

L'UNIVERSITE ET L'ENTREPRENEURIAT ... UNE IDEE PRODUCTIVE

JOYCELEN DAYANA RODRÍGUEZ NIÑO

PROGRAMME DE LANGUES MODERNES

FACULTÉ DES SCIENCES HUMAINES

UNIVERSITÉ ECCI

Bogotá, 29 août 2017

L'UNIVERSITE ET L'ENTREPRENEURIAT ... UNE IDEE PRODUCTIVE

JOYCELEN DAYANA RODRÍGUEZ NIÑO

Travail de diplôme présenté comme une exigence de se qualifier pour le titre

PROFESSIONNEL EN LANGUES MODERNES

Directrice:

OLGA LUCIA BARBOSA

Expert-comptable

Magister en éducation

olgakalu@yahoo.com

FLOR FRANCIA

Linguiste professionnel de la Universidad Nacional de Colombia

ffranciab@ecci.edu.co

PROGRAMME DE LANGUES MODERNES

FACULTÉ DES SCIENCES HUMAINES

UNIVERSITÉ ECCI

Bogotá, 29 août 2017

Dédicace

Le projet actuel de diplôme et cette carrière professionnelle en Langues Modernes, je le consacre principalement à Margarita Niño Pico, puisque ses enseignements et ses orientations ont réussi à me montrer la voie vers le dépassement, grâce à elle, elle a formé en moi une femme entreprenante et combattant qui envisage d'être mieux chaque jour. Je dédie également ce titre à Guillermo Rodríguez García, qui est guidé par les erreurs commises et qui célèbre mes réalisations; il toujours cru en moi et en mes forces, en me donnant tout votre soutien pour progressivement atteindre le sommet de mes rêves.

Remerciements

Je suis particulièrement reconnaissant à mes parents pour leur soutien constant dans la réalisation de mon objectif d'être un professionnel. Je remercie sincèrement mes professeurs et superviseurs de thèse, Olga Lucia Barbosa et Flor Francia, pour leur connaissance, leur professionnalisme, leur effort et leur dévouement au cours de ce processus, puisqu'elles ont maintenu en moi la motivation et la constance, devenant fondamental pour le développement de cette idée de création d'entreprise.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX.

LISTE DES CHIFFRES.

RÉSUMÉ EXÉCUTIF (INTRODUCTION)

JUSTIFICATION

I.	PROBLÈME.....	12
II.	CONTEXTE.....	15
III.	IDÉE D'AFFAIRES	17
	3.1. Raison sociale	17
	3.2. Constitution légale	17
	3.3. Objet économique	17
	3.4. Mission	18
	3.5. Vision	18
IV.	OBJECTIFS.....	19
	4.1. Objectifs spécifiques	19
	4.2. Impact social et économique.....	20
V.	ÉTUDE TECHNIQUE.....	21
	5.1. Emplacement (meilleur emplacement)	21
	5.2. Distribution de l'usine (administrative et/ou opérationnelle)	22
VI.	STRUCTURE ORGANISATIONNELLE.....	24
	6.1. Organigramme (départements et secteurs fonctionnels).....	25
	6.2. Image corporative (marque, logo et slogan).....	25
VII.	CADRE JURIDIQUE.....	27
	7.1. Règles d'enregistrement et entités de surveillance et de contrôle.....	27
	7.2. Règlement d' fonctionnement.....	29
	7.3. Réglementation locale pour la mise en service.....	30
VIII.	L'ÉTUDE DE MARCHÉ.....	32
	8.1. Caractéristiques du marché (produit ou service).....	32
	8.2. Compétence.....	33
	8.3. Concurrence indirecte.....	34
	8.4. Avantage compétitif.....	36
IX.	MATRICE D'ANALYSE SWOT.....	38
X.	SEGMENTATION DU MARCHÉ.....	44
	10.1. Clients: Population.....	44
	10.2. Exemple.....	44
	10.3. Marché cible.....	47
XI.	ÉTUDE FINANCIÈRE.....	60
	11.1. Tableau des actifs.....	62
	11.2. Tableau des dépenses financières.....	63
	11.3. Tableau des frais généraux.....	63

11.4. Point de rentabilité.....	69
XII. FONDS DE CAPITAL DE RISQUE.....	73

CONCLUSIONS

BIBLIOGRAPHIE

PIÈCES JOINTES

LISTE DES TABLEAUX.

1. Matrice d'analyse DOFA du New Milenio S.A.S.	39
2. Matrice d'analyse DOFA de la concurrence qui ressemble le plus au New Millennium: Coratiendas.	41
3. Tableau des actifs du New Millenium S.A.S.	62
4. Tableau des coûts du New Millenium S.A.S.	63
5. Tableau des coûts fixes du nouveau Milenio S.A.S.	63
6. Tableaux des coûts du New Milenio S.A.S.	64
7. Tableaux du point de balance du New Milenio S.A.S.....	69
8. Tableaux de l'investissement minimal du Nuevo Milenio S.A.S.....	69

LISTE DES CHIFFRES.

1. Plan de l'Usine administrative de la Cigarrería Nuevo Milenio S.A.S.....	22
2. Plan de l'usine physique du New Milenio S.A.S.....	23
3. Organigramme de la New Milenio S.A.S Cigarette.....	24
4. Logo de la Cigarrería Nuevo Milenio S.A.S.....	26
5. Données principales de la compétition: Coratiendas.....	34
6. Données principales de la compétition: Bombini.....	34
7. Principales données du concours: Magasin de tabac où Aurita.....	35
8. Données principales du concours: Supermarchés ara.....	35
9. Analyse finale des gâteaux de l'instrument de collecte de données: sondage.....	48

INTRODUCTION

La loi 1014 de 2006 visant à promouvoir la culture de l'esprit d'entreprise favorise l'esprit d'entreprise qui, en Colombie, est d'une importance vitale pour le développement local et régional du pays, cela fait que l'éducation à l'école et à l'université forme les étudiants entrepreneurs. Rendre les gens plus compétitifs au travail et aux entreprises, ainsi que des professionnels hautement qualifiés qui répondent aux différents défis dans différents domaines sociaux, ce qui réduira les taux de chômage et de pauvreté du pays.

C'est pourquoi la politique de l'entrepreneuriat en Colombie présente comme acteur responsable la politique publique; elle établit cinq objectifs stratégiques: faciliter l'ouverture formelle de l'activité commerciale; promouvoir l'accès au financement pour les entrepreneurs et les entreprises récemment créées, ainsi que la coordination interinstitutionnelle pour la promotion de l'esprit d'entreprise en Colombie; promouvoir l'industrie du soutien «non financier», depuis la conceptualisation d'une initiative commerciale jusqu'à son démarrage et la promotion d'idées productives intégrant la science, la technologie et l'innovation.

Pour cette raison, l'académie avec les plans de formation, le secteur productif (les entreprises) comme source d'emploi et le gouvernement comme source de levier financier sont responsables d'encourager les étudiants dans la gestion et le développement des plans d'affaires, qui peuvent articuler avec le secteur productif ou un financement avec les fonds de capital-risque établis par le gouvernement. Comme l'a mentionné Maria Fernanda Campo Saavedra, ministre de l'Éducation, dans sa lettre.

“Le développement d'un pays dépend de l'opportunité que chaque citoyen doit apprendre et de l'espace qui lui est donné pour développer pleinement son potentiel. De la satisfaction que chacun atteint et de la signification que, grâce à son apprentissage, donne sa vie dépend non seulement de son bien-être mais aussi de la prospérité collective. Pour cette raison, le monde entier se déplace vers l'éducation comme l'un des facteurs clés pour le progrès des nations, en particulier ceux où la pauvreté et les lacunes marquent encore une lacune d'inégalité entre ses citoyens.

La société d'aujourd'hui exige que les gens soient formés pour exercer une citoyenneté responsable, leur permettant de se développer pleinement en tant qu'êtres humains; ce qui leur donne la liberté de créer et de participer activement et de manière significative aux transformations de leur environnement et de leur fournir les outils nécessaires pour fonctionner efficacement dans un monde caractérisé par des exigences professionnelles et productives nouvelles et plus complexes (MEN, 2010, P.3).

Sur la base de ce qui précède, une idée d'entreprise est créée grâce à la création d'une entreprise qui cherche le développement économique et social de la localité, de la ville et du pays vers lequel elle est dirigée; viser une prospérité collective qui est une source d'emploi dans le pays.

JUSTIFICATION

Le développement de ce projet se concentre sur la création d'une idée d'entreprise afin de la présenter aux investisseurs potentiels et / ou aux fonds de capital-risque; sur la base des problèmes du chômage et de la responsabilité de l'université, du secteur productif et du gouvernement

Selon le rapport publié par l'Organisation Mondiale du Travail (OIT, 2016), le chômage en Colombie est préoccupant, car le taux de chômage au niveau national est de 14,3% (DANE, 2016), cela signifie que la Colombie est située dans le groupe de pays avec un nombre élevé de population inactive du travail supérieure à la moyenne mondiale qui est de 12,6%.

C'est ainsi que l'Université devrait être un élément fondamental de la recherche et de la constitution de sciences et techniques pertinentes, c'est-à-dire des sciences qui touchent la réalité du pays pour la transformer de façon intelligente et efficace. Étant donné que tout le travail académique et celui de ses unités ont un contenu hautement social, il vise à former des hommes et des femmes intégrés qui offrent un service professionnel hautement qualifié à la société.

De même, le gouvernement répond à ce problème en élaborant la loi 1014 du 26 janvier 2006 pour promouvoir la culture de l'esprit d'entreprise; ce qui vise à promouvoir un esprit d'entreprise dans les étudiants des collèges et des universités afin de présenter, créer et

développer des idées commerciales novatrices et créatives pour l'emploi. Et cela garantit à son tour la création de fonds de capital-risque afin de soutenir financièrement le développement de ces fonds.

C'est pourquoi de ma responsabilité en tant que citoyen et professionnel, et basé sur les connaissances acquises lors du processus de formation. Je présente l'idée d'entreprise axée sur la création d'un magasin d'alcool et d'épicerie dans la localité de Chapinero, dans la ville de Bogotá.

I. PROBLÈME

Selon l'étude réalisée par la Revista de la CEPAL 94 en avril 2008, il est réaffirmé que la meilleure façon - et le plus digne- de que les familles latino-américaines quittent la pauvreté et restent à l'écart de la pauvreté, c'est la participation de leurs membres actifs sur le marché du travail et leur profession dans des emplois bien rémunérés. Par conséquent, pour réduire la pauvreté, la croissance économique doit se traduire par des revenus familiaux plus élevés grâce à la création d'emplois productifs correctement rémunérés.

Comme dans les estimations les plus récentes de la CEPALC, le 37% de la population de la région (194 millions de personnes) étaient dans la pauvreté et le 13% de la population (71 millions de personnes) dans de conditions d'extrême pauvreté. Bien que le nombre d'Amérindiens vivant avec des ressources très limitées reste élevé, le taux de pauvreté indiqué signifie une diminution significative par rapport à son niveau de 1990, alors que 48% de la population était pauvre. En tout cas, les résultats régionaux cachent de grandes différences entre les pays, dont plusieurs n'ont pas réussi à réduire la pauvreté au cours des 15 dernières années.

Selon le rapport publié par l'Organisation Mondiale du Travail (OIT, 2016), le chômage en Colombie est préoccupant, car le 14,3% représente le taux de chômage au niveau national (DANE, 2016), cela signifie que la Colombie est située dans le groupe de pays avec un nombre élevé de population inactive du travail supérieure à la moyenne mondiale de 12,6%. En conséquence de ce qui précède, l'Université doit être un élément fondamental dans la recherche et la constitution de sciences et de techniques pertinentes, c'est-à-dire des sciences

qui touchent la réalité du pays pour l'aider à la transformer de façon intelligente et efficace. Étant donné que tous les travaux de l'Université et ses unités ont un contenu hautement social. Il cherche, en effet, à former des hommes et des femmes intégrés qui fournissent un service professionnel hautement qualifié à la société. Il s'agit de former «Hommes et femmes pour les autres», avec de solides critères éthiques et humanistes de solidarité et d'excellence en service.

Ainsi complété le postulat de Tamayo (2009), qui souligne l'importance de la responsabilité des universités dans le renforcement des profils des professionnels car ils sont devenus une exigence pour le secteur productif, où les programmes académiques doivent répondre aux besoins. Être en mesure de faire face aux changements constants qui affectent l'environnement économique pour renforcer le marché et identifier les éléments qui contribuent et améliorent l'opportunité du travail et la compétitivité professionnelle, de sorte que ceux-ci soient plus attrayants dans le monde des affaires. D'autre part, le ministère de l'Éducation (2011), dans son bulletin Enseignement supérieur n ° 20, souligne que le capital humain est la principale ressource pour le développement du pays, c'est-à-dire que les compétences sont les connaissances acquises par les diplômés dans leur processus de formation et sera la valeur ajoutée que chacun offrira pour contribuer à l'amélioration de la qualité de vie de la population.

C'est comme le rapport publié par le Global Entrepreneurship Monitor GEM 2014, qui présente la Colombie comme un pays avec une attitude entrepreneuriale considérant que son économie est motivée par l'efficacité des attitudes des entreprises, des opportunités de marché et des moyens à surmonter, ce qui confirme qu'environ 82% des jeunes diplômés

universitaires accueillent l'option de ne pas être employés et, au contraire, possédant une entreprise même s'ils ne génèrent pas d'emploi à grande échelle, mais contribuent à une économie autonome qui garantit une réduction des niveaux de pauvreté. Caraïbes, (2012).

II. CONTEXTE

Selon l'étude développée par le Secrétariat de planification du district en 2010, qui présente le comportement des établissements économiques dans le secteur de Chapinero, ce qui montre que sur les 25 908 établissements économiques étudiés en 2005 dans la localité, 4,1% sont consacrés à l'industrie, 21,6% au commerce, 62,2% aux services, 10,8% aux autres activités et 0%, 6% au chômage. En ce qui concerne la localisation des établissements et selon les résultats du Recensement de 2005, on estime que sur les 25 908 établissements recensés, 1 459 (5,6%) sont situés dans les logements et 24 449 (94,4%), sont situés indépendamment.

En ce qui concerne le nombre d'employés par rapport à une activité économique, dans la localité, des 213 762 employés qui travaillaient en moyenne dans les unités, 80,7% sont situés dans le secteur des services, 15,6% dans le commerce et 3,7% dans l'industrie, montrant que le secteur du commerce est le deuxième secteur qui emploie plus de personnes en moyenne dans la localité avec 15,6%. En conséquence, la zone rurale de Chapinero occupe 31,1% de ses 106 employés dans cette activité, générant en moyenne 17,3% et 39 165 emplois.

Dans la ville de Chapinero, 56,3% de PET travaillait la plupart du temps dans la semaine précédant l'enquête (PO). Cette population représente les 2,2% de la population occupée de la ville et elle est située à la quinzième position entre les localités de Bogota. De même, la population occupée par le type de travail a été attestée par 61.112 personnes occupées, dont 88,4% étaient liées en permanence et 9,9% étaient occasionnelles et 1,7% étaient employées

saisonnement. Localiser la localité en deuxième place dans la ville de Bogota, avec un pourcentage plus élevé de la population employée.

Tout cela en fonction des résultats des enquêtes sur la qualité de vie Bogotá (ECV), qui présentent le niveau d'employabilité dans la ville de Chapinero. Dans le cadre de l'ECV réalisée en 2007, la population occupée (PO) a été mise en évidence. En aucun cas, cela ne sera comparable aux chiffres d'emploi publiés par DANE.

III. IDÉE D'AFFAIRES

Créer un marchand de tabac á la ville de Bogota, Chapinero.

RAISON SOCIALE

LE MAGASIN D'ALCOOLS ET EPICERIE NUEVO MILENIO S.A.S.

CONSTITUTION LÉGALE

En vertu de la loi 1258 du 5 décembre 2008, dans lequel il est créé, la société par actions simplifiée, le Magasin d'alcools et épicerie Nuevo Milenio S.A.S, est constituée comme une société par actions simplifiée parce qu'elle sera présentée aux fonds d'investissement social ou aux fonds d'actions, comme un avantage pour l'entreprise que les S.A.S sont des sociétés où il y a au moins un actionnaire et n'a pas de limite maximale, par conséquent, de le présenter comme une idée d'entreprise est grosse opportunité d'investissement pour créer l'organisation. D'autre part, les actions de S.A.S sont librement négociables et sera constitué par un document privé, enregistré à la Camara de Comercio de Bogotá; et la responsabilité juridique des membres de l'organisation va à la couverture du patrimoine enregistré.

OBJET ÉCONOMIQUE

La cigarrería Nuevo Milenio S.A.S est une entreprise dédiée à la commercialisation des produits, comme les liqueurs et produits de tabac nationales et importées, aussi une variété dans la confiserie et des forfaits.

Selon le décret n ° 1607 du 13 juillet 2002, par laquelle la table de classification des activités économiques est modifiée en Colombie, il précise que les Magasins d'alcools et épicerie (bureaux de tabac) sont “Les entreprises engagées dans la vente au détail de boissons et de produits du tabac en magasin spécialisé”¹. Sur les autres produits de confiserie, ils sont des entreprises qui commercialisent des produits alimentaires tels que bonbons, biscuits, paquets, entre autres qui peuvent être commercialisés à tous les types de clients.

MISSION: Le Magasin d'alcools et épicerie Nuevo Milenio S.A.S. est une entreprise dédiée à la commercialisation de produits base, comme de la confiserie, des liqueurs et du tabac nationale et importée; où les clients peuvent compter sur la qualité de la même.

VISION: En 2027, l’entreprise Nuevo Milenio S.A.S entrera et se positionnera sur le marché des magasins de liqueurs et d'épicerie, de fournir la diversité des produits qui répondent aux besoins de la communauté de la ville, générant la fidélité des clients par le prix et le service.

