cuanto a las promociones se realizarán descuentos por tiempo limitado, 2x1, descuentos por volumen de compra. Así también se organizarán eventos en la tienda, días de descuentos, actividades para niños, lanzamiento de nuevos productos, entre otros. Para las promociones se llevarán a cabo a partir de un calendario que se dividirá en 2 aspectos: el lanzamiento inicial (los primeros 3 meses) y las promociones estacionales (del 4to al 12avo mes), como se detalla a continuación:

- ✓ Mes 1: campaña de inauguración en redes sociales y medios locales, evento de apertura en la tienda
- ✓ Mes 2 y 3: ofertas de inauguración, promociones de lanzamiento y publicidad continua en medios locales
- ✓ Mes 4 al 6: promociones para la temporada escolar, descuentos en ropa y accesorios
- ✓ Mes 7 al 9: ofertas de verano, eventos temáticos y actividades para niños
- ✓ Mes 10 al 12: promociones de fin de año, descuentos navideños y eventos especiales.

7.1.4 Estrategias de venta.

La propuesta del plan de negocios en el establecimiento de la empresa COCO'S CLOSET se basa en aspectos propios que la diferencian de la competencia, siendo la principal el crear un club de membresía para clientes frecuentes; la misma ofrecerá beneficios especiales en todos los meses del año, tales como descuentos del 20% y 30% en artículos de ropa, 25% en juguetes y 20% en accesorios varios. Así también les dará la posibilidad de acumular puntos intercambiables por productos o utilizarlos como descuentos, donde el precio del artículo será igual al número de puntos acumulables y el valor de cada punto será de Q0.10.

Tabla 11 Estrategia de venta en COCO'S CLOSET

Compra	Puntos acumulables	Valor de los puntos (en Quetzales)
Q10.00	1	0.10

Q20.00	2	0.20
Q30.00	3	0.30
Q40.00	4	0.40
Q50.00	5	0.50
Q60.00	6	0.60
Q70.00	7	0.70
Q80.00	8	0.80
Q90.00	9	0.90
Q100.00	10	1.00

Fuente: elaboración propia

7.2 Población consumidora

La población consumidora de los municipios de San Pedro Sacatepéquez y San Marcos se estiman en la siguiente tabla.

Tabla 12 Población total año 2024

Municipio	Año 2024
San Pedro Sacatepéquez	89,692
San Marcos	50,800
Total	140,492

Fuente: Estimaciones y proyecciones municipales 2015-2030

Debido a la carencia en cuanto al total de población actual en ambas poblaciones, se toma como referencia las estimaciones y proyecciones municipales elaborada por el Instituto Nacional de Estadística en donde se establece un crecimiento $\pm$ de entre 1.02 y 1.05 por año tanto en San Pedro Sacatepéquez como en San Marcos.

7.3 Cálculo del tamaño de muestra

Determinar el tamaño de la muestra que se va a seleccionar es un paso importante en cualquier estudio de investigación de mercados, se debe justificar convenientemente de

acuerdo con el planteamiento del problema, la población, los objetivos y el propósito de la investigación (Pickers, 2015).

Antes de calcular el tamaño de la muestra se necesitan determinar varias cosas:

- a) **Tamaño de la población.** Una población es una colección bien definida de objetos o individuos que tienen características similares. Se habla de dos tipos: población objetivo, que suele tener diversas características y también es conocida como la población teórica. La población accesible es la población sobre la que los investigadores aplicaran sus conclusiones.
- b) **Margen de error (intervalo de confianza).** El margen de error es una estadística que expresa la cantidad de error de muestreo aleatorio en los resultados de una encuesta, es decir, es la medida estadística del número de veces de cada 100 que se espera que los resultados se encuentren dentro de un rango específico.
- c) **Nivel de confianza.** Son intervalos aleatorios que se usan para acotar un valor con una determinada probabilidad alta. Por ejemplo, un intervalo de confianza de 95% significa que los resultados de una acción probablemente cubrirán las expectativas el 95% de las veces.
- d) **La desviación estándar.** Es un índice numérico de la dispersión de un conjunto de datos (o población). Mientras mayor es la desviación estándar, mayor es la dispersión de la población.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Fuente: (Cochran, 1977)

En donde, N = tamaño de la población Z = nivel de confianza, P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

Sustituyendo:

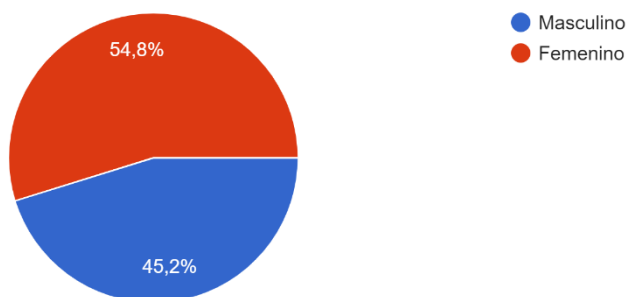
$$N = \frac{140,492 * (1.96)^2 * 0.95 * 0.05}{(0.05)^2 * (140,492 - 1) * (1.96)^2 * 0.95 * 0.05}$$

$$N = \frac{25,636.41819}{351.2279562} = 72.99 = \text{Total 73 boletas}$$

7.4 Resultados de estudio de mercado

El estudio se llevó a cabo en los municipios de San Pedro Sacatepéquez y San Marcos que cuentan con características socioeconómicas y demográficas específicas y que influyen en los hábitos de consumo en sus habitantes. Por tanto, la recopilación de datos primarios y secundarios fueron a personas locales con hijos con rangos de edades entre 0 y 18 años.

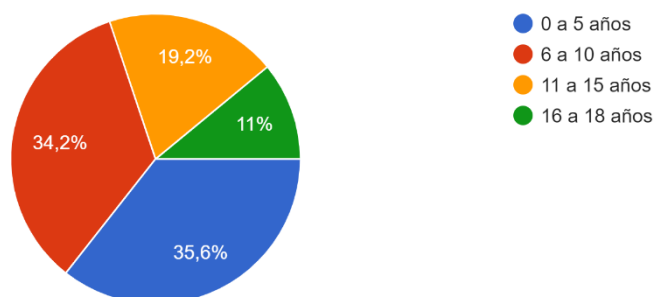
Gráfica 1 Genero de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de la encuesta fue respondida por mujeres con un 54.8% que representan a 40 mujeres, y de hombres 33 encuestas que representan el 45.2%

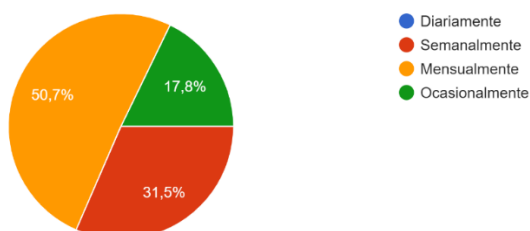
Gráfica 2 Rango de edad de los hijos de las personas entrevistadas



Fuente: Elaboración propia

El rango de edad de los hijos en personas entrevistadas fue de 0 a 5 años 35.6% que representan a 26 encuestas, de 6 a 10 años el 34.2% con 25, de 11 a 15 años el 19.2% con 14, y de 16 a 18 años el 11% con 8.

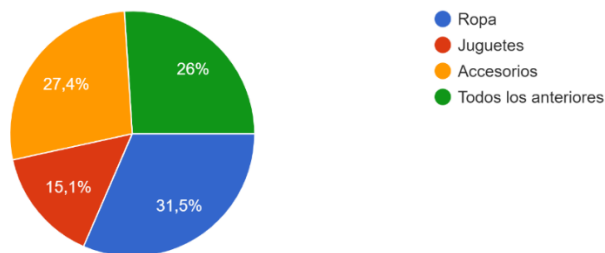
Gráfica 3 Frecuencia de compra de ropa, juguetes y/o accesorios para niños y jóvenes



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la frecuencia de compra de ropa, juguetes y/o accesorios el 31.5% respondió que semanalmente el cual equivale a 23 personas, el 50.7% mensualmente que son 37, el 17.8% que equivale a 13 encuestas a ocasionalmente y sobre el ítem diario no se recibió respuesta.

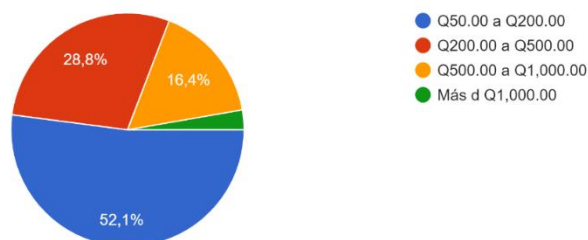
Gráfica 4 Tipo de productos prefiere para los niños y/o jóvenes



Fuente: elaboración propia

En cuanto al tipo de productos que prefieren niños y/o jóvenes está la ropa con 31.5% que equivale a 33 personas; los juguetes con 15.1% con 11, accesorios el 27.4% con 11 respuestas y todos los anteriores con 26% que equivale a 19 encuestas.

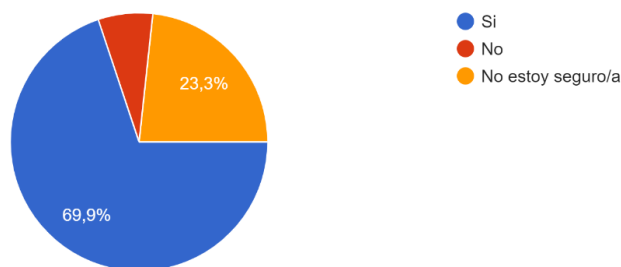
Gráfica 5 Rango de presupuesto destinado para la compra de artículos



Fuente: Elaboración propia

El rango de presupuesto destinado a la compra de esos artículos está el primer rango de Q50 a Q200 con 52.1% que equivale a 38, de Q200 a Q500 el 28.8% con 21, de Q500 a Q1,000 el 16.4% con 12 y solo 2 respuestas al rango más de Q1,000 que equivale a 2.74%.

Gráfica 6 Preferencia de compra en lugares con productos americanos



Fuente: elaboración propia

La preferencia de compra en lugares con productos americanos, el 69.9% respondió que, si y equivale a 51 respuestas, al no está seguro de si preferir o no, en 23.3% con 17, y el no, con 5 respuestas que equivalen a 6.84%

7.4.1 Análisis de resultados cualitativos

Dentro de la boleta de encuesta se incluyeron preguntas que pretendieron ampliar la respuesta por parte de los encuestados, la primera fue el identificar factores que influyen en la decisión de compra en los consumidores, a lo que se determinó los tres componentes principales, siendo estos el precio, calidad y marca. Y es que el precio es un factor determinante para la mayoría de los consumidores lo cual indica una alta sensibilidad al costo; la durabilidad y funcionalidad son cruciales por lo que la calidad juega un papel esencial en que los artículos sean confiables; y la marca es el complemento ya que si es conocida puede generar confianza y es percibida como sinónimo de calidad.

