



<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-05</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>1 de 2</b>
---------------	---------------------	----------------	----------	-----------------	-------------	---------------	---------------

Neiva, 17 de Junio de 2016

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Neiva

El (Los) suscrito(s):

JAIME ANDRES ORTIZ ROJAS, con C.C. No 1.075.230.422 de Neiva.

ANDRES DAVID SILVA GAITAN con C.C. No. 7.729.372 de Neiva

Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado: "proceso de creación, puesta en funcionamiento y expansión empresa MIKOHÉLADOS". Presentado y aprobado en el año 2016 como requisito para optar al título de Especialista en Alta Gerencia; autorizamos al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales "open access" y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.

- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.

- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.



## GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS

### CARTA DE AUTORIZACIÓN



CÓDIGO

AP-BIB-FO-05

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

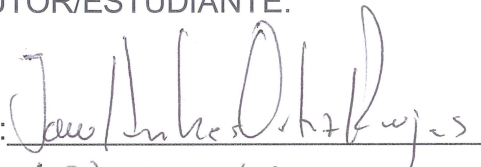
PÁGINA

2 de 2

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores" , los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

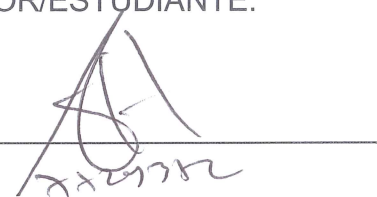
EL AUTOR/ESTUDIANTE:






Firma:

  
I.O.TS. 230.422

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma:



	<b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>						   
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>1 de 3</b>

**TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: “PROCESO DE CREACION, PUESTA EN FUNCIONAMIENTO Y EXPANSION EMPRESA MIKOHELADOS”.**

**AUTOR O AUTORES:**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Silva Gaitán	Andrés David
Ortiz Rojas	Jaime Andrés

**DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

**ASESOR (ES):**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Zapata Domínguez	Álvaro





**PARA OPTAR AL TÍTULO DE:** Especialista en Alta Gerencia.

**FACULTAD:** Facultad de Economía y Administración.

**PROGRAMA O POSGRADO:** Especialización en Alta Gerencia.

**CIUDAD:** Neiva      **AÑO DE PRESENTACIÓN:** 2016      **NÚMERO DE PÁGINAS:** 45

**TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):**

	<b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>						  
	<b>DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2 de 3</b>

Diagramas\_\_\_ Fotografías\_X\_ Grabaciones en discos\_X\_ Ilustraciones en general\_\_\_ Grabados\_\_\_ Láminas\_\_\_ Litografías\_\_\_ Mapas\_\_\_ Música impresa\_\_\_ Planos\_\_\_ Retratos\_\_\_ Sin ilustraciones\_\_\_ Tablas o Cuadros\_X

**SOFTWARE** requerido y/o especializado para la lectura del documento:

**MATERIAL ANEXO:** Fotografías

**PREMIO O DISTINCIÓN** (En caso de ser LAUREADAS o Meritoria):

**PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:** No tiene

**RESUMEN DEL CONTENIDO:** (Máximo 250 palabras)

Neiva es una ciudad de clima caliente y es una ciudad en crecimiento, por tal motivo las pequeñas, medianas y grandes empresas deben aprovechar para invertir.

La línea de helados y bebidas es un mercadeo bueno para estos climas, ya que su movimiento es muy bueno y es el cuarto de hora que debemos aprovechar, estos son productos de consumo masivo para todas las personas y edades, En donde la empresa MIKOHELADOS vio la necesidad de crear una heladería y ver la oportunidad de su expansión en otros lugares de la ciudad donde está el crecimiento de centros comerciales, donde la marca ofrecerá la mejor calidad de productos y servicio.

Este proyecto tiene como fin de informar la historia, creación y puesta en marcha de una microempresa que se dedica a la venta y preparación de todo tipo de helados especiales, empaquetados y bebidas refrescantes.

También se implementara una estrategia de expansión de la heladería en dos nuevos centros comerciales y la atención que se maneja con los clientes para dar posicionamiento de marca con la ayuda de la calidad de nuestros productos que nos darán fama entre nuestros clientes.

**ABSTRACT:** (Máximo 250 palabras)

Neiva is a city of warm climate and is a growing city, as such small, medium and large enterprises should seize to invest. The line of ice cream and drinks is a good marketing para

these climates, as their movement is very good and is the fourth time that we must seize, these are consumer products for all people and ages, MIKOHELADOS where the company saw the need to create an ice cream parlor and see the opportunity to expand in other parts of the city where the growth of shopping

	<b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>					  	
	<b>DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>3 de 3</b>

malls, where the brand will offer the best quality products and service is. This project aims to inform history, creation and implementation of a micro-enterprise that is dedicated to the sale and preparation of all kinds of special ice cream, packaged and refreshing drinks.an expansion strategy of the gelateria in two new shopping centers and care to be handled with customers to provide branding with the help of the quality of our products that will give us reputation among our customers are also implemented.