¹ Bulletin d'enseignement supérieur. Capital humain pour l'avance colombienne. (2012). Traduction de l'auteur. Récupéré le 20 juin 2017. Disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-92779.html>

IV. OBJECTIF GÉNÉRAL:

Établir une société spécialisée dans la commercialisation de produits, de la confiserie, des liqueurs et du tabac nationale et importée; qui répondra aux besoins des clients de la localité de Chapinero à Bogota.

Objectifs spécifiques:

- Effectuer idée d'entreprise, la structure organisationnelle, physique et fonctionnelle, la mise en œuvre des règlements d'enregistrement et la mise en œuvre du bureau de tabac.
- Développer l'étude technique à la fois physique et personnel administratif.
- Déterminer par une étude de marché, la concurrence directe et indirecte, l'établissement d'une analyse de la matrice pour déterminer quelles stratégies doivent être développées en plus pénétrer et positionner le bureau de tabac sur le marché.
- Effectuer une étude financière, en tenant compte des dépenses, les coûts, les revenus et le seuil de rentabilité pour déterminer le maximum et le minimum d'investissement.
- Déterminer la faisabilité de l'idée d'affaires de la création de la Cigarrería Nuevo Milenio S.A.S.
- Évaluer les fonds d'investissement des risques potentiels, définie par le gouvernement colombien par la loi 1014 de 2006.

IMPACT SOCIAL ET ÉCONOMIQUE:

Grâce à la responsabilité des établissements d'enseignement et des entreprises, générer aux jeunes un esprit d'entreprise qui cherche à résoudre les problèmes sociaux, économiques et environnementaux au niveau local et au niveau national.

Par conséquent, grâce à cette idée d'entreprise, dans laquelle il est proposé de créer un magasin d'alcool et d'épicerie dans la localité de Chapinero à Bogotá, il est cherché à générer un impact social dans le secteur, car il générera un emploi et contribuera ainsi à l'amélioration de la qualité de vie des habitants de la ville, ainsi que du taux de chômage actuellement présent au niveau national. De plus, grâce à cette idée d'entreprise, il sera possible de satisfaire un besoin pour les habitants et les personnes qui transitent dans le secteur, qui, comme mentionné, sont principalement des étudiants et des entrepreneurs, contribuent indirectement à son économie, car l'entreprise proposera des produits à la foire et à l'accès des prix.

V. L'ETUDE TECHNIQUE

L'étude technique est pertinente à la réalisation d'un projet ou d'un plan d'affaires, parce que les aspects techniques d'exploitation sont observés, pour l'utilisation efficace des ressources disponibles, pour la commercialisation ou la production d'un bien ou d'un service et il permet également de déterminer l'emplacement optimal et la taille de l'entreprise Magasin d'alcools et épicerie Nuevo Milenio S.A.S.

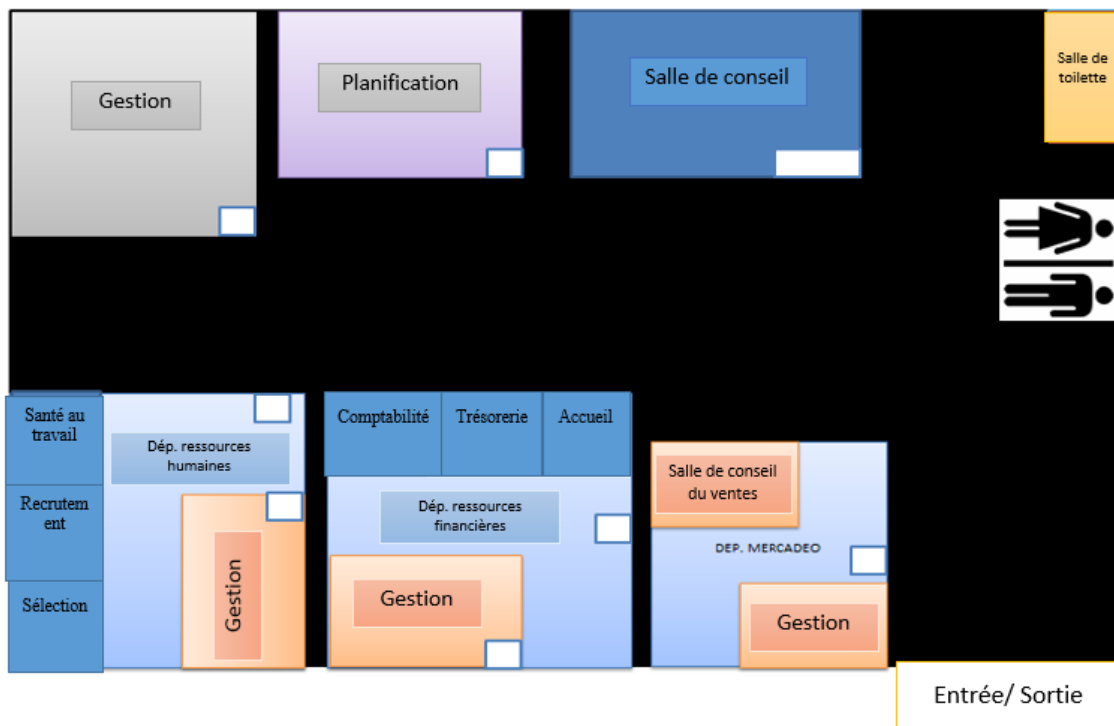
La détermination et l'analyse de l'étude technique est très pertinente pour la mise en œuvre et la gestion du projet, permettant plus de succès pour le développement de la recherche sur le marché et l'approche de l'analyse financière, ainsi le Magasin d'alcools et épicerie Nuevo Milenio S.A.S sera composé de deux étages, l'administratifs et l'opérationnels, qui seront situés dans la zone de Chapinero Bogota.

Emplacement :

Selon une étude menée le 29 août 2012 par l'entreprise Mapacity.com et publié par la page du journal El Tiempo, il est possible d'identifier les 20 meilleurs quartiers de Bogotá pour créer une entreprise, comme ayant une analyse variable à la grande consommation potentielle de la nourriture et les boissons des personnes qui déplacent et vivent dans ces secteurs. Il est évident que le marché potentiel est situé à Usaquén, Chapinero et Suba. Il devient donc l'endroit idéal pour l'installation stratégique La liqueur et l'épicerie Nuevo Milenio S.A.S. 42e rue n ° 13-93 de la ville de Chapinero.

Distribution des plantes

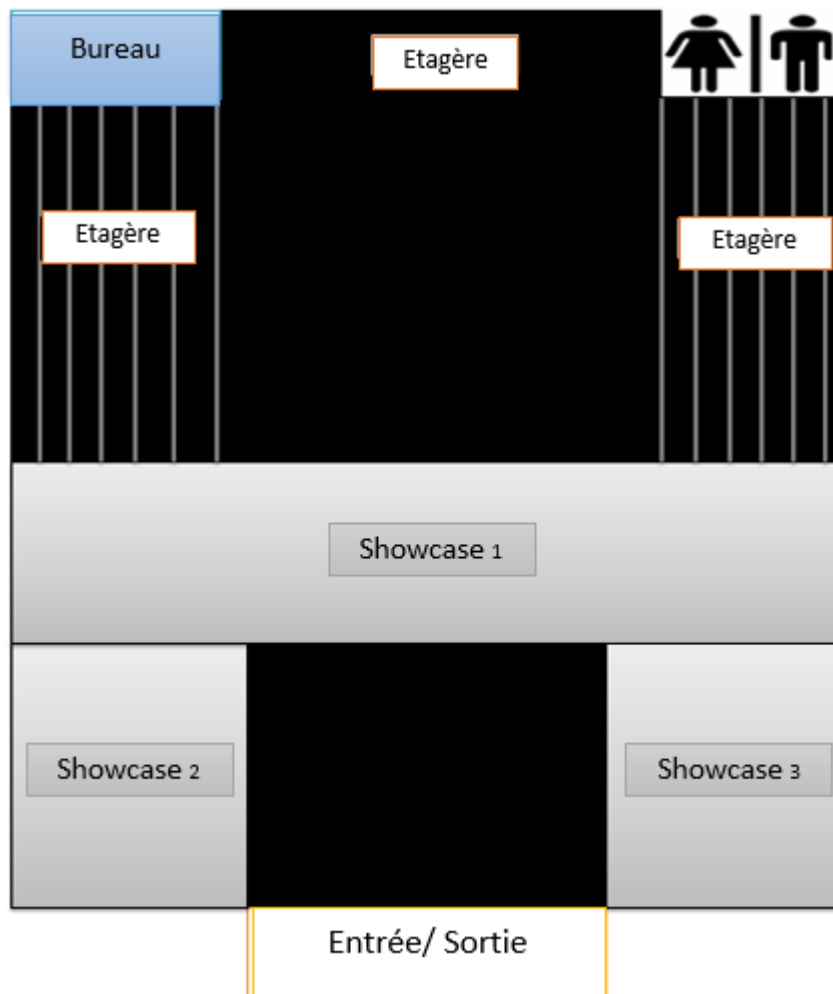
Le plancher d'administration est formé par un étage de 6 mètres de large par 10 mètres de long, sont distribués par 2 bureaux principaux, parmi lesquels le bureau Exécutif, qui a une taille optimale de 3m², le bureau de planification (2m²), le bureau des Ressources humaines (5m²), Il est distribué 1 bureau principal (2m²) et trois cabines pour des domaines de recrutement, d'embauche et de santé au travail (1m²); le département des finances il est distribué 1 bureau principal (2m²) et trois cabines pour les domaines de la comptabilité, la fiscalité et du Trésor (1m²) et le département marketing a un bureau de 2 mètres par 3 mètres. Le personnel administratif a une large importance pour l'entreprise le Magasin d'alcools et épicerie Nuevo Milenio S.A.S, car c'est où est gérée l'entreprise; de la planification d'une stratégie commerciale à l'analyse financière et les ventes. Ci-dessous, le plan de l'usine d'administration :



1. Plan de l'Usine administrative de la Cigarrería Nuevo Milenio S.A.S

Source: propre

L'usine d'exploitation ou usine de production où les produits sont commercialisés, Magasin d'alcools et épicerie Nuevo Milenio S.A.S a une taille optimale des 4 mètres de large par 10 mètres de long, dans lequel il y a deux personnes qui sont les gestionnaires des ventes et d'approvisionnement de l'entreprise. Il est distribué avec trois vitrines pour l'affichage des produits et trois étagères pour l'emplacement des marchandises. Ci-dessous, le plan de l'usine de production :



2. Plan de l'usine physique du New Milenio S.A.S

Source: propre

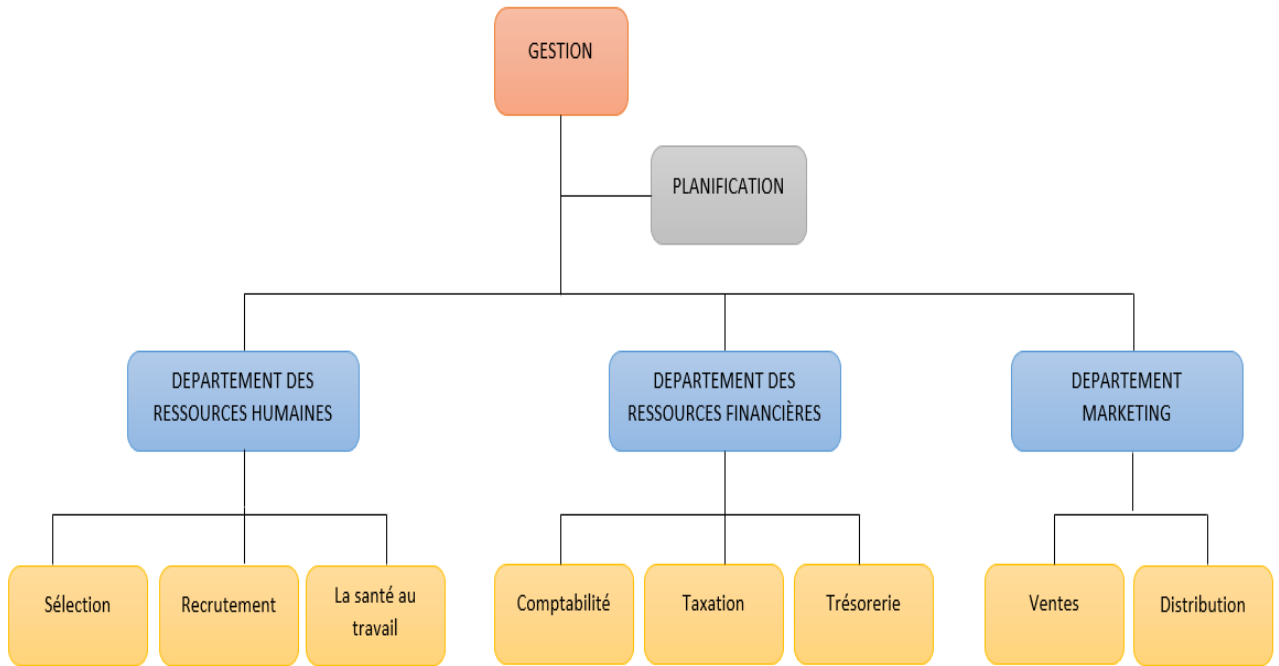
VI. STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

Le système de la structure organisationnelle sert à définir la hiérarchie du Magasin d'alcools et épicerie Nuevo Milenio S.A.S ce qui permet d'identifier chaque position des employés et de leurs fonctions et où ils se trouvent au sein de l'organisation en développant une activité, contribuant à la réalisation des objectifs.

La Cigarrería Nuevo Milenio S.A.S. Il sera composé d'un département de direction, un comité de planification responsable de la vision, la mission et les objectifs; l'entreprise aura trois départements fonctionnels, parmi lesquels le département des ressources humaines responsable du recrutement, de l'embauche, la formation et la santé au travail des travailleurs.

D'autre part, il est le département des ressources financières, qui traitera de la comptabilité, la taxation et la trésorerie de l'entreprise. Enfin, il y aura du département marketing, qui est responsable de la zone commerciale et la zone de distribution (l'approvisionnement) de la Cigarrería Nuevo Milenio S.A.S.

Ensuite, l'organigramme est affiché.



3. Organigramme de la New Milenio S.A.S Cigarette

Source: propre

IMAGE DE L'ENTREPRISE

Marque: Magasin d'alcools et épicerie Nuevo Milenio S.A.S.

Cela soulève le nom Magasin d'alcools et épicerie Nuevo Milenio S.A.S parce que l'idée d'entreprise propose que les clients ou les consommateurs du secteur aient un nouveau millénaire plein de prix bas et de nouvelles stratégies de marché, où la principale chose dans ce "nouveau millénaire" soit la qualité des marchandises à échanger et les prix accessibles.

Logo:



4. Logo de la Cigarrería Nuevo Milenio S.A.S

Source: propre

Slogan: L'ami dans les produits et les bas prix de votre poche

VII. CADRE JURIDIQUE

NORMES JURIDIQUES NATIONALES

Conformément aux normes juridiques en vigueur en Colombie, il est demandé que la société Nuevo Milenio S.A.S respecte les exigences légales en matière d'enregistrement et de supervision en exploitation et de mise en œuvre selon les exigences du monde des affaires. Par conséquent, le protocole d'enregistrement d'une entreprise au niveau national est établi.

Enregistrement: Toute entreprise qui croit dans le pays doit se conformer à un protocole d'enregistrement et de supervision.

Cámara de Comercio de Bogotá: par voie de procès-verbal, la consultation de la dénomination sociale de l'entreprise est effectuée, où il est vérifié qu'il n'y a pas de société en Colombie avec le même nom; Suivi par ce classement est attribué par l'activité économique - Code ISIC: (Classification internationale uniforme des industries), dont le but est de regrouper toutes les activités économiques similaires par catégorie et donc de façonner les secteurs productifs. En outre, les livres de comptabilité et de contrôle requis par l'entité sont enregistrés (livre journalier, livre des procès-verbaux, livre des stocks, livre des dépenses). De la même manière, l'enregistrement dans le registre public commercial: il consiste à enregistrer les données et les documents fournis par les entrepreneurs conformément à la loi, stipulé à l'article 19 du code commercial (obligations des commerçants).

Selon la réglementation fiscale en Colombie, toute personne naturelle ou morale doit s'inscrire au registre commercial de la Cámara de Comercio de Bogotá et doit s'inscrire de la même manière avant la DIAN Enregistrement dans le Registre de la Taxe Unique (RUT), où il est affecté Numéro d'identification Fiscale (NIT) et de la même manière dans le Registre unique du promoteur (RUP).

Suivi et contrôle:

Selon la Chambre de commerce de Bogotá et les informations consultées au bureau du maire, il est établi que pour pouvoir créer une entreprise qui vend des boissons alcoolisées, des produits du tabac et des confiseries, il faut passer aux entités de surveillance et de contrôle pour répondre avec toute la loi établie par le gouvernement:

Selon le décret 1879 de 2008, si l'entreprise utilise de la musique ou un travail protégé par le droit d'auteur, ils doivent être payés sur l'organisation Sayco & Acinpro.

De même, il doit satisfaire aux exigences sanitaires prévues par la Loi 9 de 1979, dans laquelle les règles soumises à des entreprises commerciales qui gèrent les denrées alimentaires et obtenir de la licence sanitaire. De même, la résolution 10984 de 1993, précise la classification des établissements et les exigences et les procédures d'obtention de cette licence.