Luego se tuvieron las tres opciones menos valoradas como es el diseño, la seguridad y las recomendaciones, a lo que se sabe que el diseño en los consumidores lo valoran mucho y la apariencia de los mismos juega un papel importante en los productos especialmente en la ropa y accesorios, la seguridad a productos destinados a niños se convierte en un elemento que muchos padres buscan para sus hijos, y por último, las recomendaciones de otros consumidores tanto a la persona de manera directa como la realizada en foros de discusión o redes sociales llegan a influir significativamente en la decisión de compra.

Otra pregunta abierta fue sobre las tendencias actuales en niños y jóvenes con relación a la tendencia en niños y jóvenes respecto a juguetes, ropa y accesorios. En los primeros se reflejan más los juguetes que demandan siendo estos los de moda y/o los de películas por lo que están más influenciados hacia estos; así también los juguetes de acción relacionados a superhéroes y personajes de aventuras que son muy populares. Posteriormente se encuentran los juguetes basados en personajes de caricaturas que también son atractivos, conocidos y queridos por el público infantil.

Por su parte los jóvenes buscan ropa que esté a la moda y/o que hayan visto en series de televisión o redes sociales muy populares. Esas tendencias de moda influyen significativamente en sus elecciones de compra, y en cuanto a los accesorios prefieren los que están de moda o incorporan tecnología, esto incluye relojes inteligentes, auriculares y otros dispositivos tecnológicos.

El análisis de este tipo de preguntas aunadas a las anteriores graficadas, determinan como los consumidores valoran principalmente el precio, la calidad y la marca en su decisión de compra, mientras que el diseño, seguridad y las recomendaciones juegan un papel importante de manera secundaria. Por otro lado, las tendencias actuales indican un fuerte interés en juguetes relacionados con las últimas películas, series y modas, ropa vista en tv y accesorios de tecnología. Los consumidores por su parte prefieren encontrar productos de marcas reconocidas en todas las categorías de productos, sugiriendo una demanda por calidad y prestigio.

Por lo que la empresa COCO'S CLOSET para satisfacer las demandas y expectativas deberá contar con mantener un inventario actualizado con los productos más recientes y populares en juguetes y accesorios que son los más demandados por ese segmento. Así también colaborar con proveedores para asegurar una oferta de alta calidad para poder implementar estrategias efectivas que relacionen los productos de tendencia y que resalten las marcas disponibles.

8. PLAN DE PRODUCCIÓN

El objetivo principal del establecimiento de COCO'S CLOSET está dedicado a la importación y comercialización de productos infantiles y juveniles de origen americano abarcando ropa, juguetes y accesorios, por tanto, el presente estudio se enfocará en lo que menciona (Baca Urbina, 2010) para detallar los aspectos necesarios para su implementación, abordando desde la descripción de los productos hasta la estructura organizativa y los recursos necesarios para su constitución.

8.1 Descripción del producto

En el marco del plan de negocios la selección de productos es fundamental para satisfacer las necesidades y preferencias del mercado objetivo y a continuación se detallan las características de cada uno de ellos.

a) Ropa para niños y jóvenes

La oferta de ropa se centrará en prendas de alta calidad y diseño contemporáneo, orientadas a satisfacer las necesidades de niños y jóvenes.

- Ropa casual: camisetas, pantalones, shorts, vestidos y faldas, con diseños modernos y cómodos ideales para el uso diario.
- Ropa deportiva: conjuntos deportivos, leggings, camisetas, sudaderos; todos fabricados con materiales que permiten la transpiración y libertad de movimiento.
- Ropa de temporada: abrigos, chumpas, suéteres y ropa de baño, adaptada a las diferentes estaciones y épocas del año y a las preferencias locales
- Ropa de fiesta: trajes y vestidos formales, conjuntos elegantes para ocasiones especiales con diseños exclusivos que ofrezcan un diseño distintivo.

b) Juguetes

La selección de juguetes abarcará una amplia gama de productos educativos y de entretenimiento, diseñados a fomentar el desarrollo cognitivo y diversión.

- Juguetes educativos: juegos de mesa, rompecabezas, kits de ciencia y materiales didácticos que promueven el aprendizaje a través del juego.
- Juguetes de construcción: bloques de construcción, sets de LEGO, kits de manualidades que estimulen la creatividad y habilidades motoras.
- Juguetes electrónicos: consolas de videojuegos, dispositivos interactivos, juguetes tecnológicos que combinan entretenimiento y aprendizaje
- Juguetes tradicionales: peluches, muñecas, juegos clásicos que mantengan la popularidad entre los niños.

c) Accesorios

Los accesorios vienen a complementar la oferta de la ropa y juguetes, proporcionando productos prácticos y atractivos.

- Accesorios de moda: gorras, cinchos, bufandas, guantes y joyería, con diseños que siguen las tendencias de moda
- Accesorios escolares: mochilas, estuches, útiles escolares decorados con personajes y temas de tendencia con niños
- Accesorios para el hogar: decoración infantil, ropa de cama con temas específicos y artículos organizadores que transformen los espacios personales de los niños en algo especial.

8.1.1 Características y ventajas de los productos americanos

- Calidad y durabilidad: los productos americanos son reconocidos por su alta calidad y durabilidad, lo que garantiza una mayor satisfacción del cliente y una vida útil prolongada
- Innovación y diseño: los diseños de marcas americanas son atractivos e innovadores con las tendencias globales y ofrecen a los consumidores el acceso a lo último en moda y tecnología.
- Seguridad y normativas: los juguetes y accesorios importados cumplen con estrictas normativas de seguridad, lo cual asegura que el producto es confiable para los niños.

- Prestigio y marca: la percepción positiva de las marcas americanas en el mercado local se traduce en una mayor demanda y lealtad del cliente.

8.2 Localización de la empresa

La zona de ubicación de la empresa se encuentra en el municipio de San Pedro Sacatepéquez departamento de San Marcos, específicamente en la 7ma calle 1-83 de la zona 4.

Mapa 1 Ubicación empresa COCO'S CLOSET



Fuente: Google Maps

8.2.1 Características de la zona

La zona donde se pretende montar el proyecto es considerada como altamente comercial, ya que se cuenta con una diversidad de empresas en dicho lugar y así también una posible competencia directa e indirecta como se mencionó con anterioridad, y que, al manejarla eficientemente, se captará un buen segmento de la población que desea encontrar una opción nueva e innovadora relacionado a juguetes, ropa y accesorios para niños y jóvenes. Así mismo, se considera de mucho flujo vehicular y peatonal la ubicación de la empresa lo que a su vez se traduce como positivo debido a la imagen que proyectará hacia los clientes nuevos con la oferta ya mencionada.

Por otro lado, con relación a los costos de operación se escoge el lugar debido a que la empresa se montara en un local propio sin incurrir en costos extra de renta de local disminuyendo los costos de alquiler comercial que en el lugar son demasiado competitivos y a la vez su ubicación accede a estrategias propias sin incurrir en gastos excesivos. De igual forma, la preferencia cultural por productos de alta calidad y marcas americanas fortalecerá la aceptación del negocio y fomentará la lealtad del cliente.

8.3 Tamaño del proyecto y capacidad instalada

El tamaño del proyecto y la capacidad instalada son fundamentales para garantizar que el negocio pueda satisfacer la demanda del mercado objetivo. A continuación, se detalla la capacidad instalada en términos de infraestructura, equipamiento y personal necesarios, así como una proyección de la oferta y demanda en el municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos.

La capacidad instalada se refiere a los recursos necesarios para operar en negocio de manera efectiva. Este tipo de recursos incluye el local comercial, inventario inicial, equipamiento, tecnología y personal.

8.3.1 Mobiliario, enseres y equipo de cómputo

En esta parte se detalla todo el mobiliario y enseres, necesarios para llevar a cabo las funciones que la empresa realice y que obedece directamente a su adquisición.

Tabla 13 Mobiliario y equipo

Cant.	Descripción	Costo Unitario		Costo Total	
1	Archivador metálico	Q	1,300.00	Q	1,300.00
2	Sillas ejecutivas	Q	750.00	Q	1,500.00
6	Estanterías/Góndolas 2 mts c/u	Q	2,000.00	Q	12,000.00
2	Mostradores	Q	3,000.00	Q	6,000.00
6	Percheros	Q	750.00	Q	4,500.00
4	Maniquíes infantiles	Q	500.00	Q	2,000.00
2	Espejos	Q	450.00	Q	900.00
4	Bancos de madera	Q	375.00	Q	1,500.00
2	Vitrinas	Q	2,000.00	Q	4,000.00
1	Caja Registradora	Q	4,500.00	Q	4,500.00

1	Mesas de juego	Q	1,300.00	Q	1,300.00
2	Estanterías para zapatos	Q	900.00	Q	1,800.00
3	Expositores de pared	Q	250.00	Q	750.00
TOTAL				Q	42,050.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14 Equipo de oficina y tecnología

Cant.	Descripción	Costo Unitario		Costo Total	
1	Computadora marca HP	Q	4,500.00	Q	4,500.00
	Impresora multifuncional con sistema de				
1	tinta continua marca EPSON	Q	1,500.00	Q	1,500.00
1	teléfono y router con internet	Q	200.00	Q	200.00
2	Televisores LED 50" marca Samsung	Q	3,500.00	Q	7,000.00
1	Sistema de sonido ambiental	Q	850.00	Q	850.00
	Sistema de Pago Punto de Venta (POS)				
1	"Mini-Paggo"	Q	500.00	Q	500.00
1	Sistema de seguridad	Q	5,000.00	Q	5,000.00
	Suministros de oficina (hojas bond, lapiceros,				
1	engrapadora, clips, entre otros)	Q	1,000.00	Q	1,000.00
TOTAL				Q	20,550.00

Fuente: Elaboración propia

8.3.2 Proyección de la demanda y oferta

La proyección de la demanda y oferta gira alrededor de la población a quien va dirigido el producto y servicio y el total promedio en oferta y demanda que se considera la empresa pueda disponer. Por lo que para la población objetivo se tomó como base lo descrito en el apartado 5.9 cálculo de tamaño de la muestra, en donde se muestra el total de población para los municipios de San Pedro Sacatepéquez y San Marcos que es un total de 140,492 habitantes. Posterior a esto (INE, 2018) en sus proyecciones municipales, por rango de edad establece un promedio del 41% para ambas poblaciones conformado por personas menores a 18 años, los que se consideran posibles compradores al negocio que se pretende establecer.

Es de mencionar que del total obtenido solo se tomó la mitad (50%) como método de reducción significativo para no contar con una discrepancia tan elevada.