**APROBACION DE LA TESIS**

Nombre Presidente Jurado: ELIAS RAMIREZ PLAZAS

Firma:



**PROCESO DE CREACION, PUESTA EN FUNCIONAMIENTO Y EXPANSION**

**EMPRESA MIKOHELADOS**

**PRESENTADO POR:**

**JAIME ANDRES ORTIZ**

**COD. 20152139637**

**ANDRÉS DAVID SILVA GAITAN**

**COD. 20152139430**

**PRESENTADO A:**

**DR. ALVARO ZAPATA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION ESPECIALIZACION ALTA GERENCIA**

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA**

**NEIVA – HUILA**

**2016**



**PROCESO DE CREACION, PUESTA EN FUNCIONAMIENTO Y EXPANSION**

**EMPRESA MIKOHELADOS**

**PRESENTADO POR:**

**JAIME ANDRES ORTIZ**

**COD. 20152139637**

**ANDRÉS DAVID SILVA GAITAN**

**COD. 20152139430**

**PRESENTADO PARA OBTENER TITULO DE ESPECIALISTA EN ALTA GERENCIA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION ESPECIALIZACION ALTA GERENCIA**

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA**

**NEIVA – HUILA**

**2016**



## INDICE

	<b>Página</b>
Introducción.....	5
Justificación.....	6
Planteamiento del problema.....	7
Formulación del problema.....	7
Misión y visión.....	8
Objetivos generales y objetivos específicos.....	9
Quienes somos.....	10
Historia del proceso.....	11
Técnica e instrumento de la información.....	13
Puesta en marcha.....	14
Negociación del local.....	14
Aspectos legales.....	14
Contrato.....	15
Adecuaciones.....	16
Nombre, imagen y valor de marca.....	18
Valores corporativos.....	19
Relaciones públicas.....	20
Diseño administrativo.....	22
Perfil del negocio y Manejo de personal.....	23
Capacitación del personal.....	24





Inauguración.....	25
Inversión heladería éxito.....	26
Publicidad.....	27
Plan de mercado.....	28
Catálogo de productos.....	29
Ventajas competitivas y Plan de operación.....	32
Plan de Expansión.....	33
Presupuesto de inversión.....	37
Estructura financiera.....	38
Documentos anexos.....	41



## INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto es de carácter informativo que incluye básicamente los objetivos de una empresa, las estrategias para conseguirlos, la estructura organizacional, el monto de inversión, la creación de la empresa y la puesta en marcha de la misma.

También se ven reflejados varios aspectos claves como la expansión de la heladería en los dos nuevos centros comerciales que llegaran a la ciudad de Neiva en el transcurso de este año, definición del concepto, qué productos o servicios se ofrecen, a qué público estamos dirigidos y quiénes son nuestros competidores.



## JUSTIFICACIÓN

Este proyecto tiene como fin de informar la historia, creación y puesta en marcha de una microempresa que se dedica a la venta y preparación de todo tipo de helados especiales, empaquetados y bebidas refrescantes.

También se implementara una estrategia de expansión de la heladería en dos nuevos centros comerciales y la atención que se manejara con los clientes para dar posicionamiento de marca con la ayuda de la calidad de nuestros productos que nos darán fama entre nuestros clientes.

Como dice nuestro slogan “la magia del helado” queremos llenar todos los momentos de nuestros clientes con magia



## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Neiva es una ciudad de clima caliente y es una ciudad en crecimiento, por tal motivo las pequeñas, medianas y grandes empresas deben aprovechar para invertir.

La línea de helados y bebidas es un mercadeo bueno para estos climas, ya que su movimiento es muy bueno y es el cuarto de hora que debemos aprovechar, estos son productos de consumo masivo para todas las personas y edades,

En donde la empresa MIKOHELADOS vio la necesidad de crear una heladería y ver la oportunidad de su expansión en otros lugares de la ciudad donde está el crecimiento de centros comerciales, donde la marca ofrecerá la mejor calidad de productos y servicio.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

MIKOHELADOS ofrece a sus consumidores variedad de helados y bebidas refrescantes de alta calidad y aun precio justo. Su propósito es posesionar la marca MIKOHELADOS en el sector que mencionamos anteriormente y convertir el helado en un buen hábito alimenticio para las personas y familias.



## MISIÓN MIKOHELADOS

Satisfacer las necesidades, deseos, expectativas de consumo de helados ofreciendo el más amplio portafolio de helados especiales y bebidas naturales con la mejor calidad y servicio personalizado convirtiéndonos en la mejor opción para que grandes y pequeños disfruten de un momento mágico.

## VISION MIKOHELADOS

**MIKOHELADOS** tiene como visión para el 2016 posicionar la marca para ser reconocida en la ciudad de Nieva mediante la elaboración y venta de helados con la mejor calidad, servicios y precios.



## **OBJETIVO GENERAL**

Establecer y comunicar la historia y procesos de la creación de la heladería MIKOHELADOS, también la oportunidad de abrir dos heladerías más en los dos nuevos centros comerciales que se inaugurarán este año en la ciudad de Neiva

Por otra parte mostrar un poco los procesos y funcionamiento de la heladería, sus estrategias de publicidad e inversión.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Darnos a conocer en los dos nuevos centros comerciales donde se pretenden abrir heladerías.

Conocer los procesos, historia, servicio al cliente y estrategias que ofrece la heladería.



## QUIENES SOMOS

**MIKOHELADOS** es una heladería dedicada a la elaboración de helados especiales, venta de productos congelados y empacados, jugos naturales y gaseosas.

Manejamos un amplio portafolio que tenemos a disposición de nuestros clientes y estamos ubicados en el almacén éxito centro antiguo Ley calle 8 # 2 – 21 local 105.

### - ¿Qué necesidades cubre mi producto y/o servicio?

La necesidad que cubre mi producto y/o servicio es el de satisfacer una necesidad.

### - ¿Quién lo comprará?

Nuestro producto lo adquieren niños, jóvenes y adultos con poder adquisitivo.