FONCTIONNEMENT: Toutes les entreprises situées à Bogota devraient avoir Matricula Industrie et du Commerce municipal et compte de l'impôt correspondant, obligatoire, car cela tombe sur toutes les activités de services commerciaux, industriels et financiers. De même, il doit se conformer en vertu de la loi 232 de 1995; traiter la licence de la santé et la sécurité, les commerçants doivent se présenter au bureau de la planification du début de l'activité économique, ce qui indique l'emplacement et l'activité à développer, ainsi que consulter les utilisations autorisées d'une activité économique donnée dans un secteur spécifique d'une ville.

Aussi, comme le décret 263 du 23 Juin 2011, par lequel les mesures de police sont prises pour assurer la sécurité, la coexistence pacifique et la protection des droits et des libertés civiles à Bogotá D.C. Et l'article 27 du Code de la police de Bogota, a déclaré qu'on doit observer les comportements suivants qui favorisent la préservation de la santé, conformément au Subsecretaría de Convivencia y Seguridad Ciudadana de la Secretaría Distrital de Gobierno.

De même avec le décret du district 054 de 2013, tel que modifié par le décret 083 de 2013. District régule. L'activité de vente et de la consommation d'alcool et les boissons alcoolisées à partir des grands magasins, les supermarchés, les magasins d'alcool, les magasins de tabac, épicerie fine, snack-bars, magasins de fruits, les boulangeries, les dépanneurs, les cockpits, des courts de palets et de billard, seulement il peut être effectué sur les heures entre 10h00 et 23h00 le même jour, sur le territoire du district de la capitale. 23:00 entre 10:00 le lendemain, la vente et la consommation de boissons alcoolisées dans les établissements mentionnés est interdite.

REGLAGE OU RÉGULATION LOCALE: Dans la localité de Chapinero, l'opération des établissements commerciaux régit, conformément au Décret 013 de 2009, CHAPITRE II, DISPOSITIONS PARTICULIÈRES POUR CERTAINES ZONES DU DISTRICT DE LA CAPITAL, stipule que l'article 2 °. Abrogé par le Décret District 300 de 2009. La vente de boissons alcoolisées et de boissons enivrantes, dans des endroits tels que les magasins d'alcools, les cigarettes, les magasins et les supermarchés, ne peut être effectuée que dans le temps entre 10h00 et 11h00, dans les domaines suivants: Usaquén, Chapinero, Santa Fe, Kennedy, Suba, Barrios Unidos, Teusaquillo. Le district a prolongé la vente de liqueurs et produits du tabac à Chapinero et Teusaquillo. Selon le décret 054 de 2013, ‘‘Il ordonne que l'activité de ces localités puisse être réalisée entre 10h00 et 1h00 du lendemain. Entre 1:00 AM et 10:00 AM la vente et la consommation de boissons alcoolisées est interdite dans les dits établissements des dites localités.’’ La mesure s'applique aux grands entrepôts commerciaux, tels que: les supermarchés, les magasins d'alcools, les cigarettes, les tabacs, les saucisses, les confiseries, les magasins de fruits, les boulangeries, les magasins de quartier, les cours d'if et le billard dans le secteur.

Selon les informations fournies par le conseiller juridique du maire de Chapinero, Pedro Pablo Castillo, il est établi que, pour la création d'une entreprise dans la localité avec activité économique de «magasin d'alcool» (bureau de tabac), il est nécessaire de se conformer aux règlements établis dans le Code de police nationale dans le décret 1801 de 2016.

Par conséquent, la mairie déclare qu'elle soutient tout type de projet productif dans le secteur, pour autant que la loi ne soit pas modifiée. Et pour le démarrage de l'entreprise, il faut respecter les exigences établies devant la Camara de Comercio de Bogota, DIAN, Licence Sanitaire et Organisation Sayco & Acimpro, plus tard, l'établissement est effectué

dans le bureau du maire de la localité, en acquérant l'autorisation pour commencer l'activité économique de l'entreprise.

VIII. ETUDE DE MARCHÉ

Une entreprise ou une idée entreprise réussit surtout grâce à son étude de marché, car il est un élément fondamental pour sa création et la mise en œuvre, ici, il recueille et analyse de toutes sortes d'informations relatives au marché cible, c'est à-dire où la société et la compétence seront situés, aussi le comportement des clients, ce qui a pour but d'obtenir une délimitation adéquate, en aidant à observer si l'entreprise peut avoir un positionnement sur le marché et si le produit est destiné aux bons consommateurs.

Une cigarette est un établissement commercial dans lequel sont vendus toutes sortes de produits (liqueurs, tabacs, colis, bonbons et confiseries) liés à ce type d'activité économique. Il établit qu'un point stratégique pour la commercialisation de ce groupe de produits, est la ville de Chapinero, spécifiquement dans la rue 42 n ° 13-93, étant donné qu'il est d'une importance vitale, la mise en place d'une entreprise dans ce secteur, car il n'existe pas d'entreprises spécialisées dans ce type d'activité, c'est-à-dire que la compétence du secteur n'est pas directe, mais offre un autre type de service et, en plus, ils offrent des produits liés aux liqueurs, au tabac et à la confiserie ou aux bonbons.

Il est donc considéré qu'une entreprise dédiée à cette action serait très efficace et bénéfique à la fois pour la gestion du projet et pour les personnes qui habitent, travaillent, étudient ou transitent par ce lieu, parce que la ville de Chapinero est l'un des secteurs les plus commerciaux et productifs du marché de Bogota, elle répond à un besoin quotidien de consommation et des prix confortables dans la poche des consommateurs.

COMPÉTENCE:

La compétence pour une organisation contribue à la création quotidienne d'idées et de stratégies qui l'aident à améliorer en fonction des usages et des goûts des clients du secteur auquel l'entreprise est dirigée, par conséquent, la concurrence est considérée comme très importante dans le monde des affaires, car cela évite les monopoles ou les duopoles et aide les organisations à se développer à l'intérieur et à l'extérieur, ainsi que les avantages du consommateur local, puisqu'il doit choisir avec les marques, les prix et l'attention.

La compétence établit deux cours, le direct, qui commercialise ou offre un produit ou service égal ou très similaire à celui que l'on a à proposer, ce qui fait que les deux vont dirigés vers le même type de clients et l'indirecte, qui est dédié à la commercialisation de produits de substitution ou à celui qui le remplace et satisfait le besoin, car donc le type de clients exige différents produits contre la même nécessité.

Dans l'analyse de la concurrence sur le marché cible, on constate que dans le secteur établi, il n'y a pas de concurrence directe, étant donné que les entreprises ou les entreprises qui gèrent des produits similaires sont des supermarchés, des chaînes de magasins, des épiceries ou des cafés, de sorte que l'analyse de la concurrence indirecte dans le secteur est effectuée.

ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX OFFRANT DES PRODUITS SIMILAIRES, À UNE ÉCHELLE GRANDE :



Adresse: Rue 44 N ° 8-83 Chapinero

Types de clients: Les clients de gros et étudiants SENA entre 16 à 22 ans, les étudiants universitaires du secteur.

Types de produits: Les marchandises du panier (produits laitiers, garde-manger, articles de toilette, viandes) fruits, légumes, boissons (boissons non alcoolisées, spiritueux, boissons énergétiques), bonbons, friandises, etc.

Marques: Familia, Johnson, Alpina, Colanta, Postobon, Coca Cola, Big Cola, Frito Lay, Margarita, etc.

Heures: de 9h00 à 21h00

Employés: 2 caissiers, 1 Sécurité 1 Gestionnaire de fruits et légumes

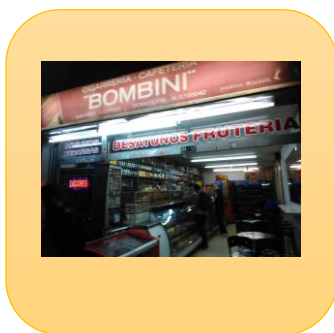
Stratégies: Promotions 2x1, promotion des gazeux et des forfaits, ventes en gros, car il est moins cher

Tarifs: Confiseries (de 100 \$ à 20 000 \$). Boissons alcoolisées (de 12 000 \$ à 120 000 \$). Les cigarettes (seulement paquets ou en gros)

Puissance installée: 3 mètres de large x 4 à long

Supports publicitaires: publicité dans les médias de masse (brochures, internet, radio)

5. Données principales de la compétition: Coratiendas



Adresse: Carrera 13 No. 44-53 Chapinero

Types de clients: les étudiants, les gens d'affaires et les familles du secteur

Types de produits: Produits laitiers, garde-manger, articles de toilette, des boissons (boissons non alcoolisées, spiritueux, boissons énergétiques), des bonbons, des bonbons, des pains, des pâtisseries, des fruits et légumes, la crème glacée.

Marques: Alpina, Colanta, postobon, coca cola, big cola, frito lay, margarita, crem helado, etc.

Heures: de 9h00 à 19h00

Employés: 2 chargés de boîtes

Stratégies: Cartes maison, promotions (sandwich + gaz = 3000 \$), adresse de service. Il est également un café, magasin de fruits et la vente minute cellulaire

Prix: Confiseries (de 100 \$ à \$ 6000 ou 8000 \$) liqueurs (de 10.000 \$ à 60 000 \$) cigarettes de 400 \$ à 3 000 \$ paquet)

Puissance installée: 2 mètres de large x 3 longue (Il y a 4 tables chacune avec 4 chaises)

6. Données principales de la compétition: Bombini

CIGARRERIA DONDE AURITA

Adresse: Carrera 14 No. 39-55 Chapinero (en face de la station Transmilenio 39th Street)

Types de clients: Les adultes et les personnes âgées, les employés du secteur Transmilenio

Types de produits: boissons (soda, alcool), des bonbons et des confiseries.

Marques: Postobon, big Cola, Frito Lay, Margarita, Bavaria.

Heures: Non défini

Employés: 1 personne

Stratégies: Aborder respectueux et appropriée aux clients

Prix: Cigarettes (de 500 \$ à 5 500 \$ le pack), liqueurs (de 1 900 \$ à 65 000 \$), des forfaits (de 1 500 \$ à 4 000 \$) Galguerías NO

Puissance installée: 1/5 x 2 avant longtemps (petite boutique)

Publicité Médias: Aucun

7. Principales données du concours: Magasin de tabac où Aurita

Supermercados



Adresse: Carrera 14 No. 42-65 Chapinero (en face de la station Transmilenio 45th Street)

Types de clients: les familles, le secteur des hommes d'affaires et les étudiants.

Types de produits: Les marchandises du panier (garde-manger des produits laitiers, produits de bain, viande), les fruits, les légumes, les boissons (boissons non alcoolisées, spiritueux, boissons énergétiques), des bonbons, des collations, etc.

Marcas: Familia, Johnson, Alpina, Colanta, Postobon, Coca Cola, Big Cola, Frito Lay, Margarita, etc.

Heures: de 8h00 à 20h00

Employés: 3 guichets automatiques, 1 Sécurité 1 magasin gestionnaire

Stratégies: prix bas

Tarifs: Bonbons (de 500 \$ à 10 000 \$). Liqueur (de 10 500 \$ à 80 000 \$). Les cigarettes (seulement paquets ou en gros)

Supports publicitaires: publicité dans les médias de masse (brochures, internet, radio)

8. Données principales du concours: Supermarchés ara.

Ces établissements sont dédiés à la commercialisation de produits à grande échelle, c'est-à-dire que, en plus d'offrir des produits tels que les boissons alcoolisées, les produits du tabac et la confiserie, ils basent principalement leur revenu sur la vente de produits de base du panier familial, comme garde-manger, toilette ou ménage, entre autres. Pour cette raison, son activité économique est liée aux mini-marchés, aux supermarchés, aux cafés, en générant que les produits proposés dans un bureau de tabac sont plus chers ou sont commercialisés en gros.

AVANTAGE COMPÉTITIF

Selon Michael Eugène Porter (1985) considéré comme le père de la stratégie d'entreprise,

L'avantage concurrentiel se développe fondamentalement en raison de la valeur qu'une entreprise est capable de générer. Le concept de valeur représente ce que les acheteurs sont disposés à payer et la croissance de cette valeur à un niveau supérieur est due à la capacité d'offrir des prix plus bas par rapport aux concurrents pour des avantages équivalents ou de fournir des avantages uniques sur le marché que peut compenser les prix plus élevés (1985, p.3).

Sur la base de ce qui précède, il est établi que, en tant qu'avantage du magasin de l'épicerie et des alcools Nuevo Milenio S.A.S. nous avons la stratégie de leadership en coûts, puisque dans le secteur existe une concurrence indirecte, qui commercialise des produits du panier ou des services de la famille, ce qui génère que les produits de substitution d'un magasin de spiritueux et d'épicerie tels que les boissons alcoolisées dérivées du tabac et de la confiserie sont vendus à des prix très élevés, ce qui les rend peu accessibles, générant un avantage pour Nuevo Milenio car les produits à commercialiser seront de bonne qualité et avec un prix juste et accessible.

En outre, en tant qu'autre avantage concurrentiel, Nuevo Milenio est axé l'attention sur un public spécifique, qui se spécialise dans un segment de marché et pense donc aux produits conformément aux exigences de ce public, dans le cas où ils seront en mesure de générer des stratégies compétitives pour ce marché cible, ce qui facilite leur attirer l'attention et qu'au fil du temps, le client est fidèle et les consommateurs potentiels.

IX. MATRICE D'ANALYSE

La matrice SWOT, en tant qu'outil viable pour mener une analyse organisationnelle par rapport aux facteurs qui déterminent le succès dans la réalisation des objectifs, c'est une alternative qui a motivé l'analyse à être diffusée et la sensibilisation. Il est important de souligner que cette alternative a été appliquée dans une étude évaluant l'information générée dans une institution de sécurité sociale appartenant au gouvernement fédéral du Mexique (2004).

Ces acronymes proviennent de l'acronyme SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats); en espagnol, se référer aux points forts, aux opportunités, aux faiblesses et aux menaces. L'analyse SWOT consiste en une évaluation des facteurs forts et faibles qui, dans l'ensemble, diagnostiquent la situation interne d'une organisation, ainsi que son évaluation externe, c'est-à-dire les opportunités et les menaces. C'est aussi un outil qui peut être considéré comme simple et permet un aperçu de la situation stratégique d'une organisation donnée. Thompson et Strikland (1998) affirment "l'analyse SWOT estime l'effet qu'une stratégie a pour atteindre un équilibre ou une adéquation entre la capacité interne de l'organisation et sa situation extérieure, c'est-à-dire les opportunités et les menaces"²(p.2).

Selon l'enquête, il est établi que la matrice d'analyse à réaliser sera la DOFA, dans laquelle les faiblesses et les opportunités de la Cigarrería Nuevo Milenio sont comparées aux forces et

² La matrice foda: diagnostic alternatif et détermination des stratégies d'intervention dans diverses organisations. Humberto Ponce Talancón . Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás. Récupéré le 30 juin 2017. Disponible en: https://www.cneip.org/documentos/revista/CNEIP_12-1/Ponce_Talancon.pdf
Traduction de l'auteur.

aux menaces de la entreprise Coratiendas, parmi lesquelles il est établi que sa plus grande force est le manque de concurrence dans le secteur, qui a contribué à son positionnement sur le marché depuis plusieurs années, ce qui devient une faiblesse pour la société Nuevo Milenio, car le positionnement d'une entreprise sur le marché peut prendre plusieurs mois ou plusieurs années.

En outre, la commercialisation de plusieurs produits du magasin Coratiendas devient une opportunité pour Nuevo Milenio, puisqu'il s'agit de la seule entreprise ayant une activité économique similaire de bureau de tabac dans le secteur de Chapinero, menaçant la concurrence, en raison des produits à être commercialisé dans Nuevo Milenio seront à des prix équitables et accessible à la poche du consommateur.

1. Matrice d'analyse DOFA du New Milenio S.A.S.

Analyse SWOT Cigarrería Nuevo Milenio	
FAIBLESSES	ATOUS
<ul style="list-style-type: none"> • L'endroit est plus petit. • Les complications à acquérir le personnel de vente expérimenté • Peu de vendeurs de la demande dans le secteur • Le Magasin d'alcools et épicerie Nuevo Milenio ne vend que des 	<ul style="list-style-type: none"> • Il offre des conseils et de l'expertise pour l'élaboration et la mise en œuvre des stratégies de marketing • Les prix de gestion accessibles et abordables pour les poches des clients. • Il est bien situé

<p>produits alcool, tabac à priser et confiserie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Placez une nouvelle entreprise peut prendre plusieurs mois ou années 	
<p>OPPORTUNITÉS</p>	<p>MENACES</p>
<ul style="list-style-type: none"> • L'activité économique de l'entreprise est la seule qui sera dans le secteur (bureau de tabac) • En tant que société de négoce des prix de détail seront équitables et abordables pour les clients • Il mettra l'accent sur la vente d'alcool, de tabac et de confiserie, qui attire les consommateurs de ces produits spécifiques • Le Magasin d'alcools et épicerie Nuevo Milenio est stratégiquement situé à la vue des personnes qui se déplacent, travaillent ou étudient dans le secteur 	<ul style="list-style-type: none"> • Création de nouveaux buralistes, créant ainsi une compétence directe pour l'entreprise. • Possibilité de réduire les prix par la compétence • Comme il est une ville de marché, il se prête à la création des compétences indirectes. • La préférence des clients pour la compétence qui est positionnée

ANALYSE SWOT DE COORATIENDAS.