Población objetivo	28,800 niños/jóvenes
Gasto promedio anual en ropa	600 por niño/joven
Gasto promedio anual en juguetes	360 por niño/joven
Gasto promedio anual en accesorios	240 por niño/joven

Tabla 15 Proyección de la demanda anual

Producto	Población objetivo	Gasto promedio anual	Demanda anual total	
Ropa	28,800	600	Q	17,280,516.00
Juguetes	28,800	360	Q	10,368,309.60
Accesorios	28,800	240	Q	6,912,206.40
TOTAL			Q	34,561,032.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 Proyección de la oferta anual

Producto	Inventario inicial	Capacidad anual (60%)	Precio promedio en venta	Oferta Anual Total	
Ropa	600	3600	40	Q	144,000.00
Juguetes	360	2160	25	Q	54,000.00
Accesorios	240	1440	25	Q	36,000.00
TOTAL				Q	234,000.00

Fuente: Elaboración propia

La demanda anual proyectada para ropa, juguetes y accesorios para la empresa COCO'S CLOSET asciende a Q34,561,032.00; mientras que la oferta anual proyectada, considerando una capacidad operativa del 60% se sitúa en Q234,000.00. Esta discrepancia significativa entre la demanda y la oferta refleja una oportunidad considerable para expandir la capacidad instalada y aumentar el inventario y la variedad de productos para satisfacer el mercado local. Esto puede implicar una inversión adicional en infraestructura y recursos para aumentar la importancia de productos y maximizar la captación de mercado.

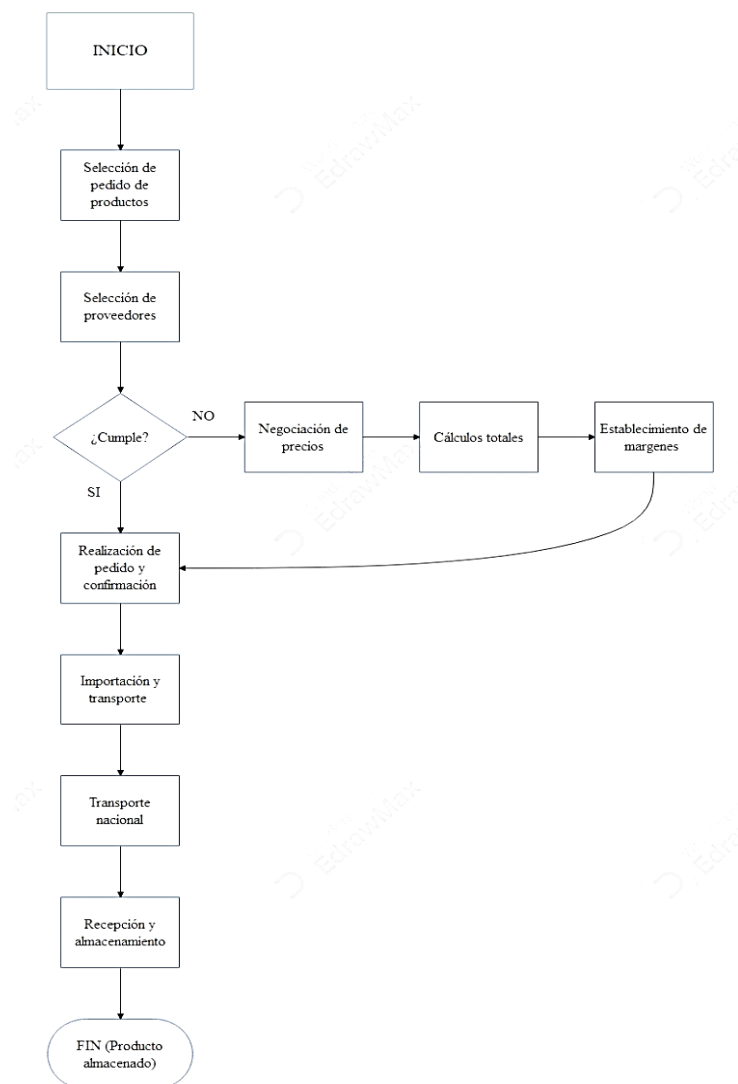
8.4 Idea del proyecto

Dado que los productos que ofrecerá COCO'S CLOSET son importados desde los Estados Unidos se aborda cada etapa en la cadena de suministro y comercialización, debido a que el proceso consta de varias etapas hasta la venta final al cliente, se describen a continuación.

8.4.1 Selección y Pedido de Productos

La selección de pedidos hace referencia a como se beneficiará la empresa a partir del producto que será consignado como inventario para su posterior puesta en venta, para ello se presenta un diagrama de flujo y su explicación posterior para comprender de mejor manera la secuencia de realización de esta selección.

Flujograma 1 Selección y pedido de productos



a) Investigación y selección de Proveedores:

La selección de proveedores confiables y competitivos es un factor crítico para el éxito del presente establecimiento de empresa. Para garantizar la calidad de los productos y la rentabilidad de la operación, se llevará a cabo un riguroso proceso de investigación y selección de proveedores en Estados Unidos, considerando los precios y preferencias del mercado meta en San Pedro Sacatepéquez, San Marcos

Para tal caso, se realizarán estudios de mercado exhaustivos para identificar proveedores estadounidenses que cumplan con los criterios establecidos en términos de calidad, precio y capacidad de suministro. Para ello, se emplearán diversas estrategias:

- Se utilizarán directorios comerciales en línea (Thomas Net, Alibaba), Marketplace (Amazon Business, Etsy Whole -sale) y se explorarán ferias comerciales virtuales para contactar proveedores potenciales.
- Se consultarán asociaciones de la industria textil y del juguete en Estados Unidos para obtener listados de proveedores y acceder a recursos relevantes.
- Se establecerá comunicación con proveedores preseleccionados para solicitar información detallada sobre sus productos, precios, condiciones de pago y envío, y políticas de devolución.
- Se solicitarán referencias de otros clientes a los proveedores potenciales para evaluar su desempeño y reputación.

En cuanto a la evaluación de proveedores se basará en los siguientes criterios:

- Calidad de los productos: Se solicitarán muestras de los productos para verificar su calidad de manera directa y se comprobará que cumplan con las normas de seguridad y calidad vigentes en Guatemala y Estados Unidos.
- Reputación del proveedor: Se investigará la reputación de los proveedores mediante la consulta de reseñas y testimonios en línea, así como a través de organizaciones como el Better Business Bureau.

- **Experiencia en exportación:** Se dará prioridad a proveedores con experiencia comprobada en la exportación de productos a Guatemala o a otros países de América Latina.

La selección de proveedores también tomará en cuenta los precios que se manejan en el mercado objetivo que es San Pedro Sacatepéquez. Para ello, se realizarán las siguientes acciones:

- **Comparación de precios:** Se obtendrán cotizaciones de diversos proveedores para comparar precios y condiciones, buscando la mejor relación calidad-precio.
- **Negociación:** Se negociarán los precios con los proveedores seleccionados, especialmente en el caso de pedidos de gran volumen.
- **Cálculo de costos totales:** Se considerarán todos los costos asociados a la importación de los productos, incluyendo transporte, seguros, impuestos y aranceles, para determinar el costo total de adquisición.
- **Establecimiento de márgenes de beneficio:** Se establecerán márgenes de beneficio adecuados para garantizar la rentabilidad del negocio, considerando los precios de venta en el mercado local.
- **Negociación de Precios y Términos de Envío:** La negociación con proveedores no solo se centrará en obtener precios bajos, sino también en asegurar condiciones de envío que optimicen la logística y reduzcan los costos totales de importación.
- **Realización de Pedidos y Confirmación de Fechas de Entrega:** La realización de pedidos y emisión de órdenes de compra para confirmación de fechas de entrega de mercadería solicitada

Costo total de la sección de pedidos y productos: Q1,500.00

8.4.2 Importación y Transporte Internacional

Como parte de la importación y transporte internacional se encuentra la coordinación con aduanas y empresas de logística, los cuales básicamente se convierten en agentes que facilitan la importación de la mercadería solicitada.

A esto se añade la organización de envío de productos desde los almacenes ubicados en Estados Unidos y la selección de transporte aéreo o marítimo hacia Guatemala basado en costos y tiempos de entrega. Por último, el pago de trámites aduaneros de aranceles e impuestos.

Costo total de la importación y transporte internacional: Q10,000

8.4.3 Transporte Nacional

En el transporte nacional se toma en cuenta la coordinación para el traslado de las mercancías solicitadas y la contratación de servicios de transporte confiables para asegurar la entrega eficiente.

Costo total del transporte nacional: Q5,000

8.4.4 Recepción y Almacenamiento

En cuanto a la recepción y descarga de productos en el almacén se contratará mano de obra y de igual manera se verificará la calidad y cantidad de los productos solicitados para posteriormente organizarlos y con ello facilitar la gestión del inventario.

Costo de recepción y almacenamiento: Q1,000

8.4.5 Gestión de Inventarios

El registro de productos se realizará en un sistema informático para darle seguimiento al inventario existente, desde allí y con la supervisión en físico se contará con un monitoreo constante del stock y reordenamiento de productos cuando sea necesario para su etiquetado de productos para su posterior exhibición.

Costo de gestión de inventarios: Q0.0

8.4.6 Exhibición y Venta en Tienda

En cuanto al diseño y organización de la exhibición de productos para atraer a los clientes lo realizará el personal capacitado para asistir y ofrecer asesoramiento de los productos a ofertar, haciendo uso de una caja registradora y el uso de un sistema de punto de venta (POS).

Costo exhibición y venta en tienda y mantenimiento: Q0.0

Tabla 17 Costo total importación, transporte y colocación de inventario

Descripción	Costo
Selección y pedidos de productos	Q 1,500.00
Importación y transporte internacional	Q10,000.00
Transporte nacional de mercadería	Q 5,000.00
Recepción y almacenamiento	Q1,000.00
Gestión de inventarios	Q 0.0
Exhibición y venta en tienda	Q 0.0
TOTAL	Q17,500.00

Fuente: Elaboración propia

9. PLAN FINANCIERO

El estudio financiero (Calvo Fonseca, 2013) es un componente clave de un plan de negocios que permite evaluar la viabilidad de un proyecto. A través de este estudio, se determina el costo de operación del proyecto y su rentabilidad económica, tomando como base los recursos disponibles y el coste total de producción.

El estudio financiero constituye la parte fundamental del plan de negocios que se presenta, debido a que permitirá evaluar la viabilidad económica del proyecto, determinando recursos financieros necesarios, las proyecciones de ingresos y gastos a un tiempo de cinco años, así como la rentabilidad esperada. Debido a que el mercado de jóvenes y niños presenta un amplio potencial de crecimiento, se busca asegurar que a largo plazo sea sostenible y a la vez competitivo dentro del mercado local. Por tanto, la implementación del control financiero será clave para garantizar la estabilidad y crecimiento de la empresa COCO'S CLOSET en el mercado de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos.