### - ¿Por qué lo adquirirá?

Los productos que manejamos en nuestro portafolio, nuestros clientes lo adquieren para satisfacer un placer o gusto y para compartir un rato agradable con alguien especial.

### - ¿Dónde se podrá tener acceso a él?

Todos nuestros productos y servicios, lo podrán adquirir en el Local 105 en el almacén éxito centro antiguo Ley calle 8 # 2 – 21 local 105 ciudad de Neiva.

### - ¿Por qué es mejor mi oferta que la de mis competidores directos?

Por la calidad de nuestros productos, la variedad de nuestro catálogo y el servicio personalizado que manejamos en la heladería.



## HISTORIA DEL PROCESO

En este local antes funcionaba una heladería que duro aproximadamente 15 años ofreciendo sus productos a los clientes del almacén éxito, la antigua dueña le toco trasladarse fuera de la ciudad y cedió este local a una persona natural, la cual tomo el mando y administración de ella.

Esta nueva administración bajo la calidad de los productos y la atención al público era bastante mala, lo cual llevo a que la inmobiliaria éxito a tomar la decisión de solicitar el local debido a las constantes quejas de los clientes y a la reputación del almacén.

En febrero de 2015 la heladería antigua cerró sus puertas y esta zona como el almacén éxito quedo sin este servicio, al pasar más de un año la Inmobiliaria éxito la cual es la encargada de comercializar los locales de los almacenes éxito a nivel nacional, llamo a la señora Carmen Gaitan Garzon para ofrecerle un local, ya que nuestra familia cuenta con más locales en otros almacenes éxito, fue cuando se tomó la decisión de tomarlo y abrir MIKOHELADOS, el local 115A de 10 metros cuadrados que esta al interior del almacén éxito centro ubicado en el micro centro de la ciudad de Neiva.

Al tomar el local en arriendo empezamos a realizar los documentos legales como la negociación del local con almacenes éxito, creación de empresa en la cámara de comercio, la creación en la DIAN, negociaciones con los proveedores y todo lo relacionado con lo de la apertura de la nueva heladería.

Por otro lado se decidió colocarlo en marcha con nuevas políticas de producción y atención al cliente para forjar un nuevo portafolio de productos gracias a las debilidades que tenía en el anterior negocio.





También empezamos a dar ideas para el nombre de la nueva heladería y el nombre la nueva marca que gano fue **MIKOHELADOS** con el slogan “la magia del helado”, adicional fuimos creando el nuevo portafolio que ofreceríamos a nuestros clientes, el cual sería un portafolio renovado donde ofrecemos variedades de productos con nuevos sabores y lo más importante que ofrecemos momentos mágicos para nuestros clientes.



## TECNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INFORMACION

Para poder reunir toda la información que se requería para realizar el trabajo, nos integramos un poco a la heladería MIKOHELADOS para conocer más sobre ella, su historia, su creación y sus objetivos, también con la ayuda de las tutorías del Doctor Álvaro Zapata reformamos todo lo requerido para la presentación del trabajo.

E igual agradecer a todo el personal de la heladería que nos colaboró bastante y nos resolvió todas nuestras preguntas y dudas.



## LA PUESTA EN MARCHA MIKOHELADOS

### NEGOCIACION DEL LOCAL:

Tomar un local con la cadena éxito es un poco difícil y delicado, ya que es una empresa muy fuerte y organizada, todo se empieza con presentar un proyecto del servicio o producto que se va a ofrecer ya que ellos hacen un análisis de competencia y sostenibilidad a corto y largo plazo, después de estar aprobado el proyecto la inmobiliaria éxito solicita unos documentos para el análisis de la vida crediticia del arrendatario y conocer un poco del pasado del mismo.

Después de estar aprobado este análisis se envía un diseño de cómo será el montaje del local con aviso de fachada y muebles al interior, como un foto montaje.

Enseguida la inmobiliaria éxito envía el contrato para que este sea verificado por el arrendatario, firmado y autenticado ante notaria y es enviado por correo a la sede de Medellín del grupo éxito.

También se adquiere una póliza de riesgo ante terceros y personal que laborara en el local, este cubre cualquier accidente que tenga algún cliente o personal interno en el local y también ampara a los empleados llegado el caso de la empresa caer en quiebra.

### ASPECTOS LEGALES

Como toda empresa para funcionar debe estar registrada ante la cámara de comercio y la alcaldía de Neiva, este proceso empezó con escoger el nombre el cual sería la marca y recordación de nuestros clientes, se pensó en un nombre sencillo y fácil de recordar, como en mi familia tenemos



a un sobrino llamada Nicolás, decidimos colocarle MIKOHELADOS, lo hicimos con un animal que es extrovertido y de la parte tropical, esto le daría un toque de caricatura e infantil y sería muy visto por los niños.

El negocio ante la DIAN quedo registrado como persona natural, cumpliendo con documentos de certificado de bomberos, documentos y procesos que serán avalados por la secretaria de salud municipal.

También el personal que trabajara en el local estará afiliado en riegos profesionales, seguridad social y pensión.

## **CONTRATO**

El contrato es algo un poco amplio el cual tienes estos principales términos que se deben regir por la marca de nosotros y la marca de ellos:

- El contrato se celebra en un año con renovación automática.
- Cancelación del contrato en el momento de llegar de incurrir en algunas de las cláusulas expuestas en el.
- Contar con una póliza de cubrimiento total.
- Cumplir con los pagos acordados y en las fechas establecidas.
- Aumento en un porcentaje, estipulado por el gobierno anualmente.
- Cumplir con las reglas y condiciones del almacén.
- Cumplir con la calidad de los productos y servicio.
- Área arrendada.