2. Matrice d'analyse DOFA de la concurrence qui ressemble le plus au New Millennium: Coratiendas.

FAIBLESSES	ATOUS
<ul style="list-style-type: none"> • La capacité locale ne souffre pas pour les clients • Peu de vendeurs pour le nombre de consommateurs entrant dans le week-end • Les offres ou promotions ont un temps limités. • Les produits unitaires sont vendus à un prix plus élevé que le marché. • Faible efficacité dans le service à la clientèle 	<ul style="list-style-type: none"> • Peu compétence dans le secteur • C'est le plus grand magasin du secteur • Personnel ayant une expérience en vente et service à la clientèle. • Une grande variété de produits (liqueurs, serres, produits laitiers, riz, grains, etc.) • Positionnement sur le marché (plusieurs années dans le secteur et sur le marché)
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Croissance de la capacité de l'usine physique de l'entreprise • Positionnement ou expansion physique dans d'autres lieux • Changement de stratégie contre la concurrence, principalement avec le 	<ul style="list-style-type: none"> • Il commercialise plusieurs produits, donc il ne compte pas comme concurrence directe pour le bureau du tabac.

marketing (prix, lieu, produits, promotion)	<ul style="list-style-type: none"> • A une compétence directe dans le secteur, puisque ARA prend le positionnement sur le marché • Son objectif principal est la vente de produits du panier familial • Les locaux sont mal visibles pour les clients, car ils sont cachés loin des rues principales et loin des bureaux ou des instituts d'éducation • Préférence du client pour la société Nuevo Milenio S.A.S
---	--

Selon la relation du magasin Coratiendas avec la Cigarrería Nuevo Milenio, en ce qui concerne le marketing des boissons alcoolisées, des produits du tabac et de la confiserie, il est établi que le magasin a des faiblesses et des menaces importantes qui peuvent affecter le positionnement de l'entreprise avec la création de nouveaux produits connexes des entreprises du secteur. Ainsi, avoir une petite capacité à commercialiser sa grande variété de produits et avoir peu de vendeurs, est une opportunité pour les nouvelles entreprises et une faiblesse physique et une menace pour Coratiendas, poursuivant ainsi les mêmes stratégies pendant des années et ne contribuant pas nouveau, pour sa confiance dans le positionnement et pour le peu de concurrence, génère plus des possibilités de croissance pour l'entreprise Nuevo Milenio S.A.S.

STRATÉGIES POUR LE RENFORCEMENT ET L'AMÉLIORATION DES OPPORTUNITÉS D'ENTREPRISE.

- Développer l'usine physique afin de générer plus d'emplois et d'approvisionner la demande dans le secteur.
- Les prix seront établis avec une marge bénéficiaire de (35%), ce qui est légal et se situe en dessous de ceux offerts par la compétence.
- La promotion sera investie dans 1000 dépliantes afin de faire connaître le magasin et sa variété dans les produits.

X. SEGMENTATION DU MARCHÉ

POPULATION

La population est un ensemble d'individus de la même classe, limitée par l'étude. Selon Tamayo et Tamayo (1997, p. 114), “La population est définie comme la totalité du phénomène à étudier où les unités de population possèdent une caractéristique commune qui est étudiée et donne lieu aux données de l'enquête”³ (p.114). Donc, une population est l'ensemble de toutes les choses qui concordent avec un certain ensemble de spécifications. Un recensement, par exemple, est le nombre de tous les éléments d'une population.

L'échantillon fait partie de la sélection ou du déterminant exclusif au sein d'une population spécifique, lorsque la délimitation de la population dans une étude de marché devrait viser à devenir le marché cible.

La segmentation ou la délimitation du marché cible, contribue à une idée d'entreprise, au lancement de produits ou à la création d'une entreprise, car cela aide principalement à préciser et à améliorer les stratégies de marché et à savoir comment atteindre les clients. C'est possible de savoir qui cherche le consommateur, ce qu'il veut, comment il le veut, quand il le veut, taille, prix, couleur, goût, etc.

³ Tamayo, T. y Tamayo, M (1997). Población, muestra y muestreo. Traduction de l'auteur. Récupéré le 30 juin 2017.
http://biblioteca.unet.edu.ve/DB/alexandr/db/bcunet/edocs/TEUNET/2011/pregrado/Arquitectura/DuqueC_Ivan M-LugoG_RaquelA/Capitulo2.pdf

De la même façon, la segmentation cible du marché facilite l'entreprise pour établir qui existe une concurrence dans le secteur, s'ils sont destinés au même type de clients et à partir de cette étude, des stratégies sont établies pour surmonter le positionnement sur le marché et la loyauté des consommateurs locaux. Dans la segmentation, on peut évaluer différents facteurs, selon l'analyse approfondie recherchée, peut être géographique, démographique, entre autres.

À partir des nécessités, provoque un processus d'innovation dans lequel une solution de rechange est recherchée, adaptée aux changements de la société. C'est dans ce contexte globalisé que nous commençons à faire attention à la dynamique du marché qui marque les façons de se rapporter à la fois commercial et interpersonnel, ce qui est nécessaire non seulement pour analyser, mais pour comprendre clairement comment ce système fonctionne. Pour délimiter le marché cible, vous pouvez établir l'analyse du 4 "p" ou également appelé le marketing Mix, afin de faire référence à ces étapes qui sont la clé pour répondre aux stratégies de marketing:

- Étudiez et sélectionnez le marché: ici, nous étudions des variables telles que l'âge, le sexe, le type de population, les aspects de la personnalité et la classe sociale.
- Définition des 4 P: produit, prix, place et promotion.
- Création et mise en œuvre de stratégies pour que les clients préfèrent leurs produits ou services.
- Étudier la concurrence, ses points forts, ses opportunités, ses faiblesses et ses menaces: à ce stade, on cherche que le produit ou le service soit original et différent de la concurrence.

Au sein de ce qui précède, il convient de souligner les quatre P, qui est la classification la plus utilisée pour organiser les outils ou les variables du marketing mix, ce qui est fondamental pour effectuer l'analyse de la viabilité ou de la faisabilité qu'un produit ou service peut avoir sur le marché.

- A) **Produit:** Il est compris comme un bien corporel (une voiture) ou intangible (un service à la maison) que l'entreprise offre au marché. Dans ce cadre, la qualité, le design, la marque, l'emballage, les services et les garanties sont pris en considération.
- B) **Prix:** on entend le montant d'argent que les clients doivent payer pour le produit ou le service. Ses variables sont, les réductions, le prix de liste et les périodes de paiement.
- C) **Place:** on comprend toutes les activités de l'entreprise qui mettent le produit à la disposition du marché. Ses variables sont, les canaux, l'assortiment, les emplacements, le transport et la logistique.
- D) **Promotion:** il s'agit d'une série d'activités où l'objectif est de persuader et d'informer les caractéristiques, les avantages du produit. Ses variables sont la publicité, les relations publiques et la publicité.

TECHNIQUE OU INSTRUMENTS DE COLLECTE DE DONNÉES

Selon Carlos Sabin “Un instrument de collecte de données est principalement une ressource que le chercheur peut utiliser pour se rapprocher des phénomènes et en extraire des informations. De cette façon, l'instrument synthétise en soi tous les travaux précédents de la recherche dans le choix des données qui correspondent aux indicateurs et, par conséquent, aux variables ou concepts utilisés”⁴ (Page 149,150).

En outre, la technique de collecte de données est un ensemble de mécanismes, de moyens et de systèmes pour diriger, collecter, préserver, réélaborer et transmettre des données sur ces concepts. Fernando Castro Márquez indique que les techniques sont liées à la façon dont les données seront obtenues et les instruments sont les moyens matériels, grâce auxquels il est possible d'obtenir et de déposer les informations requises pour la recherche.

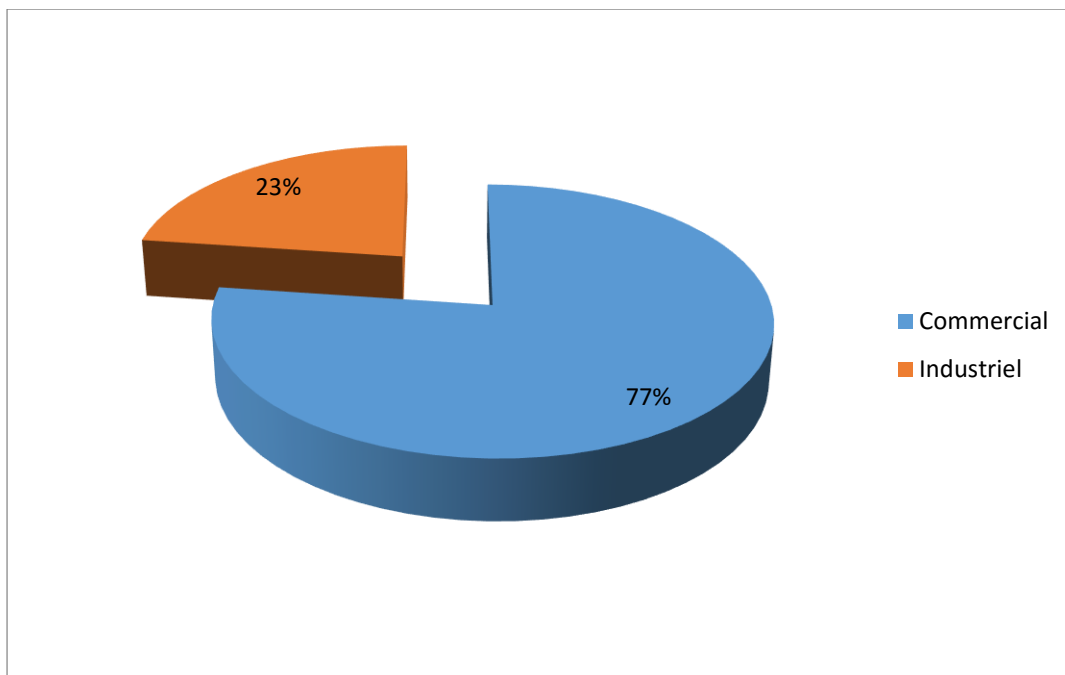
Sur la base de ce qui précède, il est établi que, pour la réalisation du plan d'affaires de la Cigarrería Nuevo Milenio SAS, l'option la plus appropriée pour définir la caractérisation du client et faire valoir le besoin de créer une entreprise à but économique Société Nuevo Milenio dans la arrondissement de Chapinero, c'est grâce à la technique de collecte de données, sondage, puisqu'elle permet d'établir un contact avec les unités d'observation à travers les questionnaires précédemment établis.

⁴ Carlos Sabin Gestion et affaires. Etapes du marketing. Traduit par l'auteur. Accédé en mai 2014 Disponible à: <http://www.degerencia.com/tema/marketing>

Grâce à cette technique de collecte de données, on cherche connaître les goûts ou les préférences des consommateurs (clients) du secteur de Chapinero, en ce qui concerne les bonbons, les paquets, les spiritueux et les cigarettes qui seront offerts dans une bureau de tabac afin de savoir si l'entreprise et les produits à offrir, seront rentables et pourront satisfaire les besoins du client.

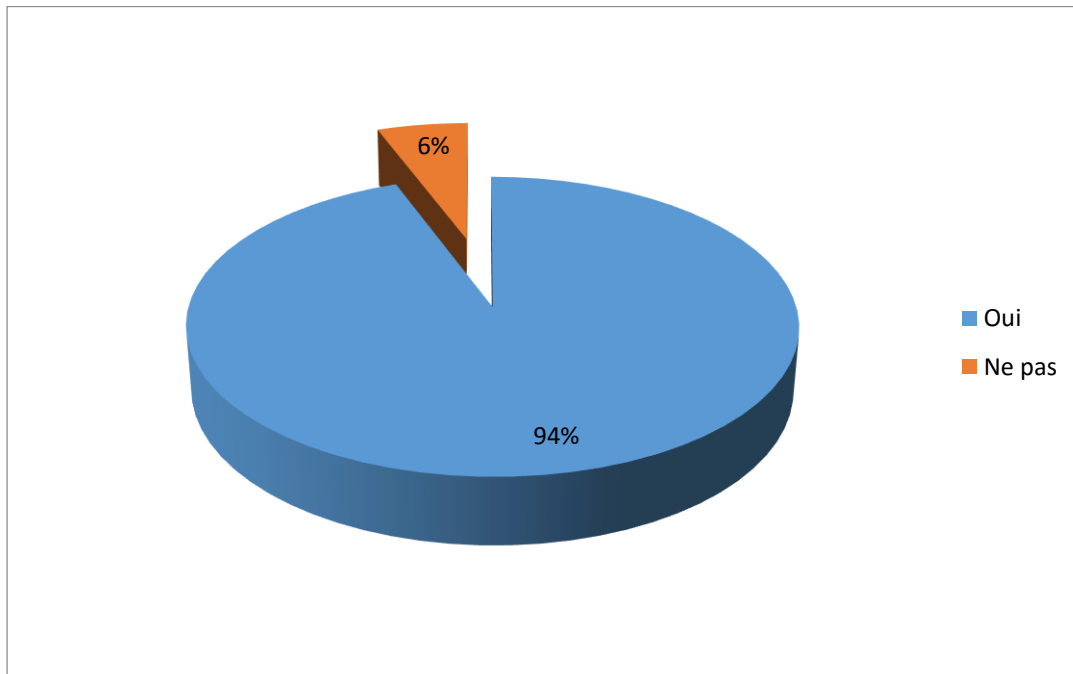
9. Analyse finale des gâteaux de l'instrument de collecte de données: sondage

1. Selon votre savoir, quels secteurs (industriels ou commerciaux) génèrent plus d'employabilité dans la localité?



Sur les 35 personnes interrogées, 77% (27 personnes) pensent que le secteur commercial génère plus d'emplois dans la localité de Chapinero. D'autre part, 23% (8 personnes) disent que le secteur industriel génère plus d'emplois dans la localité.

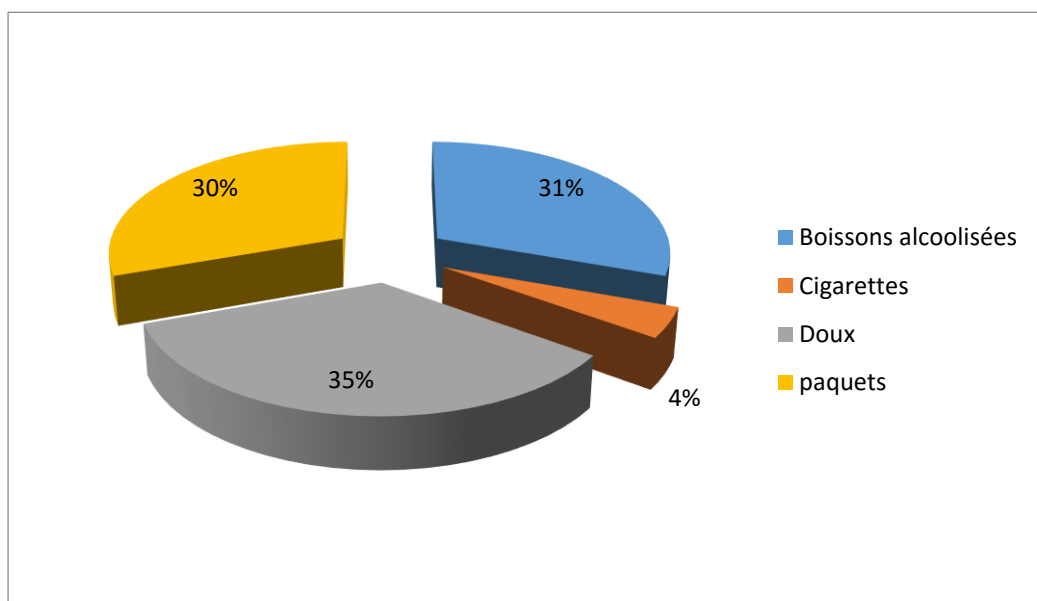
2. Considérez-vous avantageux de créer un magasin liqueur et une épicerie dans le secteur où vous étudiez ou travaillez?



Sur les 35 personnes interrogées, 94% (33 personnes) prétendent qu'il est avantageux d'avoir un magasin d'alcools et épicerie près du lieu où ils étudient ou travaillent. D'autre part, 6% (2 personnes) montrent le contraire.

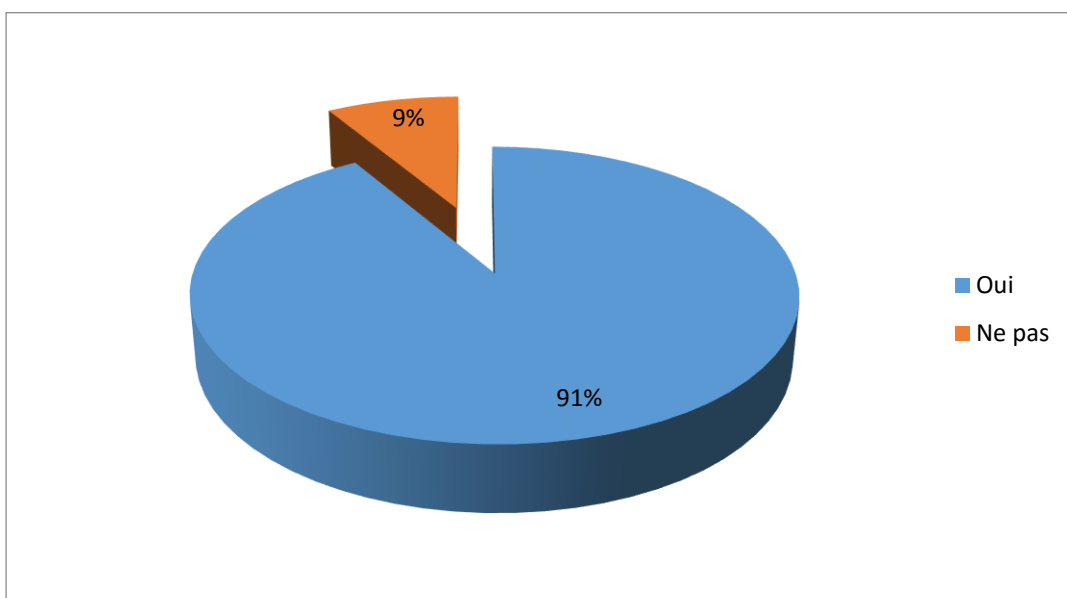
3. Lorsque vous dans un bureau de tabac, habituellement, qu'est-ce que vous achetez?