La inversión inicial será de Q322,875.30, misma que se distribuirá de la siguiente manera:

Tabla 18 Fuente de inversión

Fuente de inversión		
Capital propio	Q 172,875.30	53.54%
Préstamo	Q 150,000.00	46.46%
Total	Q 272,875.30	100.00%

Fuente: Elaboración propia

El total de la inversión está distribuida de la siguiente manera

Tabla 19 Inversión inicial

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Remodelación instalaciones	Q 50,000.00
Mobiliario y Equipo	Q 56,450.00
Equipo de cómputo	Q 6,000.00
Gastos de Constitución	Q 6,425.30
Compra de inventario inicial	Q 154,000.00
Total de inversión	Q 272,875.30

Fuente: elaboración propia

9.1 Préstamo a solicitar

Para solventar el gasto inicial se requerirá de un préstamo a una entidad bancaria del sistema la cual maneja una tasa de interés del 12% mensual, capitalizable a un monto de Q150,000.00; estableciendo las cuotas amortizadas de la siguiente manera:

Préstamo: Q150,000.00

Tasa de interés: 12%

Tiempo: 5 años (60 meses)

Tabla 20 Amortización del capital mensual

Periodo	Pago total	Pago interés	Pago principal	Saldo total
0				Q 150,000.00
1	Q3,336.67	Q1,500.00	Q1,836.67	Q 148,163.33
2	Q3,336.67	Q1,481.63	Q1,855.03	Q 146,308.30
3	Q3,336.67	Q1,463.08	Q1,873.58	Q 144,434.71
4	Q3,336.67	Q1,444.35	Q1,892.32	Q 142,542.39
5	Q3,336.67	Q1,425.42	Q1,911.24	Q 140,631.15
6	Q3,336.67	Q1,406.31	Q1,930.36	Q 138,700.80
7	Q3,336.67	Q1,387.01	Q1,949.66	Q 136,751.14
8	Q3,336.67	Q1,367.51	Q1,969.16	Q 134,781.98
9	Q3,336.67	Q1,347.82	Q1,988.85	Q 132,793.13
10	Q3,336.67	Q1,327.93	Q2,008.74	Q 130,784.40
11	Q3,336.67	Q1,307.84	Q2,028.82	Q 128,755.57
12	Q3,336.67	Q1,287.56	Q2,049.11	Q 126,706.46
13	Q3,336.67	Q1,267.06	Q2,069.60	Q 124,636.86
14	Q3,336.67	Q1,246.37	Q2,090.30	Q 122,546.56
15	Q3,336.67	Q1,225.47	Q2,111.20	Q 120,435.36
16	Q3,336.67	Q1,204.35	Q2,132.31	Q 118,303.05
17	Q3,336.67	Q1,183.03	Q2,153.64	Q 116,149.41
18	Q3,336.67	Q1,161.49	Q2,175.17	Q 113,974.24
19	Q3,336.67	Q1,139.74	Q2,196.92	Q 111,777.31
20	Q3,336.67	Q1,117.77	Q2,218.89	Q 109,558.42
21	Q3,336.67	Q1,095.58	Q2,241.08	Q 107,317.34
22	Q3,336.67	Q1,073.17	Q2,263.49	Q 105,053.84
23	Q3,336.67	Q1,050.54	Q2,286.13	Q 102,767.71
24	Q3,336.67	Q1,027.68	Q2,308.99	Q 100,458.72
25	Q3,336.67	Q1,004.59	Q2,332.08	Q 98,126.64
26	Q3,336.67	Q981.27	Q2,355.40	Q 95,771.24

27	Q3,336.67	Q957.71	Q2,378.95	Q	93,392.29
28	Q3,336.67	Q933.92	Q2,402.74	Q	90,989.54
29	Q3,336.67	Q909.90	Q2,426.77	Q	88,562.77
30	Q3,336.67	Q885.63	Q2,451.04	Q	86,111.73
31	Q3,336.67	Q861.12	Q2,475.55	Q	83,636.18
32	Q3,336.67	Q836.36	Q2,500.31	Q	81,135.88
33	Q3,336.67	Q811.36	Q2,525.31	Q	78,610.57
34	Q3,336.67	Q786.11	Q2,550.56	Q	76,060.01
35	Q3,336.67	Q760.60	Q2,576.07	Q	73,483.94
36	Q3,336.67	Q734.84	Q2,601.83	Q	70,882.11
37	Q3,336.67	Q708.82	Q2,627.85	Q	68,254.27
38	Q3,336.67	Q682.54	Q2,654.12	Q	65,600.14
39	Q3,336.67	Q656.00	Q2,680.67	Q	62,919.48
40	Q3,336.67	Q629.19	Q2,707.47	Q	60,212.00
41	Q3,336.67	Q602.12	Q2,734.55	Q	57,477.46
42	Q3,336.67	Q574.77	Q2,761.89	Q	54,715.56
43	Q3,336.67	Q547.16	Q2,789.51	Q	51,926.05
44	Q3,336.67	Q519.26	Q2,817.41	Q	49,108.65
45	Q3,336.67	Q491.09	Q2,845.58	Q	46,263.07
46	Q3,336.67	Q462.63	Q2,874.04	Q	43,389.03
47	Q3,336.67	Q433.89	Q2,902.78	Q	40,486.25
48	Q3,336.67	Q404.86	Q2,931.80	Q	37,554.45
49	Q3,336.67	Q375.54	Q2,961.12	Q	34,593.32
50	Q3,336.67	Q345.93	Q2,990.73	Q	31,602.59
51	Q3,336.67	Q316.03	Q3,020.64	Q	28,581.95
52	Q3,336.67	Q285.82	Q3,050.85	Q	25,531.10
53	Q3,336.67	Q255.31	Q3,081.36	Q	22,449.75
54	Q3,336.67	Q224.50	Q3,112.17	Q	19,337.58
55	Q3,336.67	Q193.38	Q3,143.29	Q	16,194.28

56	Q3,336.67	Q161.94	Q3,174.72	Q 13,019.56
57	Q3,336.67	Q130.20	Q3,206.47	Q 9,813.09
58	Q3,336.67	Q98.13	Q3,238.54	Q 6,574.55
59	Q3,336.67	Q65.75	Q3,270.92	Q 3,303.63
60	Q3,336.67	Q33.04	Q3,303.63	-Q 0.00

Fuente: elaboración propia con base a monto crediticio bancario

9.2 Costos y gastos de COCO'S CLOSET

Tabla 21 Remodelación de inmueble

Descripción	Costo Unitario	Costo Total
Cubetas de pintura (5)	Q 1,200.00	Q 6,000.00
Pintura para señalización de parqueo (2)	Q 1,500.00	Q 3,000.00
Construcción de áreas como probadores y baños	Q 35,000.00	Q 16,000.00
Subdivisiones internas y compra de cielo falso, lámparas, vidrios y durpanel	Q 50,000.00	Q 20,000.00
Costos varios impredecibles	Q 6,000.00	Q 5,000.00
TOTAL REMODELACIÓN		Q 50,00.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 22 Depreciación de remodelación de inmueble

Años	Valor histórico	Tasa de depreciación	Total depreciación
1	Q 50,000.00	5%	Q 2,500.00
2		5%	Q 2,500.00
3		5%	Q 2,500.00
4		5%	Q 2,500.00

5		5%	Q	2,500.00
Depreciación acumulada			Q	12,500.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 23 Equipo de cómputo

Cant.	Descripción	Costo Unitario		Costo Total
1	Computadora marca HP	Q	4,500.00	Q 4,500.00
	Impresora multifuncional con			
1	sistema de tinta continua marca EPSON	Q	1,500.00	Q 1,500.00
TOTAL				Q 6,000.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 24 Depreciación equipo de cómputo

Años	Valor histórico	Tasa de depreciación	Total depreciación	
1	Q 6,000.00	33.33%	Q	2,000.00
2		33.33%	Q	2,000.00
3		33.33%	Q	2,000.00
Depreciación acumulada			Q	6,000.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 25 Mobiliario y equipo

Cant.	Descripción	Costo Unitario		Costo Total
1	Archivador metálico	Q	1,300.00	Q 1,300.00
2	Sillas ejecutivas	Q	750.00	Q 1,500.00
6	Estanterías/Góndolas 2 mts c/u	Q	2,000.00	Q 12,000.00
2	Mostradores	Q	3,000.00	Q 6,000.00
6	Percheros	Q	750.00	Q 4,500.00
4	Maniqués infantiles	Q	500.00	Q 2,000.00

2	Espejos	Q	450.00	Q	900.00
4	Bancos de madera	Q	375.00	Q	1,500.00
2	Vitrinas	Q	2,000.00	Q	4,000.00
1	Caja Registradora	Q	4,500.00	Q	4,500.00
1	Mesas de juego	Q	1,300.00	Q	1,300.00
2	Estanterías para zapatos	Q	900.00	Q	1,800.00
3	Expositores de pared	Q	250.00	Q	750.00
1	Extintor	Q	850.00	Q	850.00
1	teléfono y router con internet	Q	200.00	Q	200.00
2	Televisores LED 50" marca Samsung	Q	3,500.00	Q	7,000.00
1	Sistema de sonido ambiental	Q	850.00	Q	850.00
1	Sistema de Pago Punto de Venta (POS) "Mini-Paggo"	Q	500.00	Q	500.00
1	Sistema de seguridad	Q	5,000.00	Q	5,000.00
TOTAL				Q 56,450.00	

Fuente: elaboración propia

Tabla 26 Depreciación mobiliario y equipo

Años	Valor histórico	Tasa de depreciación	Total depreciación
1	Q 56,450.00	20%	Q 11,290.00
2		20%	Q 11,290.00
3		20%	Q 11,290.00
4		20%	Q 11,290.00
5		20%	Q 11,290.00
Depreciación acumulada			Q 56,450.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 27 Útiles de limpieza

Cant.	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
--------------	--------------------	-----------------------	--------------------

3	Escobas plásticas	Q	18.00	Q	54.00
3	Trapeadores	Q	15.00	Q	45.00
4	Depósitos de basura	Q	45.00	Q	180.00
5	Cajas de papel higiénico grande	Q	150.00	Q	750.00
1	Depósito de agua de 2,500 litros	Q	2,400.00	Q	2,400.00
10	Galones de cloro	Q	15.00	Q	150.00
25	Galones de desinfectante	Q	30.00	Q	750.00
30	Galones de jabón líquido	Q	25.00	Q	750.00
5	Galones de alcohol gel	Q	30.00	Q	150.00
TOTAL				Q	5,229.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 28 Útiles de oficina

Cant.	Descripción	Costo Unitario		Costo Total	
5	Resmas de papel bond tamaño carta	Q	30.00	Q	150.00
1	Caja de lapiceros color negro	Q	20.00	Q	20.00
4	Botes de tinta	Q	75.00	Q	300.00
1	Regla	Q	3.00	Q	3.00
2	Engrapadoras	Q	45.00	Q	90.00
2	Tijeras	Q	30.00	Q	60.00
50	Cinta selladora transparente	Q	20.00	Q	1,000.00
TOTAL				Q	1,623.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 29 Gastos fijos anuales