- Políticas de publicidad al momento de usar la marca Éxito.

## ADECUACIONES

El local es propiedad del almacén y toda adecuación que se le haga es de parte del arrendatario y todo gasto corre por cuenta de él y al momento de entregarlo debe quedar como el almacén se lo entregó. El local lo entregaron solo con paredes, piso, cielo raso en mal estado y la reja del local. Cuando no lo entregaron se pintó, se lavó las paredes y el piso, se limpió el cielo raso que es en icopor todo es por el lado de la limpieza, después viene la parte de los muebles y las neveras.

Por otra parte estas adecuaciones de la publicidad que se maneja colores vivos alusivos a los helados y se manejan unos cuadros en acrílicos donde se colocara la publicidad de los precios con las fotos de los productos que se manejan en el portafolio de la heladería e igual en la mesa de la barra va forrada con papel adhesivo también alusivo con imágenes de helados y el pendón que va en la parte inferior de la mesa que da la cara hacia los clientes con publicidad de los productos de la heladería.

- Las 2 neveras que son comodato por parte de la empresa CREM HELADO
- La nevera de las bebidas en comodato por parte de la empresa POSTOBON
- El mueble que sostiene el lavaplatos que es todo en acero inoxidable y en aluminio como lo exige la secretaria de salud.
- Un cajón en aluminio, vidrio y acetato, que está colgado donde se guarda todos los desechables.



- Mesa en la parte de la barra donde se coloca el salpicón y algunos elementos para que estén a disposición del cliente.
- Base para colocar la registradora.
- La registradora con todos los códigos que se manejan en la heladería.
- Cuadros en acrílico donde va la publicidad en la parte de las paredes.
- 5 sillas para los clientes



## NOMBRE, IMAGEN Y VALOR DE MARCA

El nombre de la marca es MIKOHELADOS, es un nombre que nació en una reunión familiar en primer lugar teníamos planeado de colocarle NIKOHELADOS, ya que tenemos un sobrino llamado Nicolás, pero se decidió colocarle MIKOHELADOS, por integrar a una caricatura de Miko para los niños.

Este es nuestro Logo y el slogan es “La magia del helado” que fue el toque final para darle propiedad y textura al logo.





## VALORES CORPORATIVOS

**Compromiso:** estamos comprometidos con nuestros clientes para llevar los mejores productos, con los mejores estándares de calidad y servicio.

**Servicio:** El éxito de nuestra empresa, se debe al servicio personalizado que prestan nuestros colaboradores para que nuestros clientes tengan la mejor experiencia de servicio y atención, de manera responsable, oportuna y eficiente, para satisfacer sus necesidades.

**Responsabilidad:** Todos nuestros actos se orientan a cumplir los compromisos y promesas hechas a nuestros proveedores, colaboradores y clientes con integridad y sentido de propósito.

**Calidad:** Trabajamos cada día para realizar bien nuestro trabajo, mejorándolo constantemente, con el compromiso de cumplir las especificaciones y estándares de preparación preestablecidos por la empresa.

**Honestidad:** Nuestra empresa se distingue por la claridad en sus actos y la congruencia entre lo que se cree, se dice y se hace.

**Respeto:** Valoramos a las personas y sus distintas maneras de pensar y actuar, para mantener una buena relación y comunicación.

**Innovación:** trabajamos el día a día para buscar y crear nuevas opciones viables y rentables, para liderar en la innovación de nuestros productos y servicios, brindando soluciones útiles y de valor para los Clientes.





## RELACIONES PÚBLICAS.

Para que toda empresa tenga reconocimiento entre sus colegas y en la parte comercial debe tener unas buenas relaciones públicas que son los mismos proveedores los cuales nos ofrecen los productos para conformar nuestro portafolio, el cual es la parte principal para ofrecer la mejor calidad de nuestros helados y bebidas.

Nuestras alianzas con las mejores marcas nos dan prestigio y fortaleza, para crear un portafolio respetado que nos muestra antes nuestros clientes como una empresa que ofrece los mejores productos con la mejor calidad.

Nuestros proveedores:

### CREM HELADO.



Es una marca reconocida y sus productos están bien situados y en la mente de los consumidores, manejan un portafolio con una variedad de productos que son muy buenos y que gustan muchos, además su helado es de muy buena calidad y tiene un sabor especial, al manejar con ellos solo los productos de CREM HELADO, ellos son prestan las neveras las cuales en este caso son dos que tiene nuestra heladería NIKOHELADOS.



**POSTOBON.**



Es una empresa muy situada y que maneja un amplio portafolio de bebidas, su variedad de productos y sabores de bebidas la tiene como la mejor opción al momento de tenerla en nuestro negocios, es el caso de que nuestra heladería MIKOHÉLADOS, negocio la exclusividad de producto con ellos y a cambio ellos nos ofrecen mejores precios y nos prestan la nevera para guardar las bebidas que se venden al público.