Vous pouvez choisir plus d'une option.



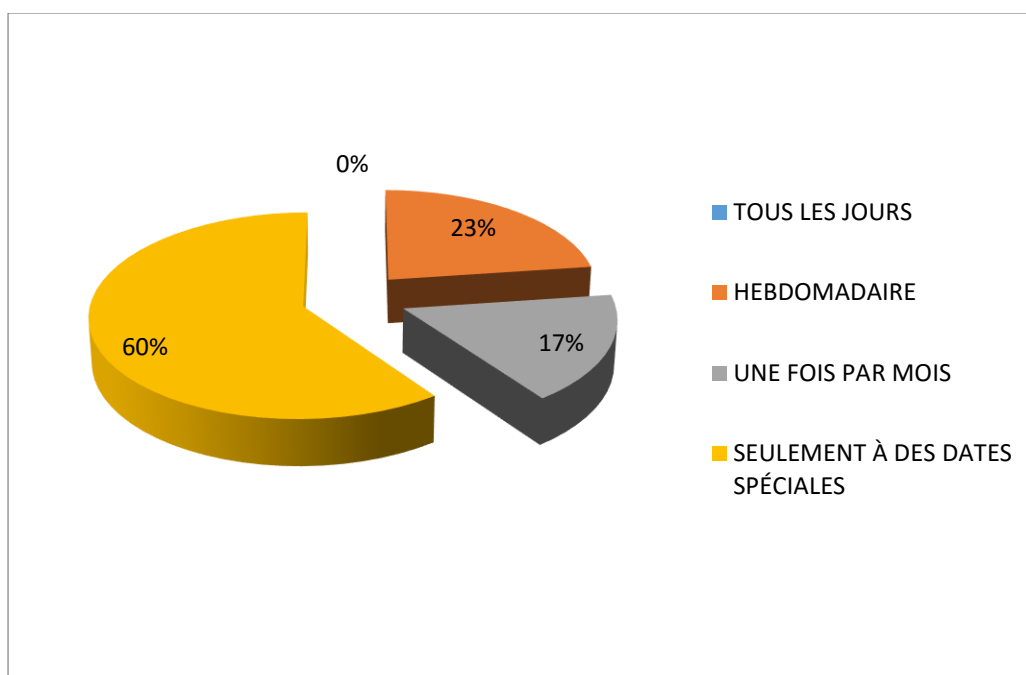
Sur les 35 personnes interrogées, 31% (21 personnes) ont déclaré que lorsqu'elles entrent dans un bureau de tabac, ce qu'elles consomment le plus, ce sont les boissons alcoolisées. 4% (3 personnes) achètent des cigarettes. Les 35% qui consomment plus sont doux et 30% (21 personnes) consomment des paquets. Ce qui montre que les plus vendus dans un magasin de cigares sont des boissons alcoolisées et des bonbons (doux).

4. Pensez-vous que le magasin contribuerait à accroître le niveau d'employabilité dans le secteur commercial, dans la ville de Chapinero?



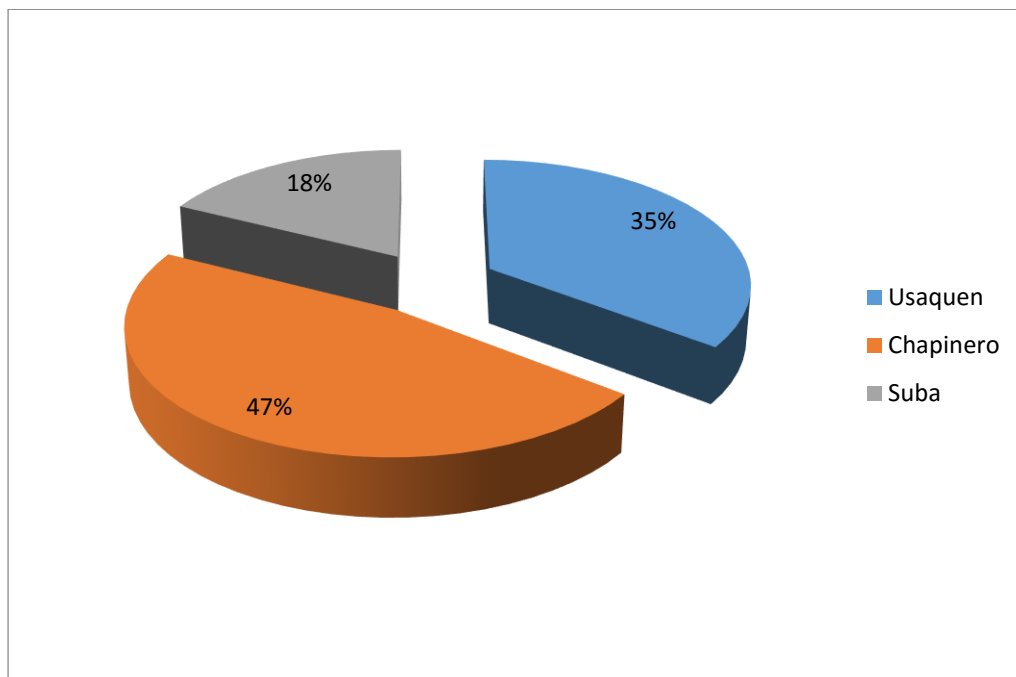
Sur les 35 personnes interrogées, 91% (32 personnes) ont déclaré que le magasin contribuerait à accroître le niveau d'employabilité dans le secteur commercial, dans la ville de Chapinero En revanche, 9% (3 personnes) ne pensent pas.

5. À quelle fréquence prenez-vous des boissons alcoolisées?



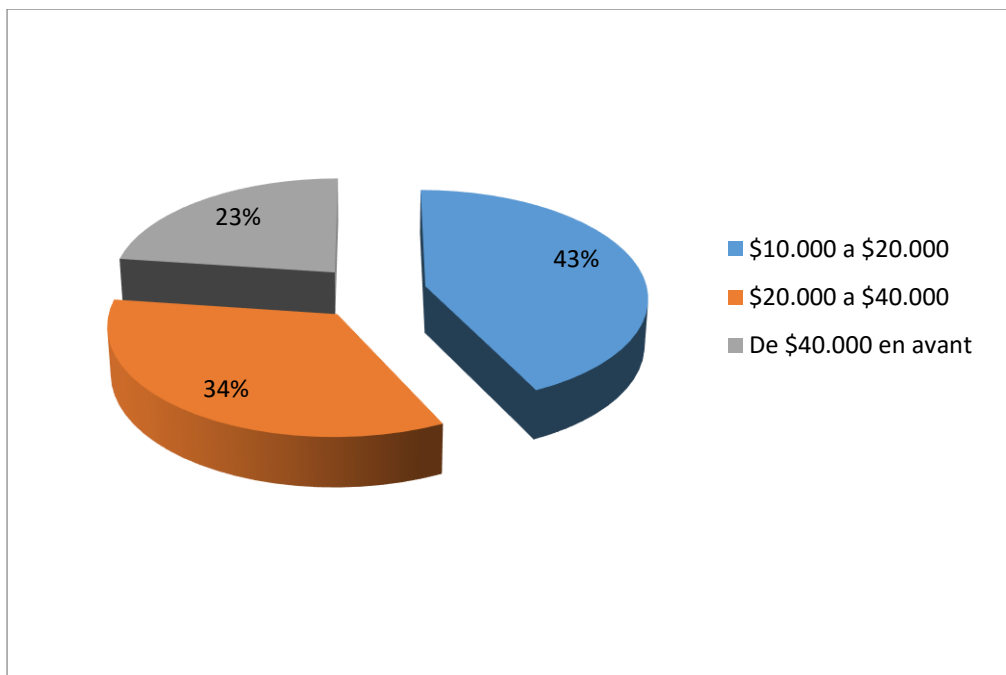
Sur les 35 personnes interrogées, 0% consomment des boissons alcoolisées tous les jours, 23% (8 personnes) les consomment chaque semaine, 17% (6 personnes) les consomment une fois par mois et 60% (21 personnes) les consomment seuls lors de dates spéciales. Cela montre que les ventes augmenteront à des dates spéciales, comme Noël et Nouvel An, etc.

6. D'après votre connaissance, quels sont les endroits suivants, pensez-vous, génère plus d'emplois dans une ville de Bogotá?



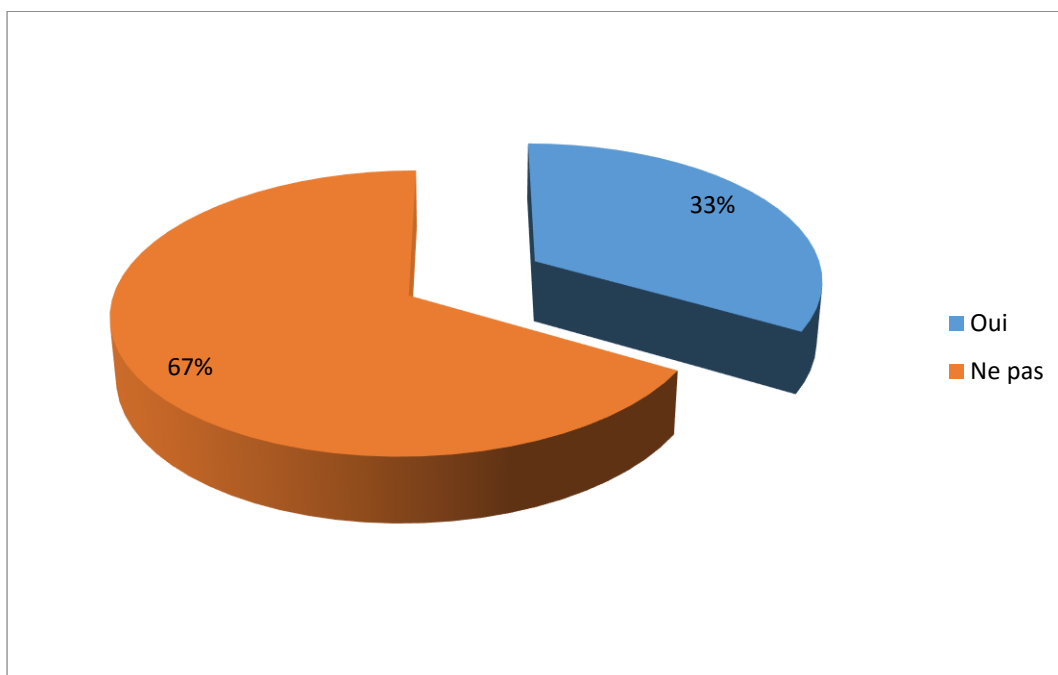
Sur les 35 personnes interrogées, 33% (18 personnes) pensent que Usaquen génère plus d'emplois, 44% (24 personnes) affirment que c'est Chapinero, 16% (9 personnes) disent que c'est Suba.

7. Combien d'argent dépensez-vous en moyenne lorsque vous consommez de l'alcool?



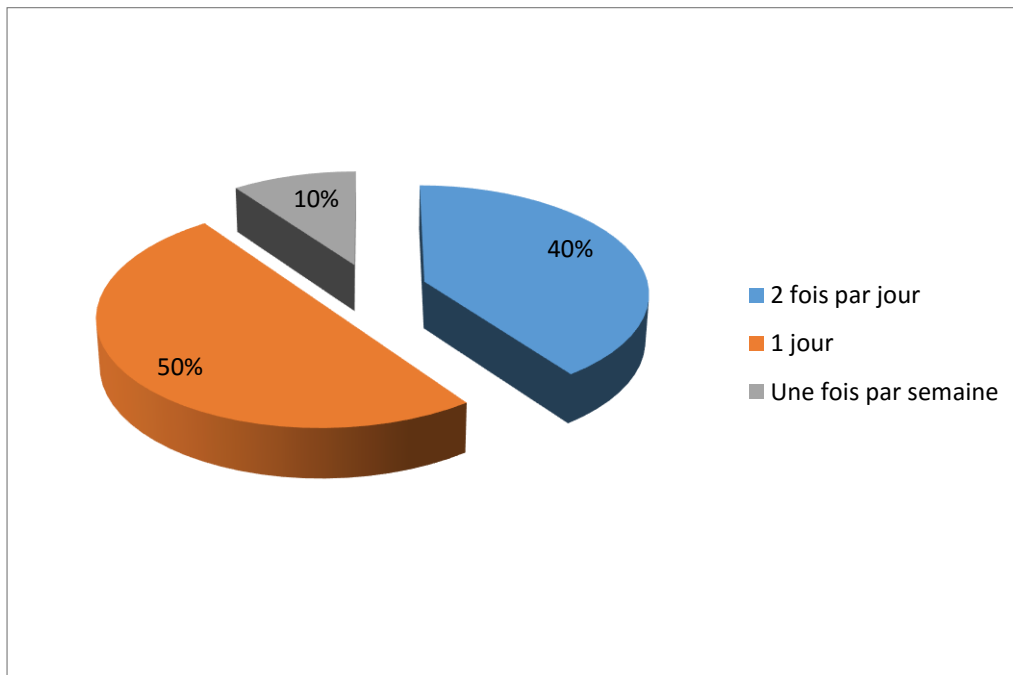
Sur les 35 personnes interrogées, 53% (15 personnes) disent qu'ils paient en moyenne entre 10 000 \$ et 20 000 \$ lorsqu'ils boivent de l'alcool, 42% (12 personnes) entre 20 000 \$ et 40 000 \$ et 5% (8 personnes) de 40 000 \$ en avant. Ce qui signifie que la boisson qui sera vendue dans l'entreprise ne sera pas si chère, de sorte qu'il soit accessible au public.

8. Aimez-vous fumer?



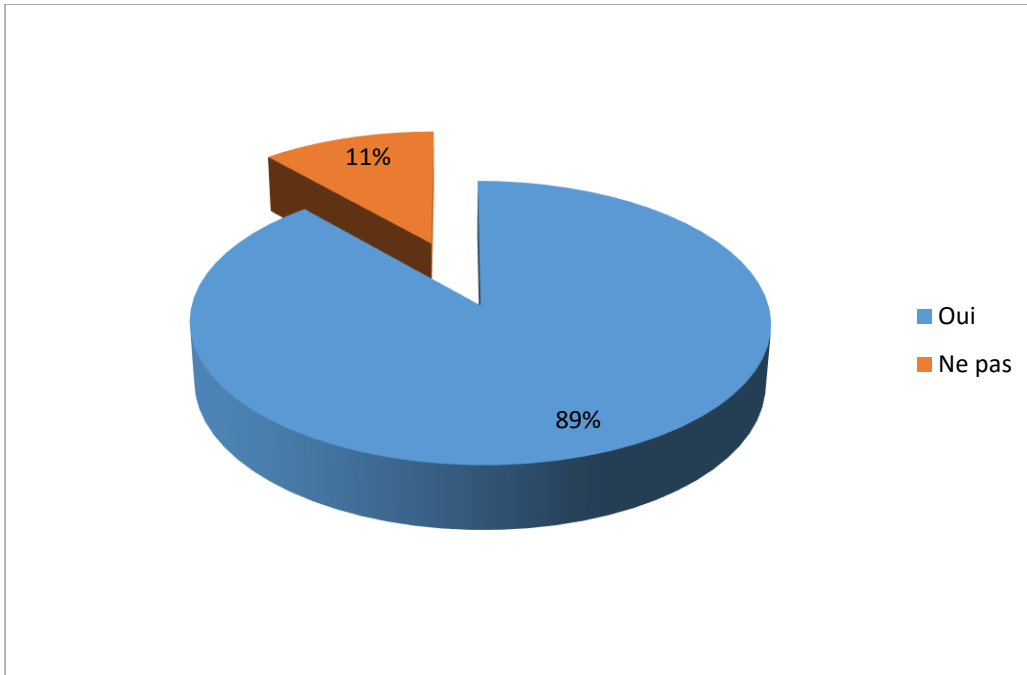
Sur les 35 personnes interrogées, 33% (10 personnes) disent aimer fumer et 67% (20 personnes) n'aiment pas fumer.

9. Si votre réponse a été positive. À quelle fréquence consommez-vous une cigarette?



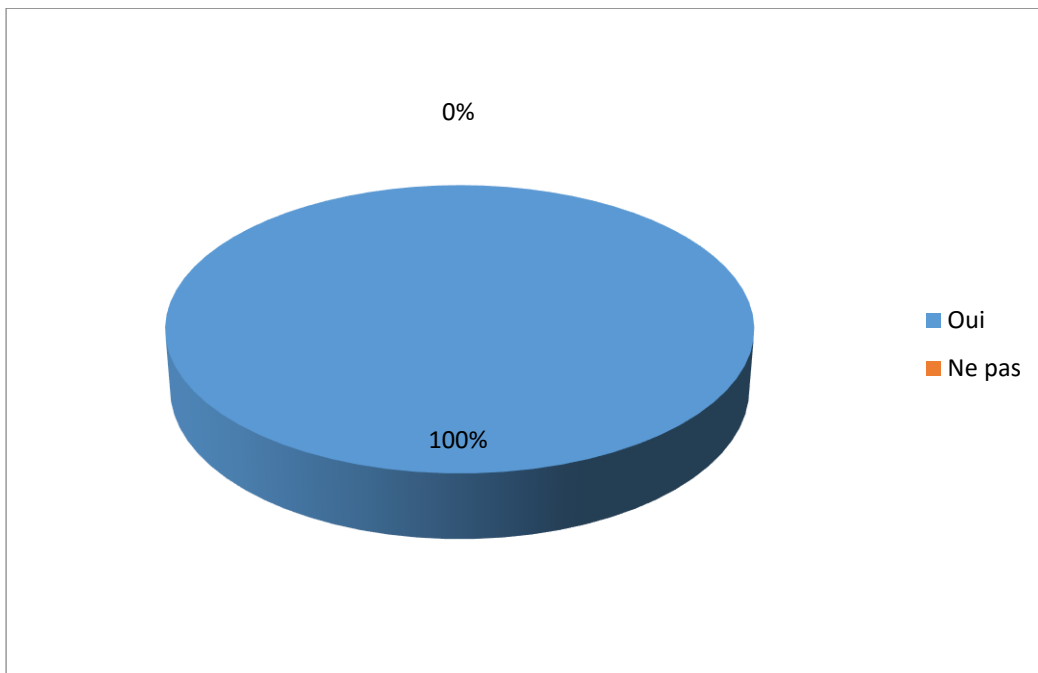
Sur les 35 personnes interrogées, seulement 10 personnes ont répondu à cette question 4 personnes ont déclaré qu'elles consommaient 2 cigarettes par jour, 5 personnes consommaient 1 par jour et 1 personne consommait une fois par semaine.