Descripción	Costo mensual		Costo anual	
Sueldos y salarios	Q	10,205.64	Q	122,467.68
Bonificación	Q	750.00	Q	9,000.00
Cuotas IGSS	Q	1,363.79	Q	16,365.54

Energía eléctrica	Q	800.00	Q	9,600.00
Agua Potable	Q	50.00	Q	600.00
Tren de aseo	Q	20.00	Q	240.00
Teléfono e internet	Q	300.00	Q	3,600.00
Contabilidad	Q	300.00	Q	3,600.00
Community Manager	Q	1,600.00	Q	19,200.00
Depreciación Mob. Y Equipo			Q	11,290.00
Depreciación Eq. De Cómputo			Q	2,000.00
Depreciación Remodelaciones			Q	5,000.00
Amortización Gastos de				
Constitución			Q	1,285.06
TOTAL			Q	203,399.39

Fuente: elaboración propia

Tabla 30 Gastos variables anuales

Descripción	Costo mensual		Costo anual	
Compra importación ropa	Q	3,333.33	Q	40,000.00
Compra importación juguetes	Q	4,083.33	Q	49,000.00
Compra importación accesorios	Q	5,416.67	Q	65,000.00
Útiles de oficina	Q	135.25	Q	1,623.00
Útiles de limpieza	Q	435.75	Q	5,229.00
TOTAL			Q	160,852.00

Fuente: elaboración propia

9.3 Ingresos y egresos de COCO'S CLOSET

Como parte de los ingresos que se pretende obtener en el establecimiento del negocio, se tomó en cuenta una media de precio de Q100 por cada uno de los productos a ofrecer (ropa, juguetes y accesorios) utilizando una variabilidad semanal de cada uno de los productos por adquirir según experiencia en ventas actual y demanda a la oferta establecida.

Tabla 31 Proyección de venta de juguetes

Semana	Cantidad de juguetes vendidos	Ingresos semanales	
1	35	Q	3,500.00
2	30	Q	3,000.00
3	40	Q	4,000.00
4	36	Q	3,600.00
Total mensual		Q	14,100.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 32 Proyección de venta de ropa

Semana	Cantidad de ropa vendida	Ingresos semanales	
1	31	Q	6,200.00
2	29	Q	5,800.00
3	34	Q	6,800.00
4	29	Q	5,800.00
Total mensual		Q	24,600.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 33 Proyección de venta de accesorios

Semana	Cantidad de accesorios vendidos	Ingresos semanales	
1	48	Q	4,800.00
2	45	Q	4,500.00
3	54	Q	5,400.00
4	43	Q	4,300.00
Total mensual		Q	19,000.00

Fuente: elaboración propia

Una vez establecida la variación de venta semanal para obtener el ingreso promedio mensual, se procedió a realizar la calendarización anual, en donde a lo largo del año se definió la venta de ropa con un incremento moderado del 9%, los juguetes con un incremento conservador del 7% y los accesorios con un incremento agresivo dentro del mercado y la competencia establecida del 10%. Teniendo incrementos del 1% y del 2% en épocas fuertes como abril y junio por ser consideradas fechas de ferias en los municipios de San Pedro Sacatepéquez y San Marcos; así como el mes de diciembre por las épocas de navidad y año nuevo.

Tabla 34 Calendarización anual de venta anual por tipo de producto

Descripción/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ROPA	Q 24,600.00	Q 24,723.00	Q 24,908.42	Q 25,157.51	Q 25,258.14	Q 25,510.72	Q 25,638.27	Q 25,766.46	Q 25,895.30	Q 26,089.51	Q 26,376.49	Q 26,904.02
JUGUETES	Q 14,100.00	Q 14,156.40	Q 14,248.42	Q 14,390.90	Q 14,434.07	Q 14,592.85	Q 14,643.92	Q 14,702.50	Q 14,753.96	Q 14,812.97	Q 14,931.48	Q 15,118.12
ACCESORIOS	Q 19,000.00	Q 19,076.00	Q 19,161.84	Q 19,353.46	Q 19,440.55	Q 19,664.12	Q 19,762.44	Q 19,890.89	Q 20,000.29	Q 20,180.30	Q 20,483.00	Q 20,984.83
TOTAL	Q 57,700.00	Q 57,955.40	Q 58,318.68	Q 58,901.87	Q 59,132.76	Q 59,767.68	Q 60,044.63	Q 60,359.86	Q 60,649.55	Q 61,082.78	Q 61,790.97	Q 63,006.98

Fuente: elaboración propia

Al realizar la proyección a 5 años de venta por producto se determinó generando un incremento según estimaciones de oferta y mercado de la siguiente manera:

Tabla 35 Proyección de venta anual por producto

Descripción/año	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROPA	Q 306,827.84	Q 340,578.91	Q 378,042.59	Q 419,627.27	Q 465,786.27
JUGUETES	Q 174,885.59	Q 192,374.15	Q 230,848.98	Q 300,103.67	Q 420,145.14
ACCESORIOS	Q 236,997.73	Q 263,067.48	Q 334,095.70	Q 467,733.97	Q 715,632.98
TOTAL	Q 718,711.16	Q 796,020.53	Q 942,987.26	Q1,187,464.92	Q1,601,564.39

Fuente: elaboración propia

Por otra parte, el total de egresos que se obtiene por la compra de ropa, juguetes y accesorios depende grandemente de la cantidad de piezas y/o artículos que cada una de las cajas que se importa contiene y el peso de esta.

Caja de ropa	pesa 300 libras	contiene 250 piezas
Caja de juguetes	pesa 250 libras	contiene 200 juguetes
Caja de accesorios	pesa 150 libras	contiene 250 accesorios

Por tanto, el precio de importación depende del peso de estas, representando de esta manera el cálculo de Q17,500 al solicitar las 3 cajas, tal y como se muestra en la tabla 15. Sin embargo, para los efectos proyectados del presente estudio, se considera la importación de caja de accesorios mensual, la caja de juguetes bimensual y la caja de ropa trimestral. Esto debido a la tendencia de compra representada en la población, quedando la calendarización anual de la siguiente forma:

Tabla 36 Calendarización anual de compra/pedidos según demanda

Descripción/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ROPA			Q 8,000.00			Q 8,000.00			Q 8,000.00			Q 8,000.00
JUGUETES		Q 7,000.00		Q 7,000.00		Q 7,000.00		Q 7,000.00		Q 7,000.00		Q 7,000.00
ACCESORIOS	Q 5,000.00	Q 5,000.00	Q 5,000.00	Q 5,000.00	Q 5,000.00	Q 5,000.00	Q 5,000.00	Q 5,000.00	Q 5,000.00	Q 5,000.00	Q 5,000.00	Q 5,000.00

Fuente: Elaboración propia

Al realizar la proyección a 5 años de compra e importación de ropa, juguetes y accesorios, se incrementa con una caja más de producto por año según el tipo, por ejemplo, en el apartado de ropa, sería una caja más de ropa.

Tabla 37 Proyección de compra e importación por 5 años

Descripción/Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ropa	Q 40,000.00	Q 48,000.00	Q 56,000.00	Q 64,000.00	Q 72,000.00
Juguetes	Q 49,000.00	Q 56,000.00	Q 63,000.00	Q 70,000.00	Q 77,000.00
Accesorios	Q 65,000.00	Q 70,000.00	Q 75,000.00	Q 80,000.00	Q 85,000.00
TOTAL	Q 154,000.00	Q 174,000.00	Q 194,000.00	Q 214,000.00	Q 234,000.00

Fuente: Elaboración propia

Es de resaltar que la proyección y establecimiento de precios para la compra de ropa, juguetes y accesorios son tomados como un aproximado de precio +-Q500 debido a la variabilidad de la divisa dólar en cada uno de los productos y/o precios establecidos por los proveedores. Esto surge a partir de la tabla 15 que refleja el costo real de la misma incluyendo la importación de 3 cajas.

9.4 Estados financieros de COCO'S CLOSET

Los estados financieros representan una herramienta esencial para evaluar la salud económica y viabilidad del negocio relacionado a la comercialización de ropa, juguetes y

accesorios americanos para niños y jóvenes en el municipio de San Pedro Sacatepéquez, San Marcos. Su desarrollo permitirá obtener información detallada sobre activos, pasivos, ingresos y gastos de la empresa COCO'S CLOSET.

Tabla 38 Estado de resultados de COCO'S CLOSET

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta de ropa	Q 273,953.43	Q 304,088.31	Q 337,538.02	Q 374,667.21	Q 415,880.60	
Venta de juguetes	Q 156,147.85	Q 171,762.63	Q 206,115.16	Q 267,949.71	Q 375,129.59	
Venta de accesorios	Q 211,605.11	Q 234,881.68	Q 298,299.73	Q 417,619.62	Q 638,958.02	
Total de ingresos	Q 641,706.39	Q 710,732.62	Q 841,952.91	Q 1,060,236.53	Q 1,429,968.21	
COSTOS DE INVERSIÓN						
Remodelación instalaciones	Q 50,000.00					
Mobiliario y Equipo	Q 56,450.00					
Equipo de cómputo	Q 6,000.00					
Gastos de Constitución	Q 6,425.30					
Compra de inventario inicial	Q 154,000.00					
Total de inversión	Q 272,875.30					
GASTOS DE OPERACIÓN						
Energía Eléctrica	Q 9,600.00	Q 9,600.00	Q 9,600.00	Q 9,600.00	Q 9,600.00	
Agua Potable	Q 600.00	Q 600.00	Q 600.00	Q 600.00	Q 600.00	
Tren de aseo	Q 240.00	Q 240.00	Q 240.00	Q 240.00	Q 240.00	
Teléfono e internet	Q 3,600.00	Q 3,600.00	Q 3,600.00	Q 3,600.00	Q 3,600.00	
Contabilidad	Q 3,600.00	Q 3,600.00	Q 3,600.00	Q 3,600.00	Q 3,600.00	
Community Manager	Q 19,200.00	Q 19,200.00	Q 19,200.00	Q 19,200.00	Q 19,200.00	
Promoción y Publicidad	Q 5,166.25	Q 5,424.56	Q 5,695.79	Q 5,980.58	Q 6,279.61	
Útiles de limpieza	Q 5,229.00	Q 5,490.45	Q 5,764.97	Q 6,053.22	Q 6,355.88	
Compra de caja de ropa	Q 40,000.00	Q 48,000.00	Q 56,000.00	Q 64,000.00	Q 72,000.00	
Compra de caja de juguetes	Q 49,000.00	Q 56,000.00	Q 63,000.00	Q 70,000.00	Q 77,000.00	
Compra de caja de accesorios	Q 65,000.00	Q 70,000.00	Q 75,000.00	Q 80,000.00	Q 85,000.00	
Total gastos de operación	Q 201,235.25	Q 221,755.01	Q 242,300.76	Q 262,873.80	Q 283,475.49	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN						
Sueldos y salarios	Q 180,651.26	Q 180,651.26	Q 180,651.26	Q 180,651.26	Q 180,651.26	
Depreciación de Mobiliario y Equipo	Q 11,290.00	Q 11,290.00	Q 11,290.00	Q 11,290.00	Q 11,290.00	
Depreciación de Equipo de Computo	Q 2,000.00	Q 2,000.00	Q 2,000.00	Q -	Q -	
Amortización Gastos de Constitución	Q 1,285.06	Q 1,285.06	Q 1,285.06	Q 1,285.06	Q 1,285.06	
Útiles de oficina	Q 1,623.00	Q 1,785.30	Q 1,963.83	Q 2,160.21	Q 2,376.23	
Interés sobre préstamo	Q16,746.47	Q13,792.27	Q10,463.40	Q6,712.34	Q2,485.56	
Total gastos de administración	Q 213,595.78	Q 210,803.88	Q 207,653.54	Q 202,098.87	Q 198,088.11	
Utilidad antes de impuesto	Q 226,875.36	Q 278,173.73	Q 391,998.61	Q 595,263.86	Q 948,404.61	
ISR	Q 56,718.84	Q 69,543.43	Q 97,999.65	Q 148,815.97	Q 237,101.15	
Ganancia o pérdida del ejercicio	Q 170,156.52	Q 208,630.29	Q 293,998.96	Q 446,447.90	Q 711,303.46	