**ÉXITO**

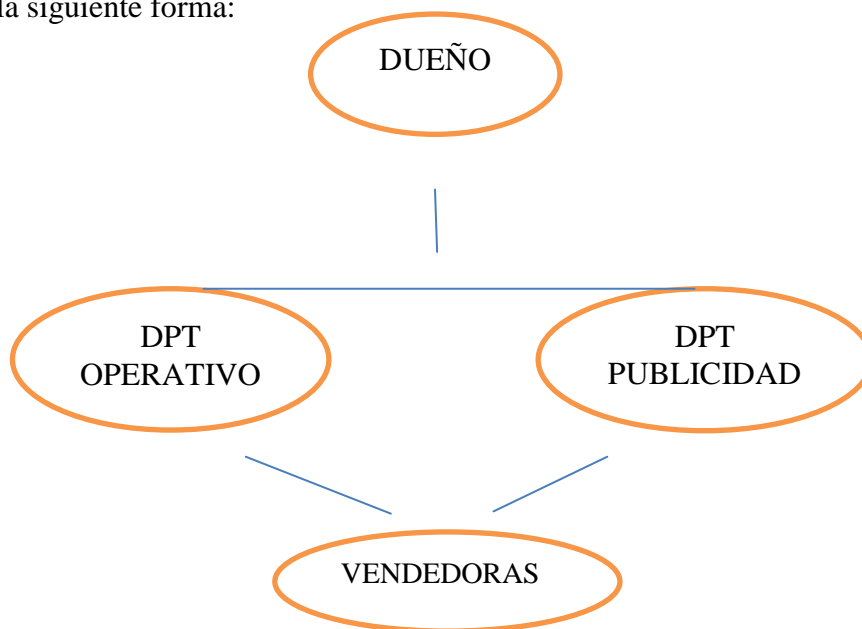


Es una empresa fuerte y estable que maneja la parte comercial e inmobiliario a nivel nacional cuenta con más de 500 almacenes en Colombia y tiene presencia en otros países de latino américa, con ellos manejamos la parte del canon de arrendamiento y algunas veces se realiza la compra de las frutas ya que manejan muy buena calidad que se necesita para la elaboración de nuestros productos.



## DISEÑO ADMINISTRATIVO

Nuestra empresa está organizada de la siguiente forma, como es una PYMES pequeña empresa se designa de la siguiente forma:





## **PERFIL DE NEGOCIO**

Qué queremos lograr: MIKOHELADOS quiere posicionar su marca por medio del servicio al cliente y por la calidad de sus productos al igual por la ubicación de sus puntos de venta.

Cómo vamos a lograrlo: MIKOHELADOS quiere lograrlo manejando unos estandares de calidad y adquiriendo siempre los mejores productos de los mejores proveedores.

Hacia dónde queremos llegar: MIKOHELADOS quiere abrir mas puntos de ventas para tener buen cubrimiento de marca.

La estrategia que utilizamos para lograrlo: MIKOHELADOS quiere manejar una estrategia amplia de publicidad de acuerdo a la ubicación del punto donde se encuentre ubicado y manejando siempre la mejore calidad de sus productos y servicio.

## **MANEJO DE PERSONAL Y CONTRATACION.**

En cuanto al manejo de personal y contratación, la cadena éxito tiene presencia en ello, ya que obligan a la empresa que toma los locales a que contraten a su personal con todas las de la ley como lo exige el gobierno como lo es: las prestaciones legales, ARL, ARP, Seguridad social, Pensión, ETC, se maneja con ellos un contrato por termino fijo en los primeros meses y año con renovación automática.



## CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

Por el lado de las capacitaciones, el almacén éxito les dicta unas capacitaciones de servicio al cliente y de manejo de seguridad que son políticas internas que maneja el almacén y que todo el personal debe cumplir, también se les dicta un curso de manipulación de alimentos, en el cual se les explica el manejo básico y reglas que deben tener con los alimentos e igual que los procesos que se tienen en cuenta al atender los clientes.



## INAUGURACION

La inauguración se realizó el día 16 de abril del presente año, en la cual se unieron nuestros proveedores que nos apoyaron con obsequios y degustaciones que se repartieron entre los clientes que visitaban ese día el almacén éxito.

Por otra parte se decoró el local con globos y se repartió a los niños degustación de helados y globitos de cara feliz con palito cada uno.

Adicional se hizo un despliegue de publicidad por durante un mes en la que se organizó los cuatro sábados del mes y se manejó volanteo, sonido interno del almacén y sonido exterior en el parqueadero.



## INVERSION MONTAJE HELADERI ÉXITO CENTRO

En este local se realizó las adecuaciones pertinentes para empezar con la labor del local, lo bueno con la inversión de este local es que ya estaba adecuados con paredes y piso, que en algunos casos los entregan en obra negra y el arrendatario debe colocar todas las adecuaciones, esto sucede cuando el local es nuevo, que en el caso de nosotros ya tiene tiempo de funcionar.

CONCEPTO	VALOR UNIDAD	TOTAL
Primer surtido helados gourmet	\$500.000	\$500.000
Primer surtido helado empaquetado	\$500.000	\$500.000
Primer surtido de Postobon	\$350.000	\$350.000
Frutas	\$150.000	\$150.000
Muebles y enseres	\$1.100.000	\$1.100.000
Adecuaciones	\$1.000.000	\$1.000.000
Publicidad	\$1.000.000	\$1.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$4.600.000</b>	<b>\$4.600.000</b>



## PUBLICIDAD

MIKOHELADOS cuenta con una publicidad creativa donde se resalta colores vivos y diseños que dan aspectos mágicos para nuestros clientes, el local de la heladería cuenta con acrílicos en el fondo con luz indirecta en la parte de atrás donde se nota el portafolio que ofrece la heladería a sus clientes con los respectivos precios.