10. Lorsque vous consommez des boissons alcoolisées ou des cigarettes, achetez-vous des bonbons (comme des menthes ou du chewing-gum) pour éliminer le goût d'alcool ou de cigarette de votre bouche?



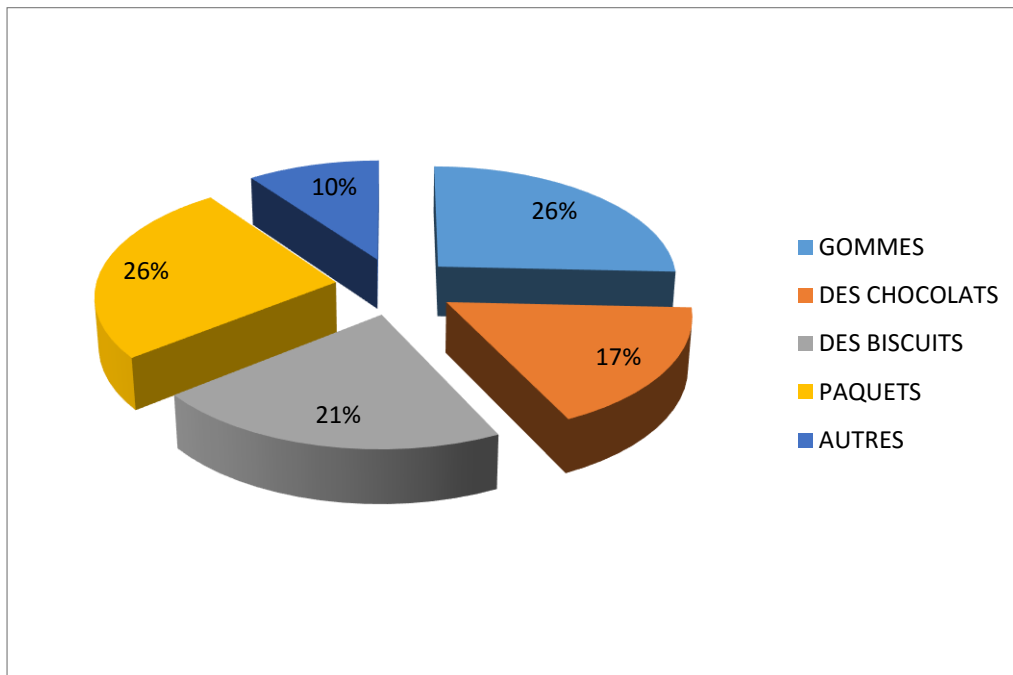
Sur les 35 personnes interrogées, 67% (31 personnes) consomment des bonbons pour éliminer la saveur des cigarettes ou des boissons alcoolisées et 33% (4 personnes) ne le font pas.

11. Vous mangez des bonbons ou des paquets?



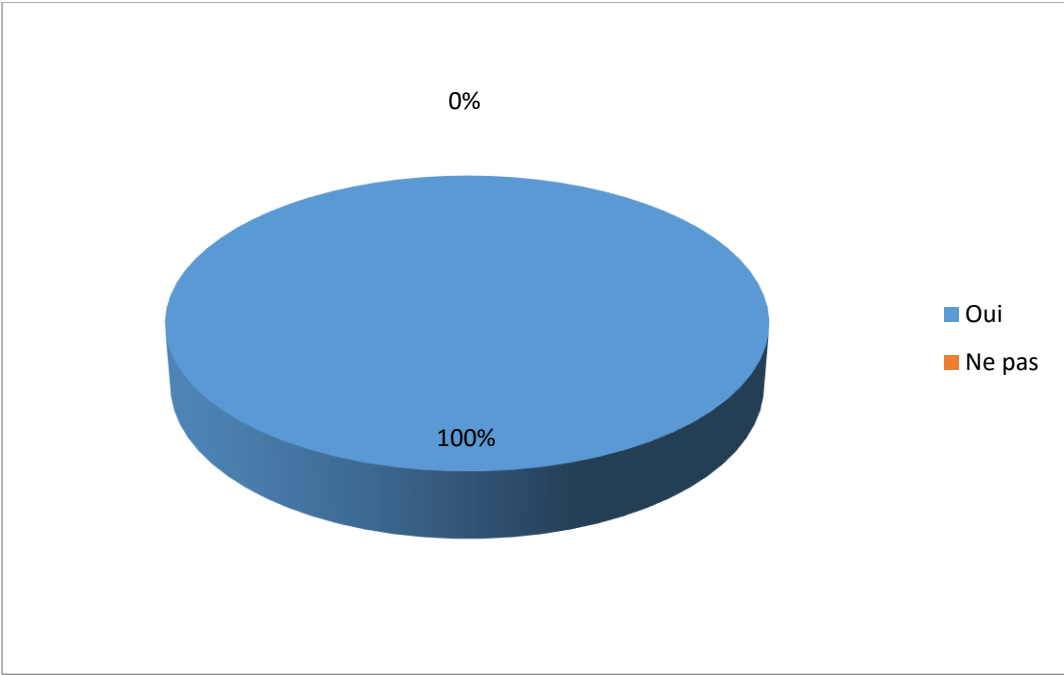
Sur les 35 personnes interrogées, 100% ont déclaré qu'ils consommaient des bonbons ou des paquets.

12. Si votre réponse est positive, vous préférez consommer ...



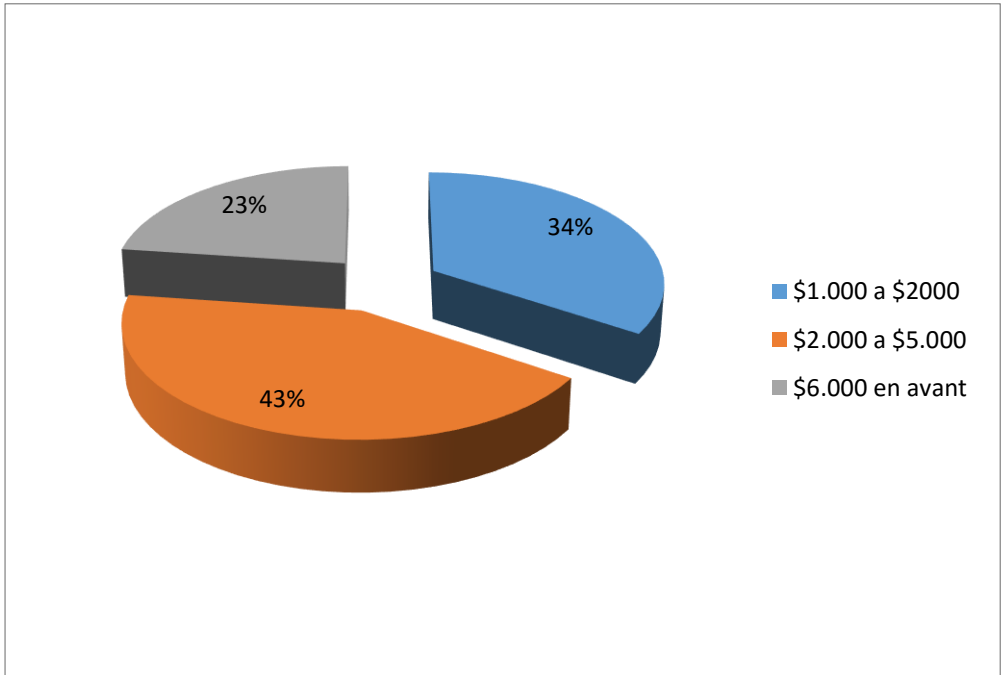
Sur les 35 personnes interrogées, 28% (12 personnes) ont déclaré manger des pâtes de fruit, 19% (12 personnes) consommaient des chocolats, 24% (15 personnes) consommaient des biscuits, 29% (18 personnes) consommaient des pommes de terre et certaines personnes ont déclaré qu'elles consommaient également Menthes, biscuits et halls.

13. Considérez-vous important et nécessaire d'avoir une large gamme de produits et d'offrir un excellent service à la clientèle?



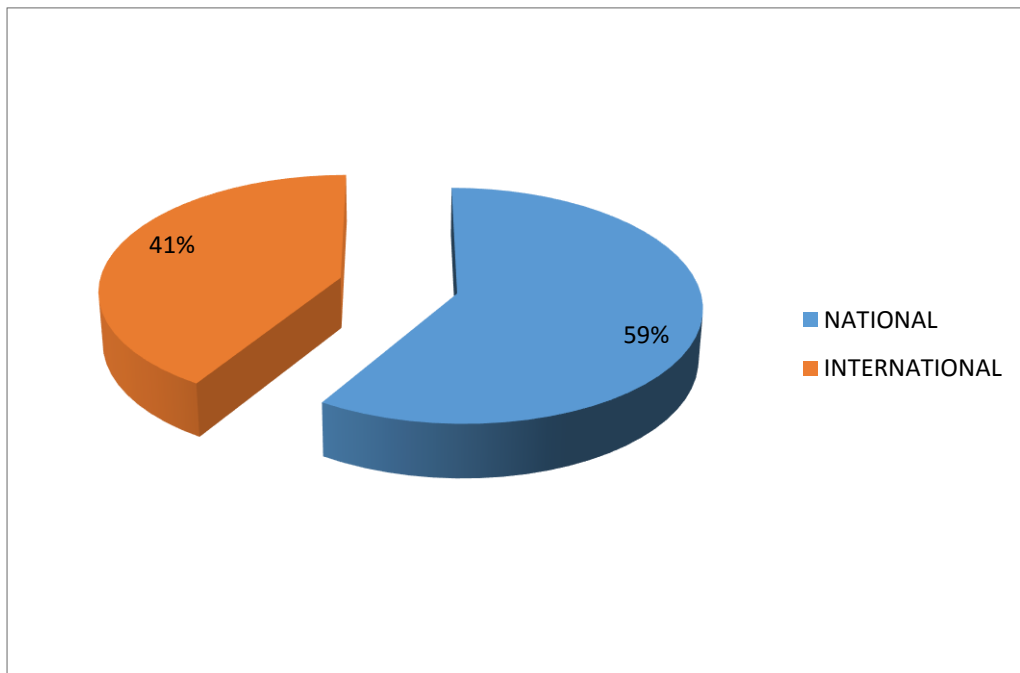
Sur les 35 personnes interrogées, 100% affirment qu'il est important et nécessaire d'avoir dans le magasin une grande variété de produits et d'offrir un excellent service à la clientèle, car ils indiquent ce qui attire la plupart des gens.

14. Combien d'argent, en moyenne, désirez-vous payer pour un bonbon ou doux?



Sur les 35 personnes interrogées, 34% (12 personnes) paient entre 1 000 \$ et 2000 \$ pour un bonbon ou un doux, 43% (15 personnes) entre 2 000 \$ et 5 000 \$ et 23% (8 personnes) de 6 000 \$ en avant.

15. Si vous consommez des boissons alcoolisées, des bonbons ou vous fumez, vous préférez acheter des produits ...



Sur les 35 personnes interrogées, 59% disent qu'ils préfèrent acheter des produits domestiques et 41% préfèrent consommer des produits internationaux (il convient de noter que certaines personnes ont déclaré aimer les deux produits).

CARACTERISATION DU CLIENT

En ce qui concerne les données fournies par l'enquête auprès de 35 personnes dans la ville de Chapinero, qui comprend les étudiants universitaires, SENA et les instituts, ainsi que les personnes vivant dans le secteur. On peut déduire que le grand nombre de clients ont entre 18 et 26 ans, avec goût pour les boissons alcoolisées, les bonbons ou les paquets, qui consomment de petits produits du tabac. D'autre part, on observe qu'ils sont dans une strate moyenne-basse dans laquelle leur moyenne à payer pour les bonbons est de 1000 \$ à 5000 \$, dans leur préférence, c'est consommer des boissons alcoolisées à un prix bas.

En tant que sont jeunes, ils sont heureux, cherchent de l'amusement, connaissent de nouvelles choses de la vie et passent la majeure partie de leur temps avec des amis ou des collègues, jouissant principalement de dates spéciales, qu'ils utilisent pour se faire boire et s'amuser. Ils prennent également des pauses, où ils apprécient de quitter leur site d'étude ou de travailler pour fumer une cigarette, manger quelque chose, adoucir le jour avec un régal ou boire quelque chose pour éteindre la soif et diminuer l'épuisement ou le stress.

D'autre part, il a été annoncé que dans le secteur de Chapinero (42e rue n ° 13-93), il y a peu de magasins d'alcools et d'épicerie, c'est pourquoi il serait très pratique d'introduire ce type d'entreprise sur le marché, par les institutions, les universités et les entreprises qui s'y trouvent.

XI. ÉTUDE FINANCIÈRE

Pour commencer l'étude financière de la société Nuevo Milenio SAS, elle sera d'abord définie dans le cadre d'un plan d'affaires.

"L'analyse des états financiers est le processus critique visant à évaluer la situation financière actuelle et passée et les résultats d'exploitation. Une entreprise avec le principal objectif d'établir les meilleures estimations et les prévisions possibles sur les conditions et les résultats futurs"⁵ (Gerencie, 2010)

“L'objectif fondamental de la comptabilité d'une entreprise est de fournir des informations à ce sujet à un large éventail d'utilisateurs potentiels ou les bénéficiaires de cette information pour les aider à prendre des décisions. Pour atteindre cet objectif, le système comptable génère des documents appelés états financiers. Ces documents, préparés selon des règles prédéfinies, fournissent des informations sur la situation économique et financière d'une entreprise et sur les différents flux qui ont changé cette situation au fil du temps. ”⁶(Ortega, 2006)

Sur la base de ce qui précède, il est établi que l'interprétation des données financières est essentielle et indispensable pour chacune des activités menées au sein de l'entreprise, à travers cela, les administrateurs examinent le résultat de leurs décisions antérieures et formulent de nouvelles possibilités en termes de décisions futures à prendre, qui seront ceux qui devraient fonctionner mieux pour l'entreprise en créant différentes politiques pour

⁵ Analyse des états financiers. Récupéré le 1er juillet 2017. Disponible en <https://www.gerencie.com/analisis-de-estados-financieros.html> Traduction de l'auteur.

⁶ L'importance d'analyser les états financiers dans la prise de décisions. Traduction de l'auteur. Récupéré le 1er juillet 2017. disponible en <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n4/e2.html>

l'utilisation des ressources. En outre, l'analyse financière contribue à établir l'état réel de la situation économique de l'entreprise, en fournissant des informations pertinentes pour les investisseurs ou les entités financières.

En outre, pour arriver à la conclusion finale de l'étude financière, le seuil de rentabilité de l'investissement maximal sera établi en 10 ans et l'investissement minimum déduit de 40% de l'investissement initial sera identifié, identifiant ainsi l'entreprise Nuevo Milenio SAS est réalisable dans l'objet économique dans lequel il a été institué et dans le secteur de l'emplacement.