Tabla 39 Flujo de Fondos de COCO'S CLOSET

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo anterior	Q -	Q -	Q 113,550.22	Q 254,760.61	Q 462,717.41	Q 793,662.69
Capital	Q 122,875.30					
Prestamo	Q 150,000.00					
INGRESOS						
Ingreso por concepto de venta de ropa		Q 273,953.43	Q 304,088.31	Q 337,538.02	Q 374,667.21	Q 415,880.60
Ingreso por concepto de venta de juguetes		Q 156,147.85	Q 171,762.63	Q 206,115.16	Q 267,949.71	Q 375,129.59
Ingreso por concepto de venta de accesorios		Q 211,605.11	Q 234,881.68	Q 298,299.73	Q 417,619.62	Q 638,958.02
TOTAL DISPONIBLE	Q 272,875.30	Q 641,706.39	Q 824,282.84	Q 1,096,713.52	Q 1,522,953.94	Q 2,223,630.90
EGRESOS						
Promoción y publicidad		Q 5,166.25	Q 5,424.56	Q 5,695.79	Q 5,980.58	Q 6,279.61
Compra de caja de ropa		Q 40,000.00	Q 48,000.00	Q 56,000.00	Q 64,000.00	Q 72,000.00
Compra de caja de juguetes		Q 49,000.00	Q 56,000.00	Q 63,000.00	Q 70,000.00	Q 77,000.00
Compra de caja de accesorios		Q 65,000.00	Q 70,000.00	Q 75,000.00	Q 80,000.00	Q 85,000.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos y salarios		Q 122,467.68	Q 122,467.68	Q 122,467.68	Q 122,467.68	Q 122,467.68
Bonificación incentivo		Q 9,000.00	Q 9,000.00	Q 9,000.00	Q 9,000.00	Q 9,000.00
Bonificación anual (Bono 14)		Q 10,955.64	Q 10,955.64	Q 10,955.64	Q 10,955.64	Q 10,955.64
Aguinaldo		Q 10,955.64	Q 10,955.64	Q 10,955.64	Q 10,955.64	Q 10,955.64
IGSS Patronal		Q 15,516.66	Q 15,516.66	Q 15,516.66	Q 15,516.66	Q 15,516.66
Indemnización		Q 10,955.64	Q 10,955.64	Q 10,955.64	Q 10,955.64	Q 10,955.64
Bono vacacional		Q 800.00	Q 800.00	Q 800.00	Q 800.00	Q 800.00
Depreciación Mobiliario y Equipo		Q 11,290.00	Q 11,290.00	Q 11,290.00	Q 11,290.00	Q 11,290.00
Depreciación Equipo de Computo		Q 2,000.00	Q 2,000.00	Q 2,000.00	Q -	Q -
Amortización Gastos de Organización		Q 1,285.06	Q 1,285.06	Q 1,285.06	Q 1,285.06	Q 1,285.06
Prestamo		Q 40,040.01	Q 40,040.01	Q 40,040.01	Q 40,040.01	Q 40,040.01
Interes sobre prestamo		Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
INVERSION	Q 272,875.30					
TOTAL DE EGRESOS	Q 272,875.30	Q 394,432.57	Q 414,690.88	Q 434,962.11	Q 453,246.90	Q 473,545.93
Ganancias antes de impuestos		Q 247,273.82	Q 409,591.95	Q 661,751.41	Q 1,069,707.04	Q 1,750,084.97
IVA ANUAL por pagar (12% s/ingresos)		Q 77,004.77	Q 85,287.91	Q 101,034.35	Q 127,228.38	Q 171,596.19
ISR		Q 56,718.84	Q 69,543.43	Q 97,999.65	Q 148,815.97	Q 237,101.15
SALDOS	Q -	Q 113,550.22	Q 254,760.61	Q 462,717.41	Q 793,662.69	Q 1,341,387.63

Fuente: elaboración propia

Se observa que a partir del año cero la salida significativa de inversión inicial necesaria para establecer COCO'S CLOSET, refleja flujos netos positivos a partir del año 1, teniendo un rendimiento de la operación. Dichos flujos crecen año tras año, indicando un crecimiento en las ventas y la eficiencia operativa a pesar del incremento de los gastos de operación, alcanzando el año 5 con flujos que alcanzan los Q2,966,078.55 lo que sugiere una fuerte generación de efectivo y una sólida posición financiera.

- Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) nos muestra la relación entre la inversión inicial y el valor actual de los flujos que genera dicho proyecto empresarial o inversión en el futuro.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

En donde:

VAN: Valor Actual Neto

V_t : Representa los flujos de caja en cada período de tiempo

I_0 : Valor de desembolso inicial de la inversión

N: Número de períodos considerado

K: Es el tipo de interés

$$\text{VAN: } Q272,875.30 + Q113,550.22 / (1+25\%) + Q254,760.61 / (1+25\%) + Q462,717.41 / (1+25\%) + Q793,662.69 / (1+25\%) + Q1,341,387.63 / (1+25\%)$$

$$\text{VAN} = Q982,553.11$$

- Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad que ofrece una inversión y se mide en porcentaje sobre la inversión realizada.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

En donde:

F_t : Flujos de dinero en cada período t

I_0 : Es la inversión que se realiza al momento inicial (t=0)

N: Número de períodos de tiempo

$$\text{TIR} = 77.69\%$$

Por tanto, con un VAN positivo de Q982,553.11 y una TIR del 77.69%, el proyecto no solo es rentable, sino que también tiene una rentabilidad significativamente alta. Esto

sugiere que el negocio de venta de ropa, juguetes y accesorios tiene un fuerte potencial de generación de valor.

Con el flujo neto de fondos que se mencionó anteriormente, muestra que el proyecto empieza a generar flujos positivos desde el Año 1, lo cual es una señal positiva para la recuperación de la inversión inicial. La creciente magnitud de los flujos de fondos netos sugiere que la empresa no solo recuperará la inversión inicial rápidamente, sino que también generará ganancias sustanciales en los años subsiguientes. Por su parte, la TIR indica que este proyecto sería muy atractivo, ya que la tasa de retorno esperada es mucho mayor que muchas otras oportunidades de inversión, especialmente si se compara con el costo promedio del capital en el mercado.

Tabla 40 Valor Actual Neto

Año	Inversión	Beneficio	Factor Actualización 25%	Valor Actualizado
0	-Q272,875.30	Q0.00	Q0.00	-Q272,875.30
1	Q0.00	Q113,550.22	Q0.80	Q90,840.17
2	Q0.00	Q254,760.61	Q0.64	Q163,046.79
3	Q0.00	Q462,717.41	Q0.51	Q236,911.31
4	Q0.00	Q793,662.69	Q0.41	Q325,084.24
5	Q0.00	Q1,341,387.63	Q0.33	Q439,545.90
VAN				Q982,553.11

Fuente: elaboración propia

Tabla 41 Valor Actual Neto positivo (VAN+)

Año	inversión	Beneficio	Factor actualización 76%	Valor Actualizado
0	-Q272,875.30	Q0.00	Q0.00	-Q272,875.30
1	Q0.00	Q113,550.22	Q0.50	Q57,060.41
2	Q0.00	Q254,760.61	Q0.25	Q64,331.86
3	Q0.00	Q462,717.41	Q0.13	Q58,716.02
4	Q0.00	Q793,662.69	Q0.06	Q50,608.52
5	Q0.00	Q1,341,387.63	Q0.03	Q42,982.23
Total				Q273,699.04
VAN +				Q823.74

Fuente: elaboración propia

Tabla 42 Valor Actual Neto Negativo (VAN-)

Año	inversión	Beneficio	Factor actualización 79%	Valor Actualizado
0	Q272,875.30	Q0.00	Q0.00	Q272,875.30
1	Q0.00	Q113,550.22	Q0.50	Q56,492.64
2	Q0.00	Q254,760.61	Q0.25	Q63,058.00
3	Q0.00	Q462,717.41	Q0.12	Q56,980.68
4	Q0.00	Q793,662.69	Q0.06	Q48,624.12
5	Q0.00	Q1,341,387.63	Q0.03	Q40,885.94
TOTAL				Q266,041.38
VAN -				-Q6,833.92

Fuente: elaboración propia

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

			VAN + Q 823.74	
77	79	61	VAN + Q 823.74	VAN- Q 6,883.92
77	2		Q 823.74	
			Q 7,657.66	
77	2		0.107570965	
77			0.21514193	
77.5793 = TIR 77.69%				

Con un VAN Neto de Q 982,553.11; el VAN Positivo con Q 823.74 y un VAN- de Q 6,833.92 se determinó la Tasa Interna de Retorno, arrojando un resultado de 77.69% a partir de una tasa de actualización del 25%. Por tanto, se considera que el proyecto es financieramente viable obteniendo rentabilidad en la inversión.