Además en las paredes están forradas con papel alusivo a la imagen que vemos a continuación y una buena iluminación, además cuenta con volantes y una cuña radial que se escucha en el interior del almacén éxito.



Imagen diseñada directamente por el departamento de publicidad de la empresa





## PLAN DE MERCADO

En la actualidad la heladería se encuentra en el interior del éxito centro y su proyección es de ubicar dos más en el interior de los dos nuevos centros comerciales que llegaran a Neiva en este año que son la Santa Lucia Plaza y el Centro Comercial Unicentro.

De acuerdo a su ubicación se manejara un plan de mercado pero con el mismo protocolo para seguir una línea de marca igual y no confundir a los clientes y a la ves posicionar la marca.



## CATÁLOGO DE SERVICIOS Y PRODUCTOS.

MIKOHELADOS cuenta con un portafolio renovado y con una variedad de productos.





## Mikohelados

Salpicón 9 onz. ....	\$ 1.500
Salpicón 12 onz. ....	\$ 2.000
Salpicón 14 onz. ....	\$ 2.500
Salpicón 9 onz. + Helado .....	\$ 2.000
Salpicón 12 onz. + Helado .....	\$ 2.500
Salpicón 14 onz. + Helado .....	\$ 3.000
Jugo Mandarina 12 onz. ....	\$ 1.500
Jugo Mandarina 14 onz. ....	\$ 2.000

Cono 1 bola de helado .....	\$ 2.000
Cono 2 bolas de helado .....	\$ 3.000
Ensalada de Frutas 16 onz. ....	\$ 5.000
Ensalada de Frutas 24 onz. ....	\$ 7.000
Canasta de Fruta, 1 bola helado ....	\$ 3.000
Canasta de Fruta, 2 bolas helado ..	\$ 4.000
Banana Split .....	\$ 5.000
Canasta Infantil .....	\$ 3.500

Porción de Frutas sin Aderezos .....	\$ 3.000
Brownie con Helado .....	\$ 4.900
Sandwich de Jamón y Queso .....	\$ 1.500
Malteada .....	\$ 5.000
Jugo con Aloe vera .....	\$ 5.000
Copa yogurt Cereal .....	\$ 6.000

*La magia del helado...*

## Mikohelados

Porción de Frutas sin Aderezos .....	\$ 3.000
Brownie con Helado .....	\$ 4.900
Sandwich de Jamón y Queso .....	\$ 1.500
Malteada .....	\$ 5.000
Jugo con Aloe vera .....	\$ 5.000
Copa yogurt Cereal .....	\$ 6.000

*La magia del helado...*





## Mikohelados

Salpicón 9 onz. ....	\$ 1.500
Salpicón 12 onz. ....	\$ 2.000
Salpicón 14 onz. ....	\$ 2.500
Salpicón 9 onz. + Helado .....	\$ 2.000
Salpicón 12 onz. + Helado .....	\$ 2.500
Salpicón 14 onz. + Helado .....	\$ 3.000
Jugo Mandarina 12 onz.....	\$ 1.500
Jugo Mandarina 14 onz.....	\$ 2.000

*La magia del helado...*

## Mikohelados

Cono 1 bola de helado .....	\$ 2.000
Cono 2 bolas de helado .....	\$ 3.000
Ensalada de Frutas 12 onz. ....	\$ 5.000
Ensalada de Frutas 16 onz. ....	\$ 7.000
Canasta de Fruta, 1 bola helado ....	\$ 3.000
Canasta de Fruta, 2 bolas helado ..	\$ 4.000
Banana Split .....	\$ 5.000
Canasta Infantil .....	\$ 3.500

*La magia del helado...*



## VENTAJAS COMPETITIVAS Y COMPETENCIA DEL MERCADO

Las ventajas competitivas de **MIKOHELADOS** es la preparación de nuestros helados que no tenemos competidores al nuestro alrededor que nos afecten directamente y también nos fortalece mucho son los clientes que transitan al momento de entrar y salir del almacén el cual es un tráfico muy alto que aproximadamente son de 1.500 clientes.

## PLAN DE OPERACION

En la heladería **MIKOHELADOS** se maneja un plan de operaciones fijo que siempre se sigue de acuerdo a su protocolo en el cual toda la materia prima entra a la heladería, proveniente de buenos proveedores como **CREM HELADO**, **POSTOBON**, **ÉXITO** y las frutas de almacenes que manejan calidad de productos, estos pasan a la producción interna de nuestra heladería para elaborar nuestros helados especiales y después ser adquiridos por nuestros clientes.

El costo de elaboración depende del producto ya que la materia prima se compra por cantidad y la mayoría es utilizada en más de un producto.



## PLAN DE EXPANSION

Por medio del presente proyecto queremos informar sobre la oportunidad de invertir en los dos centros comerciales que llegaran a Neiva para la expansión de la heladería, estos son centros comerciales muy buenos en los que estamos seguros MIKOHELADOS tendrá una muy buena acogida.

### CENTRO COMERCIAL UNICENTRO

Con una inversión de más de 160.000 millones de pesos, la firma Pedro Gómez y Cía llegará a Neiva con su marca Unicentro, el centro comercial más grande que tendrá la capital del Huila.

Unicentro Neiva consta de 34.000 metros cuadrados de área comercial y 73.000 metros cuadrados de área construida, espacio en el que se albergarán las más reconocidas marcas nacionales e internacionales.