Sur la base de ce qui précède, pour atteindre ce point final, on commencera par la répartition de l'investissement maximal de l'étude financière, en abordant dans un premier temps la table des actifs de l'alcool et de l'épicerie Nuevo Milenio S.A.S. qui est divisée en départements ou domaines de travail stratégiques, pour mener à bien l'activité économique de l'entreprise conformément à la loi, ce qui laisse un total de 8556600 \$ qui sera reflété ci-dessous:

3. Tableau des actifs du New Millenium S.A.S.

TABLE D'ACTIF		
Département	Actif	Valeur
Gestion	Bureau	\$ 399.900
	Ordinateur de bureau	\$ 900.000
	Chaise exécutif	\$ 124.000
Planification	Bureau	\$ 369.900
	Ordinateur de bureau	\$ 900.000
	Chaise exécutif	\$ 120.000
Ressources humaines	Bureau	\$ 350.000
	Ordinateur de bureau	\$ 900.000
	Chaise	\$ 110.000
Ressources financières	Bureau	\$ 350.000
	Ordinateur de bureau	\$ 900.000
	Chaise	\$ 110.000
Marketing	Bureau	\$ 350.000
	Ordinateur de bureau	\$ 900.000
	Chaise	\$ 110.000
Sélection	Ordinateur portable	\$ 650.000
Recrutement	Ordinateur portable	\$ 650.000
Santé au travail	Ordinateur de bureau	\$ 900.000
	Bureau	\$ 250.000
	Chaise	\$ 99.900
Comptabilité	Bureau	\$ 250.000
	Chaise	\$ 99.900
	Ordinateur de bureau	\$ 900.000
Portefeuille	Ordinateur portable	\$ 650.000
Trésorerie	Ordinateur portable	\$ 650.000
Accueil	Ordinateur portable	\$ 650.000
Point de vente	Étagères en métal x 3	\$ 350.000
Point de vente	Vitrine en aluminium X2	\$ 580.000
Point de vente	Petite vitrine	\$ 150.000
	TOTAL	\$ 13.723.600

De même, dans le cadre de l'investissement maximal, les dépenses de personnelles et autres dépenses sont établies; dans le premier, on constate que le tableau est divisé par des départements ou des zones dans lesquels le profil de la main-d'œuvre est demandé et le salaire qui sera accumulé en fonction de leurs activités devant l'organisation. Selon les autres dépenses ou dépenses fixes, les dépenses du bail local, des services publics, des articles de toilette, de la papeterie et de ce qui sera investi dans les promotions et les publicités seront

respectées. Voici les tableaux des dépenses du plan d'affaires de l'épicerie et des alcools Nuevo Milenio S.A.S:

4. Tableau des coûts du New Millenium S.A.S.

TABLE DE DÉPENSES		
Département	Le personnel	Salaire
Gestion	Professionnel en administration des affaires - en rapport	2.000.000
Planification	Professionnel en gestion d'entreprise et de projet	\$ 1.700.000
Ressources humaines	Profesional en Psicologia, Salud ocupacional	\$ 1.500.000
Ressources financières	Professionnel en psychologie, santé au travail	\$ 1.500.000
Marketing	Professionnel en Finance, Comptabilité	\$ 1.500.000
Sélection	Professionnel de la publicité et du marketing	\$ 1.100.000
Recrutement	Technologue en psychologie	\$ 1.100.000
Santé au travail	Technologue en santé au travail	\$ 1.100.000
Comptabilité	Technologue en comptabilité ou finance	\$ 1.100.000
Trésorerie	Technique en comptabilité ou en finance	\$ 900.000
Accueil	Technologue en administration ou comptabilité	\$ 1.100.000
Ventes	Bachelier	\$ 800.000
Distribution	Bachelier	\$ 800.000
	TOTAL	\$ 16.200.000

5. Tableau des coûts fixes du nouveau Milenio S.A.S.

FRAIS FIXES			
Frais	Description	Mensuel	Annuel
Bail local		\$ 900.000	\$ 10.800.000
Services publics	Eau	\$ 30.000	\$ 360.000
	Lumière	\$ 40.000	\$ 480.000
	Téléphone	\$ 28.000	\$ 336.000
Articles de toilette	Picker	\$ 7.000	\$ 84.000
	Balai	\$ 10.000	\$ 120.000
	Mop	\$ 15.000	\$ 180.000
	Liquides de nettoyage	\$ 8.000	\$ 96.000
PAPETERIE		\$ 100.000	\$ 1.200.000
PROMOTION		\$ 100.000	\$ 1.200.000
	TOTAL	\$ 1.238.000	\$ 14.856.000

En revanche, certains coûts sont établis à partir des boissons alcoolisées, dont le principal fournisseur est la Bavière. De même, il sera investi dans des producteurs de paquets, de cookies, de bonbons, de sodas et de produits du tabac, où Colombina, Postobon et Margarita seront les principaux fournisseurs, générant un investissement mensuel pour la société Nuevo

Milenio S.A.S de \$4,142.337.

6. Tableaux des coûts du New Milenio S.A.S.

FOURNISSEURS DE GROSSISTES				
PRODUITS	COÛTS	M/u 20%	VALEUR	V/UNITÉ
NECTAR				
AGUARDIENTE CLUB BOTELLA 750ML X 20	420.000	84.000	504.000	25.200
AGUARDIENTE CLUB BOTELLA 375ML X 30	300.000	60.000	360.000	12.000
CAJA AGUARDIENTE CLUB 1000ML X 12	285.000	57.000	342.000	28.500
AGUARDIENTE CLUB 250ML X 24	142.672	28.534	171.206	7.134
AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO BOTELLA 750ML X 20	500.000	100.000	600.000	30.000
AGUARDIENTE ANTIOQUEÑO BOTELLA 375ML X 30	420.000	84.000	504.000	16.800
	2.067.672			

BAVARIA				
BIÈRE ÁGULA	41.700	10.425	52.125	1.738
BIÈRE ÁGULA LIGHT	49.000	12.250	61.250	2.042
BIÈRE ÁGULA CERO	40.800	10.200	51.000	1.700
BIÈRE POKER	41.700	10.425	52.125	1.738
BIÈRE PILSEN	41.700	10.425	52.125	1.738
BIÈRE COSTEÑA	41.700	10.425	52.125	1.738
BIÈRE CLUB COLOMBIA	52.600	13.150	65.750	2.192
BIÈRE RED'S	52.600	13.150	65.750	2.740
BIÈRE CORONA	72.900	18.225	91.125	3.038
COLA Y POLA	28.700	7.175	35.875	1.196
MALTA	29.500	7.375	36.875	1.229
MALTA PET 200 X 30	20.000	5.000	25.000	833
MALTA PET 330 X 24	28.700	7.175	35.875	1.495
MALTA PET 1L X 15	28.000	7.000	35.000	2.333
MALTA PET 1.5L X 6	16.700	4.175	20.875	3.479
	586.300			

FORFAITS				
CHEESE TRIS	28.000	5.600	33.600	1.400
CHEETOS	25.000	5.000	30.000	1.250
CHEETOS BOLIQUESO	13.420	2.684	16.104	671
CHOCLITOS	15.600	3.120	18.720	780
DETODITO	31.680	6.336	38.016	1.584
DORITOS	27.930	5.586	33.516	1.397
MANI LA ESPECIAL	37.990	7.598	45.588	1.900
MANI MOTO	15.320	3.064	18.384	766
NATUCHIPS	30.990	6.198	37.188	1.550
PAPAS MARGARITA	20.600	6.180	26.780	1.116
SUPER RICAS	19.760	5.928	25.688	1.070
TODO RICO	32.120	6.424	38.544	1.606
	298.410			

COOKIES, PONQUES ET BONBONS				
BRIDGE MINITACO	26.530	5.306	31.836	1.327
TOSH	19.480	3.896	23.376	974
CHOKIS	16.590	3.318	19.908	830
FESTIVAL	11.680	2.336	14.016	584
WAFERS	6.150	1.230	7.380	308
OREO	12.780	2.556	15.336	639
CHOCORAMO	28.990	5.798	34.788	1.450
GANSITO	21.420	4.284	25.704	1.071
RAMO	20.890	4.178	25.068	1.045
ALMENDRA FANCESA	42.890	8.578	51.468	2.145
BIANCHI	6.930	3.465	10.395	104
BON BON BUM	6.785	1.357	8.142	339
TRIDENT MICROCAPSULA	60.990	12.198	73.188	3.050
GOMAS AROS TRULULU	4.150	830	4.980	100
TIC TAC	28.000	5.600	33.600	1.400
CHICLES XTRIME	2.500	500	3.000	125
	316.755			

SODAS				
COCA COLA 250 PLASTICO	11.400	2.280	13.680	570
COCA COLA 350	18.360	3.672	22.032	918
COCA COLA 2L	50.530	10.106	60.636	2.527
FANTA 350	18.430	3.686	22.116	922
NESTEA	36.100	7.220	43.320	1.805
SPRITE	48.995	9.799	58.794	2.450
CANADA DRY 1.5	41.850	8.370	50.220	2.093
PEPSI 1.5	47.995	9.599	57.594	2.400
POSTOBON 1.5	48.500	9.700	58.200	2.425
	322.160			

CIGARETTES				
BELMONT	58.300	11.660	69.960	2.915
KOOL	80.000	16.000	96.000	4.000
MALBORO	82.550	16.510	99.060	4.128
MUSTANG	58.100	11.620	69.720	2.905
AMERICAN GOLD	40.890	8.178	49.068	2.045
GREEN	58.900	11.780	70.680	2.945
PIEL ROJA	45.100	9.020	54.120	2.255
PREMIER	48.300	9.660	57.960	2.415
ROYAL	78.900	15.780	94.680	3.945
	551.040			
		TOTAL	4.142.337	1.449.818

Point de rentabilité d'Investissement Maximum

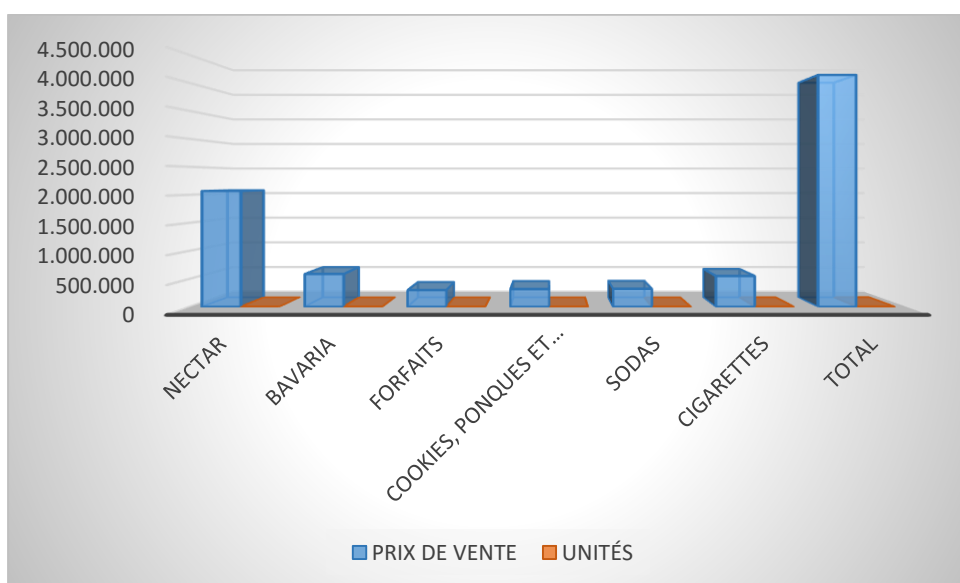
INVESTISSEMENT MAXIMUM					
	MENSUEL	ANNUEL	INCREMENT	POUR LES ANNÉES	TOTAL
ACTIFS	13.723.600	0	0	0	13.723.600
DEPENSES FINANCIÈRES	16.200.000	194.400.000	291.600.000	4.374.000.000	4.374.000.000
AUTRES DÉPENSES	1.238.000	14.856.000	8.913.600	213.926.400	213.926.400
COÛTS	4.142.337		0	0	4.142.337
	35.303.937	209.256.000	300.513.600	4.587.926.400	4.605.792.337

POINT D'ÉQUILIBRE		
		75%
COÛT PAR MARQUE	PRIX DE VENTE	UNITÉS
NECTAR	2.067.672	102
BAVARIA	586.300	303
FORFAITS	298.410	216
COOKIES, PONQUES ET BONBONS	316.755	288
SODAS	322.160	162
CIGARETTES	551.040	2551
TOTAL	4.142.337	3622

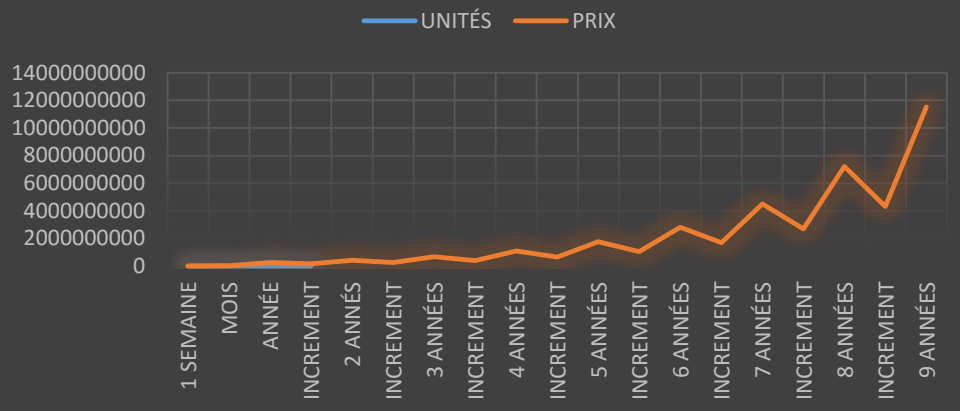
MARGE BÉNÉFICIAIRE	35%
	1.449.818
	5.592.155

TEMPS	UNITÉS	PRIX
1 SEMAINE	3622	5.592.155
MOIS	14488	22.368.620
ANNÉE	173856	268.423.438
INCREMENT	695424	161.054.063
2 ANNÉS		429.477.500
INCREMENT		257.686.500
3 ANNÉES		687.164.000
INCREMENT		412.298.400
4 ANNÉES		1.099.462.400
INCREMENT		659.677.440
5 ANNÉES		1.759.139.841
INCREMENT		1.055.483.904
6 ANNÉES		2.814.623.745
INCREMENT		1.688.774.247
7 ANNÉES		4.503.397.992
INCREMENT		2.702.038.795
8 ANNÉES		7.205.436.787
INCREMENT		4323262072
9 ANNÉES		11.528.698.860

UTILITAIRE	7.025.300.868
------------	---------------

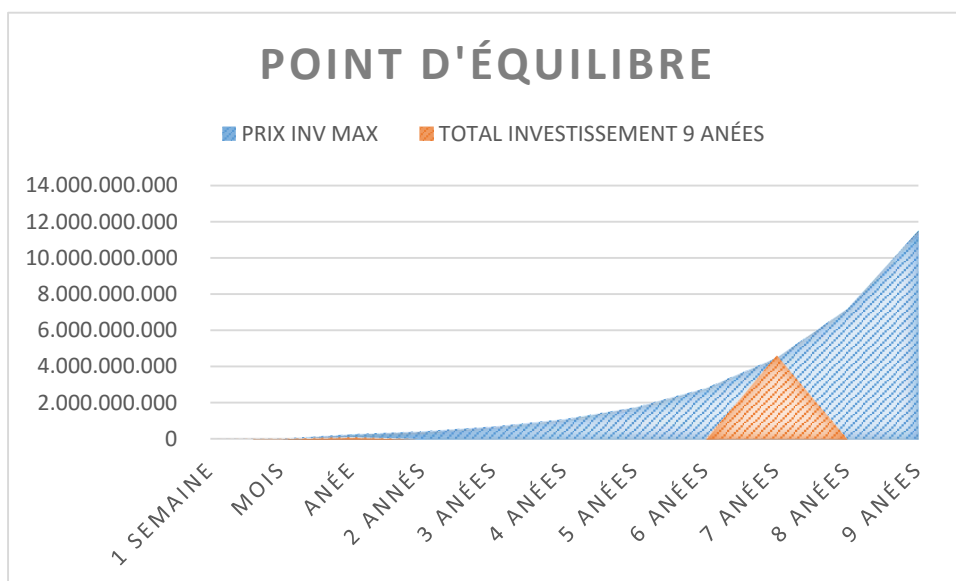


RECUPERATION MAXIMALE DES INVESTISSEMENTS



POINT D'ÉQUILIBRE		
TEMP	PRIX INV MAX	TOTAL INVESTISSEMENT 9 ANÉES
1 SEMAINE	5.592.155	
MOIS	22.368.620	14.121.575
ANÉE	268.423.438	83.702.400
2 ANNÉS	429.477.500	
3 ANÉES	687.164.000	
4 ANÉES	1.099.462.400	
5 ANÉES	1.759.139.841	
6 ANÉES	2.814.623.745	
7 ANÉES	4.503.397.992	4.605.792.337
8 ANÉES	7.205.436.787	
9 ANÉES	11.528.698.860	

7. Tableaux du point de balance du New Milenio S.A.S



INVESTISSEMENT MINIMUM

L'investissement minimal est fixé à 40% de l'investissement maximal total, ce qui montre le seuil de rentabilité de l'investissement minimum, ce qui a été calculé comme suit:

8. Tableaux de l'investissement minimal du Nuevo Milenio S.A.S

TABLEAU DES ACTIFS INV. MIN.	
Investissement maximal	
TOTAL	13.723.600
Investissement minimal	
	40%
TOTAL	5.489.440

TABLE OF DÉPENSES INV. MIN.	
Investissement maximal	
TOTAL	16.200.000
Investissement minimal	
	40%
TOTAL	6.480.000

TABLEAU DES FRAIS FIXES INV. MIN	
Investissement maximal	
TOTAL	1.238.000
Investissement minimal	
	40%
TOTAL	495.200

TABLE DE COÛT INV. MIN.	
Investissement maximal	
TOTAL	4.142.337
Investissement minimal	
	40%
TOTAL	1.656.935

Point d'équilibre d'Investissement Minimum

INVESTISSEMENT MINIMUM					
	MENSUEL	ANNUEL	INCREMENT	POUR LES ANN	TOTAL
ACTIFS	5.489.440	0	0	0	5.489.440
DEPENSES FINANCIÈRES	6.480.000	77.760.000	116.640.000	1.749.600.000	1.749.600.000
AUTRES DÉPENSES	495.200	5.942.400	3.565.440	85.570.560	85.570.560
COÛTS	4.753.332		0	0	4.753.332
	17.217.972	83.702.400	120.205.440	1.835.170.560	1.845.413.332