Tabla 43 Balance general

CONCEPTO/AÑOS	1	2	3	4	5
ACTIVO					
<u>CORRIENTE</u>					
Caja y Bancos	Q 226,875.36	Q 278,173.73	Q 391,998.61	Q 595,263.86	Q 948,404.61
Inventarios	Q 154,000.00	Q 174,000.00	Q 194,000.00	Q 214,000.00	Q 234,000.00
<u>NO CORRIENTE</u>					
Mobiliario y equipo	Q 56,450.00	Q 56,450.00	Q 56,450.00	Q 56,450.00	Q 56,450.00
(-) Dep. Mobiliario y equipo	-Q 11,290.00	-Q 11,290.00	-Q 11,290.00	-Q 11,290.00	-Q 11,290.00
Equipo de cómputo	Q 6,000.00	Q 6,000.00	Q 6,000.00	Q -	Q -
(-) Dep. Equipo de cómputo	-Q 2,000.00	-Q 2,000.00	-Q 2,000.00	Q -	Q -
Gastos de constitución	Q 6,425.30	Q 6,425.30	Q 6,425.30	Q 6,425.30	Q 6,425.30
(-) Amort. Gastos de constitución	-Q 1,285.06	-Q 1,285.06	-Q 1,285.06	-Q 1,285.06	-Q 1,285.06
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	Q 54,300.24	Q 54,300.24	Q 54,300.24	Q 50,300.24	Q 50,300.24
SUMA DEL ACTIVO	Q 435,175.60	Q 506,473.97	Q 640,298.85	Q 859,564.10	Q 1,232,704.85
PASIVO					
<u>Corriente</u>					
IVA por pagar	Q 77,004.77	Q 85,287.91	Q 101,034.35	Q 127,228.38	Q 171,596.19
ISR por pagar	Q 56,718.84	Q 69,543.43	Q 97,999.65	Q 148,815.97	Q 237,101.15
No Corriente					
Prestamo	Q 126,706.46	Q 100,458.72	Q 70,882.11	Q 37,554.45	-Q 0.00
Intereses prestamo	Q -	Q -	Q -	Q -	Q -
PATRIMONIO NETO					
Capital de trabajo	Q 4,589.01	Q 42,553.60	Q 76,383.78	Q 99,517.41	Q 112,704.05
Utilidad del ejercicio	Q 170,156.52	Q 208,630.29	Q 293,998.96	Q 446,447.90	Q 711,303.46
SUMA DEL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	Q 435,175.60	Q 506,473.97	Q 640,298.85	Q 859,564.10	Q 1,232,704.85

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44 Relación beneficio/costo

Descripción	Año 1
Ingresos totales	Q 718,711.16
Egresos totales	Q 416,340.42

Fuente: Elaboración propia

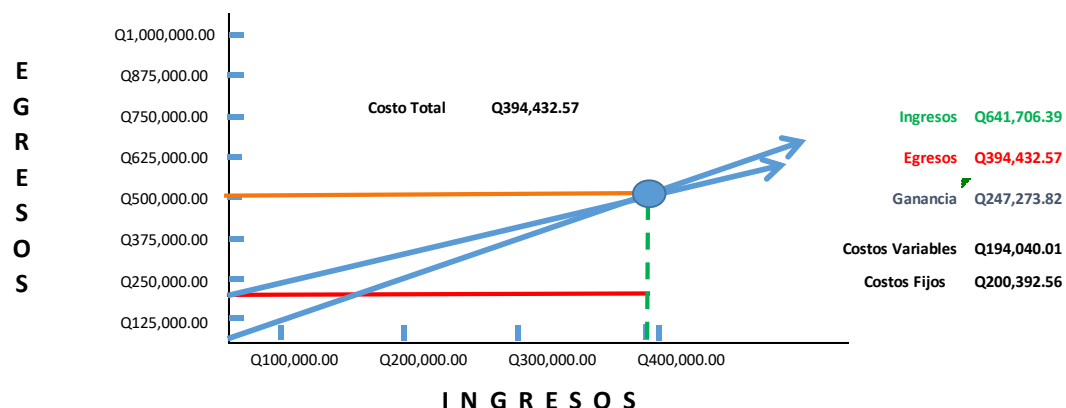
La relación beneficio costo evalúa la viabilidad de un proyecto, dividiendo el valor presente de los ingresos (beneficios) entre el valor presente de los egresos (costos). Por tanto, a partir de los ingresos (Q718,711.16) y egresos (Q416,340.42) correspondientes al primer año se puede obtener como resultado 1.73, el cual es un resultado financieramente viable,

debido a que supera los costos ajustados por el mismo factor y refuerza la viabilidad del proyecto de COCO'S CLOSET.

Tabla 45 Punto de Equilibrio

Descripción	Total
Ingresos	Q 641,706.39
Costos Fijos	Q 394,432.57
Costos Variables	Q 200,392.56
Egresos	Q 194,040.01

Gráfica 7 Punto de Equilibrio



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en la gráfica que para la empresa COCO'S CLOSET, con gastos fijos de Q200,392.56, y gastos variables de Q194,040.01, podrá alcanzar el punto de equilibrio, con un ingreso de Q394,432.57 por lo que todo lo que sobrepase en ingresos con esa cantidad será definido como ganancia.

$$\text{Contribución marginal} = \text{Ingresos} - \text{Costos Variables}$$

$$\text{Contribución marginal} = \text{Q } 641,706.39 - \text{Q } 194,040.01 = \text{Q } 447,666.39$$

$$\text{Tasa de contribución marginal} = \frac{\text{Contribución marginal}}{\text{Ingresos}}$$

$$\text{Tasa de contribución marginal} = \frac{\text{Q 447,666.39}}{\text{Q 641,706.39}} = \mathbf{0.697618712 \quad 69.76\%}$$

$$\text{Punto de equilibrio en ingresos} = \frac{\text{Q 200,392.56}}{0.697618712} = \mathbf{Q 287,252.28}$$

$$\text{Tiempo para alcanzar el punto de equilibrio} = \frac{\text{punto de equilibrio ingresos}}{\text{Ingresos anuales}} \times \text{período de ingreso}$$

$$\text{Tiempo para alcanzar el punto de equilibrio} = \frac{\text{Q 287,252.28}}{\text{Q 641,706.39}} \times 1 = \mathbf{0.448 \text{ años}}$$

$$\begin{array}{rcl} & 12 & 1 \text{ año} \\ & & \mathbf{5.652 \text{ meses}} \\ \times & & 0.448 \end{array}$$

$$\begin{array}{rcl} & 1 & 30 \text{ días} \\ & & \mathbf{0.1884 \text{ días}} \\ & & 5.652 \end{array}$$

Tiempo para alcanzar el punto de equilibrio = 5 meses y 18 días

10. ANÁLISIS DE RIESGO

10.1 Identificación de Riesgos

Se puede señalar claramente que el término ‘riesgo’ se refiere a la probabilidad de que exista, interna o externamente a la organización, una situación que afecte a los objetivos planteados y obstaculice la creación de valor de la empresa (Mejía, 2006)

La identificación de riesgos es el primer paso para entender y mitigar los potenciales problemas que pueden afectar el éxito de COCO’S CLOSET. Por lo que, para la comercialización de ropa, juguetes y accesorios americanos para niños y jóvenes en San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, se deben considerar los siguientes tipos de riesgos:

Tabla 46 Tipos de riesgos identificados

Tipo de Riesgo	Descripción	Ejemplos Específicos
Riesgos del Mercado	Son riesgos relacionados con las dinámicas del mercado y las preferencias de los consumidores.	Competencia, preferencias del consumidor, poder de los clientes, condiciones económicas.
Riesgos Financieros	Riesgos asociados con la gestión financiera y la estabilidad económica de la empresa.	Disponibilidad de capital, fluctuaciones en los tipos de cambio, gestión del flujo de caja.
Riesgos Operacionales	Riesgos vinculados a las operaciones diarias y la eficiencia de la cadena de suministro y distribución.	Logística y distribución, cadena de suministro, calidad del producto.
Riesgos Legales y Regulatorios	Riesgos derivados del cumplimiento de leyes y regulaciones, así como impuestos agregados a importaciones	Cumplimiento normativo.

Riesgos Tecnológicos	Riesgos relacionados con la implementación y mantenimiento de tecnologías y la protección de la información.	Seguridad de la información, actualización tecnológica.
-----------------------------	--	---

Fuente: Elaboración propia

10.2 Evaluación y Análisis de Riesgos

Evaluar y analizar los riesgos serán necesarios para entender su impacto potencial y la probabilidad que ocurran para poder desarrollar estrategias de mitigación adecuadas.

Tabla 47 Evaluación y análisis de riesgos

Tipo de Riesgo	Descripción	Impacto	Probabilidad	Evaluación
Riesgos del Mercado	Riesgos relacionados con las dinámicas del mercado y las preferencias de los consumidores.			
	Competencia: Presencia de competidores fuertes.	Alto	Media	Diferenciación en la propuesta de valor puede mitigar el riesgo.
	Preferencias del Consumidor: Cambios en las tendencias de moda y juguetes.	Alto	Alta	Las preferencias cambian con frecuencia, estrategia de adaptación es crucial.
	Poder de los Clientes: Capacidad de los clientes para elegir	Medio	Media	Estrategias de fidelización y ofertas atractivas

	entre diversas opciones.			pueden reducir el riesgo.
	Condiciones Económicas: Factores macroeconómicos que afectan el poder adquisitivo.	Alto	Media	Estabilidad a corto plazo, pero siempre hay fluctuaciones.
Riesgos Financieros	Riesgos asociados con la gestión financiera y la estabilidad económica de la empresa.			
	Disponibilidad de Capital: Dificultades para obtener financiamiento.	Alto	Media	Un plan de negocios sólido puede facilitar la obtención de financiamiento.
	Fluctuaciones en los Tipos de Cambio: Variaciones que afectan los costos de importación.	Medio	Alta	La volatilidad de los tipos de cambio es un factor importante.
	Gestión del Flujo de Caja: Problemas en la gestión de la liquidez.	Alto	Media	La planificación adecuada es crucial para mantener la liquidez.
Riesgos Operacionales	Riesgos vinculados a las operaciones diarias y la eficiencia			

Riesgos Legales y Regulatorios	de la cadena de suministro y distribución.			
	Logística y Distribución: Problemas en el transporte y almacenamiento.	Medio	Media	La elección de buenos socios logísticos y una planificación adecuada pueden mitigar el riesgo.
	Cadena de Suministro: Dependencia de proveedores extranjeros.	Alto	Media	Diversificar proveedores puede reducir el riesgo.
	Calidad del Producto: Deficiencia en la calidad de los productos.	Alto	Media	Implementar controles de calidad rigurosos es esencial.
	Riesgos derivados del cumplimiento de leyes y regulaciones, y la protección de la propiedad intelectual.			
	Cumplimiento Normativo: Riesgo de incumplimiento de leyes y nuevos impuestos	Alto	Baja	Asesoramiento legal adecuado puede asegurar el cumplimiento normativo.
	Propiedad Intelectual: Riesgos relacionados	Medio	Baja	Usar productos con licencia y

	con la protección de marcas y derechos de autor.			cumplir con las normativas puede mitigar el riesgo.
Riesgos Tecnológicos	Riesgos relacionados con la implementación y mantenimiento de tecnologías y la protección de la información.			
	Seguridad de la Información: Riesgo de brechas de seguridad que comprometan datos sensibles.	Alto	Media	Implementar medidas de seguridad robustas es fundamental.
	Actualización Tecnológica: Riesgo de no mantenerse al día con las tecnologías emergentes.	Medio	Media	Inversión en tecnología y capacitación continua puede reducir el riesgo.