Por ejemplo, se confirmó que la multinacional CENCOSUD llegará a Neiva con su famosa tienda EASY, especializada en artículos para el hogar y la construcción. Dicha tienda será de 7.500 metros cuadrados, en donde los compradores encontrarán gran variedad de productos. De igual forma, a Neiva llegará de la mano con Unicentro Neiva la reconocida tienda por departamentos FLAMINGO, que ya hace presencia en varias ciudades del país. En Unicentro Neiva se construirá una sucursal de Almacenes Éxito, en un área de 4.000 metros cuadrados, con el propósito de atender a los compradores del sur de la ciudad.

“Unicentro Neiva llega de la mano con un complejo residencial, es decir, nuestro concepto es de MULTICENTRO, que consiste en un centro comercial Unicentro con vivienda alrededor, esa



vivienda serán 1.400 apartamentos con áreas que van desde 65 hasta 120 metros cuadrados más el centro comercial, que es el que vamos a lanzar hoy. Es un proyecto que será el centro comercial más grande de la ciudad, son 34.000 metros cuadrados de área comercial, 73.000 metros cuadrados de área construida y va a tener una inversión cercana a los 160.000 millones de pesos”

El centro comercial tendrá cinco salas de cine, 150 locales comerciales, 900 estacionamientos para carros y 500 para motos, para brindarles amplia comodidad a compradores y visitantes.

“Este centro comercial para Neiva representa impuestos en unos montos importantes, generación de empleo pues consideramos que durante la construcción debemos estar generando entre 600 y 700 empleos directos, unos 1.000 indirectos y al momento de la inauguración el proyecto generará unos 650 empleos permanentes para la ciudad sumado a la generación de impuestos de industria y comercio e IVA, que van a generar beneficios para el municipio”,



Imagen diseñada directamente por el departamento de publicidad de la empresa unicentro



## **CENTRO COMERCIAL SANTA LUCIA PLAZA**

El subgerente de la Constructora Santa Lucía, Jairo Pinzón, aseguró que este es uno de los proyectos más grandes de la capital del Huila. Se espera mejorar la economía y la calidad de vida de más de 3000 neivanos que podrán beneficiarse de los empleos resultantes con la inauguración del complejo comercial.

Con más del 80% de los locales arrendados y otros vendidos, el centro comercial Santa Lucía se prepara para la inauguración en el oriente de la Ciudad. Es uno de los grandes proyectos que las firmas Constructora Santa Lucía y Andalucía Diseño y Construcción tienen en la capital huilense. El Santa Lucía será el segundo mall climatizado del sur del país. La construcción se desarrolla sobre un terreno de 25.698 metros cuadrados (m<sup>2</sup>) en un edificio de tres pisos para locales comerciales, una cubierta central y dos sótanos para parqueo, con un área total construida de 64.331 m<sup>2</sup>.

Este complejo comercial ofrece al público 220 locales, entre ellos las salas de cine de la empresa Cineland, gimnasio spinning center, canchas de fútbol sintéticas y área para eventos. Para el desarrollo de la obra que tiene el costo aproximado de 110.000 millones de pesos y en ventas se llega a los 200.000 millones de pesos.

“Hoy podemos decir que la gente sí cree en el Huila, que las marcas que se han vinculado al proyecto lo han hecho con cariño y con ese amor que le tienen a esta región surcolombiana, a esta parte del país”, afirmó.

El centro comercial será 100% climatizado con el fin de brindar mayor comodidad a sus visitantes, también contará con 220 locales donde estarán presentes aproximadamente 96 marcas dentro de las que se destacan: Studio F, Bosi, Gef, Naf Naf Colombia, Quest, Mic, Primavera





Shoes, Tennis, Adidas Colombia, Ela, Seven Seven, Totto, Vélez, Ragget, Pilatos Colombia, Americanino Colombia, Espirit, Touche, Calzatodo, Ragstyle, Celio Colombia, Intima Secret Lili Pink, Pat Primo, Phax, entre otras.

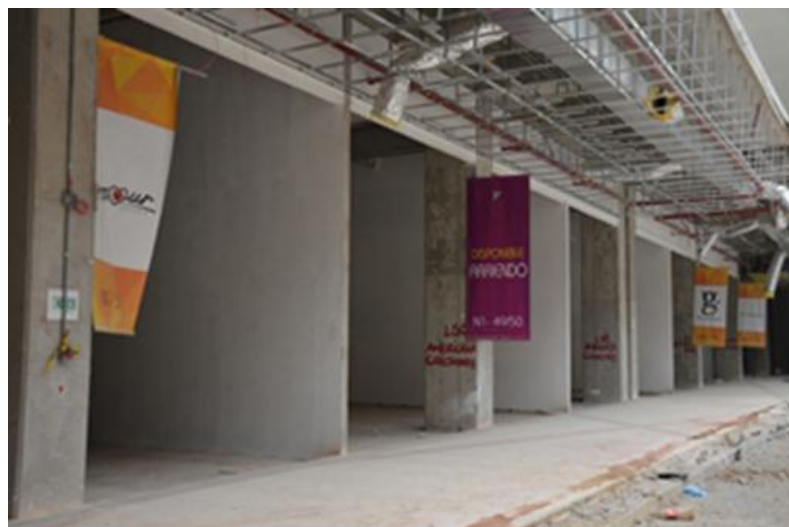


Imagen bajada de la página [www.santaluciaplaza.com](http://www.santaluciaplaza.com)