POINT D'ÉQUILIBRE

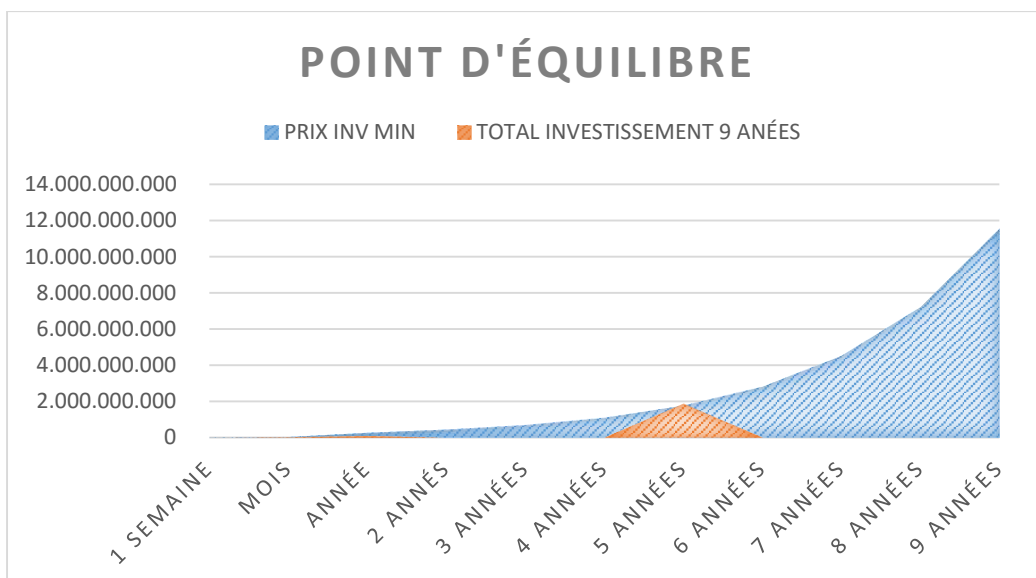
75%

COÛT PAR MARQUE	PRIX DE VENTE	UNITÉS
NECTAR	2.067.672	102
BAVARIA	586.300	303
FORFAITS	298.410	216
COOKIES, PONQUES ET BONBON	316.755	288
SODAS	322.160	162
CIGARETTES	551.040	2551
TOTAL	4.142.337	3622

MARGE BÉNÉFICIAIRE	35%
	1.449.818
	5.592.155

TEMPS	UNITÉS	PRIX
1 SEMAINE	3622	5.592.155
MOIS	14488	22.368.620
ANNÉE	173856	268.423.438
INCREMENT		161.054.063
2 ANNÉES	347712	429.477.500
INCREMENT		257.686.500
3 ANNÉES	521568	687.164.000
INCREMENT		412.298.400
4 ANNÉES	695424	1.099.462.400
INCREMENT		659.677.440
5 ANNÉES	869280	1.759.139.841
INCREMENT		1.055.483.904
6 ANNÉES	1390848	2.814.623.745
INCREMENT		1.688.774.247
7 ANNÉES	1216992	4.503.397.992
INCREMENT		2.702.038.795
8 ANNÉES	1390848	7.205.436.787
INCREMENT		4.323.262.072
9 ANNÉES	1564704	11.528.698.860

POINT D'ÉQUILIBRE		
TEMPS	PRIX INV MIN	TOTAL INVESTISSEMENT 9 ANÉES
1 SEMAINE	5.592.155	
MOIS	22.368.620	14.121.575
ANNÉE	268.423.438	83.702.400
2 ANNÉS	429.477.500	
3 ANNÉES	687.164.000	
4 ANNÉES	1.099.462.400	
5 ANNÉES	1.759.139.841	1.842.316.935
6 ANNÉES	2.814.623.745	
7 ANNÉES	4.503.397.992	
8 ANNÉES	7.205.436.787	
9 ANNÉES	11.528.698.860	



XII. FONDS D'INVESTISSEMENT POSSIBLES. (LOI 1014 DE 2006)

Conformément à la loi 1014 du 26 janvier 2006 "pour promouvoir la culture de l'esprit d'entreprise", Il est établi que le gouvernement et les établissements d'enseignement devraient favoriser la nature entrepreneuriale des étudiants en soutenant leurs initiatives novatrices pour la création d'entreprises qui contribuent économiquement à la croissance de la nation ainsi qu'à la création d'emplois, par conséquent, cette loi établit les lignes directrices, les avantages et les règlements des entités gouvernementales et éducatives face à l'orientation et au soutien financier pour assurer la mise en œuvre d'idées entrepreneuriales, outre les tableaux de travail du réseau d'entrepreneurship qui visent à sensibiliser, à former, à pré-incubation, à financer et à former la création de nouvelles entreprises.

De cette façon, il est implanté que les fonds d'investissement possibles pour le plan d'affaires du magasin d'alcools et d'épicerie Nuevo Milenio S.A.S. Selon la loi 1014 de 2006 sont: Les fonds du plan de semences, dans lesquels les groupes bancaires nationaux permettent l'investissement, l'épargne et la rentabilité grâce à l'exécution d'un plan d'affaires; les fonds d'investissement, dans lesquels un plan ou une idée de génération de société est généré là où un besoin est atteint et là où il est recherché pour lesquels les investisseurs s'intéressent à la collecte et à l'analyse de la création de l'organisation. En outre, des fonds sont disponibles, comme le Fondo Emprender du Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), qui, en plus de collaborer au développement du projet entrepreneurial, aide également à financer le projet pour sa création et sa durabilité. Il y a aussi la Fundación de la mujer, qui soutient les femmes entrepreneurs qui cherchent à générer des ressources économiques et à réduire le chômage féminin dans le pays.

Selon ce qui précède, la décision est faite de présenter le «Nuevo Milenio», en tant qu'idée productive, au Fondo Emprender, puisqu'il s'agit d'un fonds de capitalisation créée par le Gouvernement National à l'article 40 de la loi 789 du 27 décembre 2002, puisqu'il a les spécifications requises; en obtenant le financement de celui-ci, on obtient la collaboration pour la structuration et l'amélioration du plan ou de l'idée d'entreprise, ils l'évaluent également, ils le financent et enfin ils le soutiennent pour le démarrage de l'entreprise, où le suivi et l'évaluation est développé des indicateurs de gestion, prenant une décision finale sur le remboursement des ressources fournies.

De même, la Fundación de la Mujer, puisqu'elle dispose d'un programme de formation commerciale, connu sous le nom de Saberes, qui vise à renforcer les compétences des clients, à gérer leurs entreprises et leur contribution financière à la mise en œuvre de la même. Fournit également une formation axée sur deux axes thématiques: Formation financière et Formation d'entreprises (formation technique, formation en informatique, ateliers de renforcement des entreprises et assistance technique)

CONCLUSIONS

En conclusion, il est important de souligner la responsabilité de l'université dans la formation des professionnels, des politiques de l'État et du secteur productif en tant que générateur d'emplois, afin de maintenir une économie durable dans le pays; tous soutenus par la loi 1014 du 26 janvier 2006 dans la promotion de l'esprit d'entreprise.

Répondant à l'objectif du projet de créer un magasin d'alcool et d'épicerie dans la ville de Chapinero, après analyse et études techniques, commerciales et financières et ayant la politique établie par la Cámara de Comercio et les opportunités offertes par le maire devant le l'entrepreneuriat du secteur, le développement de cette idée d'entreprise peut être considéré comme viable.

De même, en connaissant les différents fonds de capital-risque établis par le gouvernement, tels que le Fondo Emprender et le Fundación de la Mujer, entre autres. Ceux-ci ont des ressources financières qui motivent les professionnels dans la proposition et le développement de projets qui génèrent un impact social pour la communauté et apportent un soutien économique au pays.

En tant qu'étudiant à l'Université ECCI, il a été possible d'apprendre et de connaître les procédures et les exigences nécessaires à la création et au démarrage d'une entreprise dans un secteur spécifique, ce qui aide au niveau personnel et professionnel, car en tant qu'étudiant des Langues Modernes avec un accent particulier en Administration, la mise en œuvre d'une

entreprise motive non seulement de réfléchir au bien, mais aussi de générer un impact social et économique qui apporte des avantages au niveau local et national.

RÉFÉRENCES

- EL CONGRESO DE COLOMBIA. LOI 1014 DE 2006. Promotion de la culture de l'entrepreneuriat. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=18924> (2017, 15 de abril)
- Cecchini, S et Uthoff, A (2008). Revista de la cepal 94. Pauvreté et emploi en Amérique latine. Disponible en: <http://archivo.cepal.org/pdfs/revistaCepal/Sp/094043058.pdf> (2017, 30 de mayo).
- CEPAL Y OIT (2016). Le chômage en Amérique latine et dans les Caraïbes augmenterait en 2016 en raison de la détérioration économique régionale. Disponible en: <http://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-oit-desempleo-america-latina-caribe-aumentaria-2016-deterioro-economico-regional> (2017, 30 de mayo). DAN. (2016).
- Taux de chômage en Colombie. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo> (2017, 30 de Mayo).
- Remolina, G (2006). Responsabilité sociale de l'université. Disponible en: https://www.ucentral.edu.co/images/editorial/nomadas/docs/nomadas_19_art_22_responsabilidad.pdf (2017, 31 de Mayo).
- Abrajim, D (2009). Emploi universitaire Quel est le rôle de l'université? Disponible en: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3700/T11.14%20A83c.pdf?sequence=1> (2017, 31 de mayo)
- Amat, Y (2013, 30 de junio) Le moment est venu de surmonter le centralisme de l'enseignement supérieur. El Tiempo. Entretien avec Ministra de Educación, María Fernanda Ocampo Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-6287061> (2017, 31 de mayo)
- Comisión Económica de América latina y el Caribe (2012) Perspectives économiques pour l'Amérique latine 2013. Disponible en: <http://www.eclac.org/publicaciones>. (2017, 31 de mayo)
- Ministerio de Trabajo. (2013) Programme Jeunesse en action. La Colombie. Disponible en: <http://www.mintrabajo.gov.co/> (2017, 31 de mayo)
- Ministerio de Trabajo. (2013) Programme de services à l'emploi. La Colombie. Disponible en: <http://www.redempleo.gov.co>
- Uprimmy, R; Jaramillo, J; Bernal, C; Chaparro, S; Ordoñez, A; Procuraduría General de la Nación (2011) Un travail décent et décent en Colombie. Colombie. Rasgo y color Ltda.
- Tamayo, T. & Albin, O. (2008) Formation pour l'établissement des diplômés. Expérience à l'Université de La Havane. La ville de La Havane. Université éditoriale.
- Servicio Nacional de Aprendizaje (2013) Programme Agence publique de l'emploi. Colombie. <http://www.sena.edu.co>

Cámara de comercio de Bogotá. (2006). Perfil económico et d'entreprise de la ville de Chapinero. Disponible en:
http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2879/6222_perfil_economico_chapinero.pdf?sequence=1&isAllowed=y (2017, 2 de junio)

Porter, M. (1990). Michael Porter et l'avantage concurrentiel. Disponible en:
<http://www.itson.mx/micrositios/pimpiie/Documents/ventaja%20competitiva.pdf> (2017, 2 de junio)

Secetraria de planeación. (2009). Connaissant la localité de Chapinero. Disponible en:
<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionEnLinea/InformacionDescargableUPZs/Localidad%20%20Chapinero/Monografia/02%20Localidad%20de%20Chapinero.pdf> (2017, 2 de junio)

Congreso de Colombia. Publicada en el Diario Oficial 47.194 de diciembre 5 de 2008. Loi 1258 de 2008. Disponible en:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34130> (2017, 2 de junio)

MINISTÈRE DU TRAVAIL ET DE LA SÉCURITÉ SOCIALE. DÉCRET NUMERO 1607 DE 2002. Disponible en:
https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%201607%20DE%202002.pdf (2017, 3 de junio)

Bulletin d'enseignement supérieur. Capital humain pour l'avance colombienne. (2012). Disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-92779.html> (2017, 3 de junio)

Redacción Bogotá. (2012) L'étude identifie 20 meilleurs quartiers à Bogota pour faire des affaires. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12174124> (2017, 3 de junio)

UNAM. Faculté d'économie. Étude technique. Disponible en:
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf> (2017, 5 de junio)

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia. DIAN. Enregistrement. Disponible en: <http://www.dian.gov.co/> (2017, 5 de junio)

Cámara de comercio de Bogotá. Étapes pour créer une entreprise. Disponible en:
<http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa> (2017, 6 de junio)

RUES. Registro del RUT. Disponible en: <http://www.rues.org.co/> (2017, 6 de junio)

Boletín regional No. 3. Exigences pour ouvrir une nouvelle entreprise. Disponible en:
<http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios> (2017, 7 de junio)

LA ALCALDESA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. DECRET 263 DE 2011. Disponible en:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=43158> (2017, 8 de junio)

Décret de district 054 de 2013, modifié par le décret de district 083 de 2013. Disponible en:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=51702> (2017, 8 de junio)

EL ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ, D.C. DÉCRET 013 DE 2009. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34524> (2017, 8 de junio)

Majeur de Bogotá. (2013). District élargit le calendrier de vente de boissons alcoolisées à Chapinero et Teusaquillo. Disponible en: <http://www.bogota.gov.co/Temas%20de%20ciudad/Gobierno%2C%20seguridad%20y%20convivencia/Distrito%20ampli%C3%B3%20horario%20para%20venta%20de%20licor%20en%20Chapinero%20y%20Teusaquillo> (2017, 8 de junio)

Gerencie. L'importance de faire une étude de marché. Disponible en: <https://www.gerencia.com/la-importancia-de-hacer-un-estudio-de-mercado.html> (2017, 10 de junio)

Soto, B. Compétition dans l'entreprise: directe, indirecte, parfaite et imparfaite. Disponible en: <https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35858/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/> (2017, 10 de junio)

Ponce, H (2007). LA MATRICE SWOT: ALTERNATIVE DIAGNOSTIQUE ET DÉTERMINATION DES STRATÉGIES D'INTERVENTION DANS LES ORGANISATIONS DIVERSES. Disponible en: https://www.cneip.org/documentos/revista/CNEIP_12-1/Ponce_Talancon.pdf (2017, 10 de junio)

Tamayo y Tamayo. (1997). Population et échantillon. Disponible en: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com.co/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html> (2017, 10 de junio)

Gerencia y negocios. (2014) Stades de marketing. Disponible en: <http://www.degerencia.com/tema/marketing> (2017, 13 de junio)

Bloc méthodologique de la recherche. (2010). Techniques et instruments de collecte de données. Disponible en: <https://bloquemetodologicodelainvestigacionudo2010.wordpress.com/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/> (2017, 13 de junio)

Tamayo, C. y Silva, I. Techniques et instruments de collecte de données. Disponible en: http://www.postgradoune.edu.pe/documentos/tecnicas_Instrumentos.pdf (2017, 13 de junio)

Gerencie (2010). Analyse des états financiers. Disponible en: <https://www.gerencia.com/analisis-de-estados-financieros.html> (2017, 15 de junio)

Reyes, I., Cadena, L. y De León, I. (2006). L'importance de l'analyse des états financiers dans la prise de décision. Disponible en: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n4/e2.html> (2017, 16 de junio)

Servicio Nacional de Aprendizaje. SENA. Fondo Emprender. Disponible en: <http://www.fondoemprender.com/SitePages/QueEsFondoEmprender.aspx> (2017, 18 de junio)

Fundación de la Mujer. Disponible en: <https://www.fundaciondelamujer.com/> (2017, 18 de junio)

PIÈCES JOINTES

Une étude interne a été menée dans le secteur à travers un instrument de recherche (le sondage) visant à connaître les goûts, les préférences et les possibilités d'emploi dans les habitants du secteur afin de déterminer la faisabilité de créer un magasin de liqueurs et d'épicerie qui offre une variété de produits et contribuer au développement économique et social de la population.

Un questionnaire de 15 questions est développé pour analyser les variables des préférences, des prix, du délai de livraison et de l'emploi, ils appliquées à un échantillon de 35 personnes.

1. Selon votre savoir, quels secteurs (industriels ou commerciaux) génèrent plus d'employabilité dans la localité?
 - a) Commercial
 - b) Industriel

2. Considérez-vous avantageux de créer un magasin liqueur et une épicerie dans le secteur où vous étudiez ou travaillez?
 - a) Oui
 - b) Ne pas

3. Lorsque vous dans un bureau de tabac, habituellement, qu'est-ce que vous achetez?

Vous pouvez choisir plus d'une option.

 - a) Boissons alcoolisées
 - b) Cigarettes
 - c) Doux
 - d) Paquets

4. Pensez-vous que le magasin contribuerait à accroître le niveau d'employabilité dans le secteur commercial, dans la ville de Chapinero?
 - a) Oui
 - b) Ne pas

5. Si votre réponse a été positive. À quelle fréquence prenez-vous des boissons alcoolisées?
 - a) Tous les jours
 - b) Hebdomadaire
 - c) Une fois par mois
 - d) Seulement à des dates spéciales

6. D'après votre connaissance, quels sont les endroits suivants, pensez-vous, génère plus d'emplois dans une ville de Bogotá?
 - a) Usaquen
 - b) Chapinero
 - c) Suba

7. Combien d'argent dépensez-vous en moyenne lorsque vous consommez de l'alcool?
 - a) \$10.000 a \$20.000
 - b) \$20.000 a \$40.000
 - c) De \$40.000 en avant

8. Aimez-vous fumer?

- a) Oui
- b) Ne pas

9. Si votre réponse a été positive. À quelle fréquence consommez-vous une cigarette?

- a) 2 fois par jour
- b) 1 jour
- c) Une fois par semaine

10. Lorsque vous consommez des boissons alcoolisées ou des cigarettes, achetez-vous des bonbons (comme des menthes ou du chewing-gum) pour éliminer le goût d'alcool ou de cigarette de votre bouche?

- a) Oui
- b) Ne pas

11. Vous mangez des bonbons ou des paquets?

- a) Oui
- b) Ne pas

12. Si votre réponse est positive, vous préférez consommer ...

- a) Gommages
- b) Des chocolats
- c) Des biscuits
- d) Paquets
- e) Autres

13. Considérez-vous important et nécessaire d'avoir une large gamme de produits et d'offrir un excellent service à la clientèle?

- a) Oui
- b) Ne pas

14. Combien d'argent, en moyenne, désirez-vous payer pour un bonbon ou doux?

- a) \$1.000 a \$2.000
- b) \$2.000 a \$5.000
- c) \$6.000 en avant

15. Si vous consommez des boissons alcoolisées, des bonbons ou vous fumez, vous préférez acheter des produits ...

- a) National
- b) International