Fuente: Elaboración propia

10.3 Estrategias de mitigación

El desarrollo de estrategias para mitigar los riesgos identificados y evaluados anteriormente, están diseñados para minimizar el impacto y la probabilidad de que los riesgos afecten negativamente a la empresa.

Tabla 48 Estrategias de mitigación para los riesgos identificados

Tipo de Riesgo	Riesgo	Estrategia	Acciones
Riesgos del Mercado	Competencia	Diferenciación del producto y servicio	Estudios de mercado, programas de fidelización, mejorar la experiencia de compra.
	Preferencias del Consumidor	Adaptación rápida a las tendencias	Participar en ferias, seguir blogs, encuestas y retroalimentación de clientes.
	Poder de los Clientes	Fortalecer la relación con los clientes	Programas de recompensas, descuentos exclusivos, mejorar la atención al cliente.
	Condiciones Económicas	Diversificación de productos y servicios	Ampliar la línea de productos para diferentes segmentos y rangos de precios.
Riesgos Financieros	Disponibilidad de Capital	Planificación financiera sólida	Proyecciones financieras, aplicar a créditos comerciales.
	Fluctuaciones en los Tipos de Cambio	Gestión de riesgo cambiario	Contratar seguros y utilizar contratos de futuros.
	Gestión del Flujo de Caja	Monitoreo constante y control del flujo	Pronósticos de flujo de caja, ajustar políticas de crédito y cobro, mantener un fondo de reserva.

Riesgos Operacionales	Logística y Distribución	Optimización de suministro	Acuerdos con múltiples proveedores de logística, sistemas de seguimiento, gestión de inventarios.
	Cadena de Suministro	Diversificación de proveedores	Identificar proveedores alternativos, mantener inventario de seguridad.
	Calidad del Producto	Control de calidad riguroso	Procedimientos de inspección de calidad, colaboración con proveedores.
Riesgos Legales y Regulatorios	Cumplimiento Normativo	Asesoría legal continua	Contratar asesor legal, auditorías regulares de cumplimiento.
	Propiedad Intelectual	Protección de marcas y derechos de autor	Registrar marcas y productos, obtener licencias adecuadas en caso necesitarlas.
Riesgos Tecnológicos	Seguridad de la Información	Implementación de medidas de ciberseguridad	Software de seguridad, auditorías de seguridad, capacitación del personal.
	Actualización Tecnológica	Inversión en tecnología y capacitación	Actualizar software y hardware, capacitación continua al personal.

Fuente: Elaboración propia

10.4 Monitoreo y revisión de riesgos

El monitoreo y la revisión constante de los riesgos son esenciales para asegurar que las estrategias de mitigación sean efectivas y que la empresa COCO'S CLOSET pueda adaptarse rápidamente a cualquier cambio en el entorno.

Tabla 49 Monitoreo y revisión de los riesgos

Aspecto	Descripción	Acciones
Indicadores Clave de Riesgo	Identificar y definir indicadores que permitan monitorear los riesgos críticos.	- Definir los indicadores específicos para cada tipo de riesgo.
Frecuencia de Monitoreo	Determinar la frecuencia de revisión de los riesgos.	- Revisión diaria: riesgos operacionales. - Revisión semanal: riesgos de mercado y financieros. - Revisión mensual: riesgos legales, regulatorios y tecnológicos.
Responsabilidad y Comunicación	Asignar responsabilidades y establecer canales de comunicación efectivos.	- Asignar responsables para el monitoreo de cada riesgo. - Implementar reuniones periódicas. - Mantener comunicación abierta entre colaboradores.
Tecnología y Herramientas de Gestión de Riesgos	Utilizar software y herramientas para facilitar el monitoreo y gestión de riesgos.	- Implementar sistemas de gestión de riesgos en tiempo real.
Revisión y Actualización de Estrategias de Mitigación	Revisar y ajustar regularmente las estrategias de mitigación.	- Auditorías trimestrales para evaluar la efectividad.

Documentación y Registro	Mantener un registro detallado de todos los riesgos y las acciones tomadas.	- Reuniones anuales para actualizar el plan.
		- Crear un registro centralizado de riesgos. - Actualizar el registro con nuevos riesgos y acciones de mitigación.

Fuente: Elaboración propia

10.5 Revisión y mejora continua del plan de riesgos

La revisión y mejora continua del plan de riesgos son esenciales para asegurar que las estrategias de mitigación sigan siendo efectivas y que el negocio se adapte a nuevos desafíos y oportunidades.

Tabla 50 Revisión y mejora de plan de riesgos

Aspecto	Descripción	Acciones
Evaluación Periódica	Realizar evaluaciones regulares del plan de riesgos.	- Revisiones trimestrales. - Evaluaciones anuales completas del plan de riesgos.
Retroalimentación	Utilizar retroalimentación para mejorar el plan.	- Recoger retroalimentación de empleados. - Consultar a expertos externos.
Adaptación a cambios	Ajustar el plan según cambios en el entorno.	- Monitoreo de tendencias del mercado. - Análisis de escenarios.
Capacitación Continua	Proporcionar formación continua sobre gestión de riesgos.	- Programas de capacitación regular.

Documentación y Seguimiento	Mantener documentación detallada y seguimiento de cambios.	- Actualización de conocimientos. - Registrar todas las modificaciones. - Monitorear la implementación de nuevas estrategias.
------------------------------------	--	---

Fuente: Elaboración propia

11. CONCLUSIONES

La investigación permitió concluir que establecer una tienda física de Coco's Closet en San Pedro Sacatepéquez, San Marcos, es una estrategia viable y necesaria para satisfacer la demanda de productos de calidad en el segmento infantil y juvenil. La propuesta no solo responde a una necesidad del mercado, sino que también ofrece una experiencia de compra personalizada, lo que genera un valor añadido para los clientes y fomenta la lealtad a la marca.

Lograr un crecimiento anual de ventas del 15% durante los primeros tres años es factible, gracias a una estrategia que combina el funcionamiento online con la tienda física. Las proyecciones de ventas, basadas en un análisis del mercado y las preferencias del consumidor, confirman el potencial de crecimiento sostenido mediante campañas de marketing efectivas y un enfoque en la fidelización de clientes.

La implementación de programas de lealtad, beneficios exclusivos y un servicio postventa eficiente fue identificada como una estrategia clave para fidelizar al 60% de los clientes en el primer año. Estas acciones contribuyen a fortalecer la relación con los consumidores, promoviendo una base de clientes recurrentes y aumentando la reputación de la marca en el mercado local.

La comercialización de una marca reconocida por su confiabilidad, calidad y compromiso con la satisfacción del cliente es esencial para diferenciarse de la competencia. Coco's Closet logró posicionarse como una opción confiable y atractiva en el segmento, destacándose por ofrecer productos importados exclusivos y de alta calidad, acompañados de un servicio al cliente excepcional. Esto refuerza su imagen y asegura una ventaja competitiva sostenible.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuerdo Gubernativo 307. (15 de Diciembre de 2023). *Salarios minimos para las actividades económicas por circunscripción económica en la Republica de Guatemala*. Obtenido de Diario de Centroamérica:
<https://www.onsec.gob.gt/w1/wp-content/uploads/2024/01/ACUERDO-GUBERNATIVO-307-2023-SALARIO-MINIMO-2024.pdf>
- Alles, M. (2006). Selección por competencias. Buenos Aires: Granica.
- Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de proyectos (6ta Edición). McGraw Hill.
- Calvo Fonseca, R. (2013). El estudio financiero para planes de negocio. UNICACH.
- Cochran, W. (1977). Sampling Techniques (3re. ed). John Wiley & Sons.
- INE. (2018). *Instituto Nacional de Estadística Guatemala*. Obtenido de Proyecciones Municipales 2015-2035: <https://www.ine.gob.gt/proyecciones/>
- Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2002). *El marketing de servicios profesionales*. Obtenido de
https://books.google.com.gt/books?id=FgSV_iL3pzMC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Mejía, R. (2006). Administración de riesgos. Un enfoque empresarial. EAFIT.
- Pickers, S. (4 de Noviembre de 2015). *Determinar el tamaño de la muestra*. Obtenido de Psyma: <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- Riquelme, M. (28 de Noviembre de 2022). *Organización Lineal, ventajas y desventajas*. Obtenido de Web y Empresas: <https://www.webyempresas.com/organizacion-lineal/>

13. ANEXOS

Boleta de Encuesta "COCO'S CLOSET STORE"

Le agradecemos su tiempo y colaboración al responder esta encuesta. El propósito de este estudio es comprender mejor las preferencias y tendencias de compra de juguetes, ropa y accesorios para niños y jóvenes entre 0 y 18 años. La información que nos proporcione será de gran valor para fines académicos y nos ayudará a analizar el mercado y las necesidades de los consumidores en este segmento.

* Indica que la pregunta es obligatoria



1. Género *

Marca solo un óvalo.

☐ Masculino

☐ Femenino

2. Tiene hijos o personas a su cargo entre 0 y 18 años *

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

3. De ser positiva la pregunta anterior, que rango de edades tienen *

Marca solo un óvalo.

☐ 0 a 5 años

☐ 6 a 10 años

☐ 11 a 15 años

☐ 16 a 18 años

HÁBITOS DE COMPRA

4. Con qué frecuencia compra ropa, juguetes y/o accesorios para niños y jóvenes *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Diariamente
☐ Semanalmente
☐ Mensualmente
☐ ...

16/11/24, 9:46

Boleta de Encuesta "COCO'S CLOSET STORE"

5. Qué tipo de productos prefiere para niños y jóvenes *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Ropa
☐ Juguetes
☐ Accesorios
☐ Todos los anteriores

6. Cuál es el rango de presupuesto promedio mensual para la compra de estos artículos *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Q50.00 a Q200.00
☐ Q200.00 a Q500.00
☐ Q500.00 a Q1,000.00
☐ Más d Q1,000.00

7. Qué factores influyen en su decisión de compra (puede seleccionar varias opciones) *

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Precio
☐ Calidad
☐ Marca
☐ Diseño
☐ Seguridad
☐ Recomendaciones

16/11/24, 9:46

Boleta de Encuesta "COCO'S CLOSET STORE"

8. Qué tipo de juguetes, ropa o accesorios compra con más frecuencia *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Juguetes educativos
- ☐ Juguetes de construcción
- ☐ Muñecas o figuras de acción
- ☐ Ropa casual
- ☐ Ropa deportiva
- ☐ Ropa formal
- ☐ Accesorios de moda
- ☐ Accesorios para tecnología

9. Que marcas de juguetes, ropa y accesorios prefiere para los niños y jóvenes

10. Qué tendencias actuales en juguetes, ropa o accesorios para niños y jóvenes le llama la atención

11. Prefiere comprar productos americanos para los hijos(as) y jóvenes *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ No estoy seguro/a

16/11/24, 9:46

Boleta de Encuesta "COCO'S CLOSET STORE"

13. Tiene alguna sugerencia o comentario adicional que le gustaría compartir con nosotros

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.