## INVERSION MONTAJE HELADERIAS NUEVOS CENTROS COMERCIALES

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Pisos incluido materiales	30	\$ 40.000	\$ 1.200.000
Pintada de paredes incluido materiales	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Ensaladera nevera	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Nevera	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Barra	3	\$ 700.000	\$ 2.100.000
Muebles	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Acilicos	5	\$ 200.000	\$ 1.000.000
Equipos de computo	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Meson mas lavaplatos	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
Publicidad adecuacion	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Primer surtido de helados	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Primer surtido de frutas	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Primer surtido de galleteria	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Primer surtido varios	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Primer surtido desechables	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Aviso luminoso	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Caja menor	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Base	1	\$ 200.000	\$ 200.000
<b>TOTALES</b>	<b>53</b>		<b>\$ 18.400.000</b>





## ESTRUCTURA FINANCIERA.

<b>PROYECCIÓN Y GASTOS NUEVAS HELADERIAS CENTROS COMERCIALES</b>							
<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIERCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SABADO</b>	<b>DOMINGO</b>	<b>TOTAL SEMANA</b>
\$ 400.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 400.000	\$ 1.000.000	\$ 1.500.000	<b>\$ 4.200.000</b>
<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIERCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SABADO</b>	<b>DOMINGO</b>	<b>TOTAL SEMANA</b>
\$ 400.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 400.000	\$ 1.000.000	\$ 1.500.000	<b>\$ 4.200.000</b>
<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIERCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SABADO</b>	<b>DOMINGO</b>	<b>TOTAL SEMANA</b>
\$ 400.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 400.000	\$ 1.000.000	\$ 1.500.000	<b>\$ 4.200.000</b>
<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIERCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SABADO</b>	<b>DOMINGO</b>	<b>TOTAL SEMANA</b>
\$ 400.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 400.000	\$ 1.000.000	\$ 1.500.000	<b>\$ 4.200.000</b>
<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>						<b>TOTAL SEMANA</b>
\$ 400.000	\$ 300.000						<b>\$ 700.000</b>
							<b>TOTAL VENTA MES</b>
							<b>\$ 17.500.000</b>
<b>COCEPTO GASTO MES</b>		<b>VALOR</b>					
ARRIENDO		\$ 4.000.000					
RECIBO ENERGIA		\$ 1.000.000					
RECIBO AGUA		\$ 400.000					
NOMINA		\$ 1.500.000					
SURTIDO HELADO		\$ 3.000.000					
SURTIDO FRURTAS		\$ 2.000.000					
SURTIDO GALLETERIA		\$ 1.000.000					
SURTIDO VARIOS		\$ 500.000					
GASTOS ADICIONALES		\$ 300.000					
<b>TOTAL GASTOS MES</b>		<b>\$ 13.700.000</b>					
<b>TOTAL VENTA MES</b>		<b>\$ 17.500.000</b>					
<b>TOTAL GANANCIAS NETAS</b>		<b>\$ 3.800.000</b>					



PRESUPUESTO Y GASTOS MIKOHELADOS ACTUAL							
<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIERCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SABADO</b>	<b>DOMINGO</b>	<b>TOTAL SEMANA</b>
\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ <b>1.260.000</b>
<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIERCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SABADO</b>	<b>DOMINGO</b>	<b>TOTAL SEMANA</b>
\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ <b>1.260.000</b>
<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIERCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SABADO</b>	<b>DOMINGO</b>	<b>TOTAL SEMANA</b>
\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ <b>1.260.000</b>
<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>	<b>MIERCOLES</b>	<b>JUEVES</b>	<b>VIERNES</b>	<b>SABADO</b>	<b>DOMINGO</b>	<b>TOTAL SEMANA</b>
\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ <b>1.260.000</b>
<b>LUNES</b>	<b>MARTES</b>						<b>TOTAL SEMANA</b>
\$ 180.000	\$ 180.000						\$ <b>360.000</b>
							<b>TOTAL VENTA MES</b>
							\$ <b>5.400.000</b>
<b>COCEPTO GASTO MES</b>		<b>VALOR</b>					
ARRIENDO		\$ 1.160.000					
NOMINA		\$ 1.400.000					
SERVICIOS		\$ 100.000					
SURTIDO HELADO		\$ 1.000.000					
SURTIDO FRURTAS		\$ 500.000					
SURTIDO GALLETERIA		\$ 200.000					
SURTIDO VARIOS		\$ 100.000					
<b>TOTAL GASTOS MES</b>		<b>\$ 4.460.000</b>					
<b>TOTAL VENTAS MES</b>		<b>\$ 5.400.000</b>					
<b>TOTAL GANANCIA NETA</b>		<b>\$ 940.000</b>					



**MIKOHELADOS**

**NIT. 36,156,687-0**

**ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE MAYO AL 31 DE MAYO 2016**

<b>INGRESO OPERACIONALES</b>		\$	5.400.000
<b>(-) COSTO DE VENTA</b>		\$	1.800.000
<b>TOTAL UTILIDAD BRUTA</b>		\$	3.600.000
<b>(-)GASTOS ADMINISTRATIVO</b>		\$	2.660.000
PERSONAL FIJO	\$	1.400.000	
SERVICIOS	\$	100.000	
ARRIENDO	\$	1.160.000	
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		\$	940.000
<b>UTILIDAD NETA PERIODO</b>		\$	<b>940.000</b>



# DOCUMENTOS ADJUNTOS



Imágenes tomadas por nosotros directamente en el punto de venta





Imágenes tomadas por nosotros directamente en el punto de venta





Imágenes tomadas por nosotros directamente en el punto de venta

**Proyecto de grado**

**Especialización alta gerencia**



Imágenes tomadas por nosotros directamente en el punto de venta