



Plan de negocios MERODEO POMPOSO como fuente de ingreso alterna y creación innovadora  
de bisutería artesanal en la localidad de Engativá

María Lucia Cipagauta Pérez

Programa de Contaduría Pública, Corporación Universitaria Minuto De Dios

Opción de grado

Asesor Metodológico: Martha Isabel Amado Piñeros

Asesor disciplinar: Edward Quintero

Jurado: Javier Carlos Sáenz

09 de marzo del 2020

## Tabla de contenido

Lista de Tablas .....	5
<b>Resumen</b> .....	7
<b>Palabras clave</b> .....	7
<b>Introducción</b> .....	7
<b>CAPÍTULO 1 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	9
1.1 Justificación.....	9
1.2 Formulación Del Problema .....	12
1.2.1 Diagnostico .....	13
1.2.2 Pronóstico .....	13
1.2.3 Pregunta Problema .....	14
1.2.4 Sistematización de la pregunta problema .....	14
1.3 Objetivos .....	15
1.3.1 Objetivo General.....	15
1.3.2 Objetivos Específicos .....	15
1.4 Metodología .....	15
1.4.1 Plan de trabajo .....	17
1.4.2 Fuentes de información .....	18
1.4.3 Técnicas de recolección de la información.....	18
1.4.4 Limitaciones .....	19
1.5 Marco Referencial .....	19
1.6 Marco Teórico .....	20
1.7 Marco Conceptual .....	24
<b>CAPÍTULO II ANALISIS DE MERCADO</b> .....	26
2.1 Perfil del usuario y comprador .....	26
2.2 Investigación De Mercado .....	26
2.2.1. Muestra. ....	28

2.2.2. Investigación de mercado. Encuesta y Resultados .....	28
2.3 Análisis de competencia.....	29
2.4 Concepto de negocio – Componente Innovador .....	30
2.5 Planteamiento de estrategias .....	31
2.6 Estrategias de aprovisionamiento.....	33
2.7. Proyección de ventas.....	33
<b>CAPÍTULO III OPERACIÓN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Fichas Técnicas .....	36
3.1.1 Aretes en madera .....	36
3.1.2 Aretes en acero .....	36
3.1.3 Aretes dobles .....	37
3.2 Proceso de producción del producto .....	38
3.2.1 Aretes.....	40
3.3 Identifique necesidades de inversión.....	40
3.4 Detalles de las condiciones técnicas de infraestructura .....	44
3.4.1 Áreas requerías .....	44
3.4.2 Distribución de espacios.....	45
3.5 Capacidad productiva de la empresa.....	46
<b>CAPÍTULO IV COMPONENTE ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>47</b>
4. Organigrama.....	47
4.2 Manual de Funciones .....	47
4.2.1 Administrador.....	47
4.2.3 Operaria .....	48
4.2.4 Mensajero .....	48
<b>CAPÍTULO V COMPONENTE LEGAL.....</b>	<b>50</b>
5.1 Normativa Empresarial .....	50
5.2 Normativa Tributaria.....	51
5.3 Normativa técnica .....	52
5.3.1 Permisos.....	54
5.3.2 Licencias de funcionamiento .....	55
5.3.3 Registro.....	57

5.3.4 Reglamento.....	58
5.4 Normatividad laboral.....	59
5.5 Normatividad ambiental.....	60
5.6 Registro de marca.....	62
5.7 Propiedad intelectual.....	63
<b>CAPÍTULO VI COMPONENTE FINANCIERO .....</b>	<b>65</b>
6.1 Estado de situación financiera.....	65
6.2 Estado de resultados .....	66
6.3 Flujo de caja .....	67
6.4 Punto de equilibrio .....	69
6.5 Indicadores financieros .....	70
<b>CAPÍTULO VII CONCLUSIONES .....</b>	<b>71</b>
5.1 Conclusiones .....	71
5.2 Modelo Canvas.....	73
Referencias .....	74
Anexos.....	78

## Lista de Tablas

Tabla 1 Plan de Trabajo .....	17
Tabla 2 Proyección Poblacional Engativá 2019 .....	27
Tabla 3 Proyección de ventas totales a un año .....	33
Tabla 4 Proyección de ventas primer año .....	34
Tabla 5 ventas proyectadas a 2 y 3 años .....	35
Tabla 6 Ficha técnica aretes .....	36
Tabla 7 ficha técnica aretes en acero .....	36
Tabla 8 ficha técnica aretes dobles .....	37
Tabla 9 Flujo grama de elaboración producto .....	38
Tabla 10 Activos Fijos .....	40
Tabla 11. Costos directos .....	42
Tabla 12. Personal requerido .....	42
Tabla 14. Costos Indirectos de Fabricación (CIF) .....	43
Tabla 15. Relación total de la inversión.....	43
Tabla 16 licencias de funcionamiento.....	55
Tabla 17. Estado de Situación Financiera.....	65
Tabla 18. Estado de resultado .....	66
Tabla 19 Flujo de caja.....	67
Tabla 20. Punto de equilibrio.....	69

**Lista de Graficas**

Grafica 1 Pirámide poblacional .....	27
Grafica 2 Instagram Merodeo Pomposo .....	32
Grafica 3 Proyección de Ventas a un año .....	34
Grafica 4 cursograma proceso .....	39
Grafica 5 Plano de distribución de espacios .....	45
Grafica 6. Unidades proyectadas en el año .....	46
Grafica 7 Organigrama por áreas .....	47
Grafica 8 logo merodeo pomposo.....	63
Grafica 9. Grafica punto de equilibrio .....	69
Grafica 10. Modelo Canvas .....	73

## **Resumen**

Evidencias sobre emprendimientos familiares en la categoría bisutería en la ciudad de Bogotá, dan cuenta de la aplicación de conceptos tales como; inversión, organización, ganancias y reinversión. Empresas que acuden a canales de venta directa por medio de tiendas y páginas web, además de hacer uso de las redes sociales para interactuar con los clientes. El presente emprendimiento se fundamenta en la viabilidad financiera de “Merodeo Pomposo”, con objetivo de brindar una posibilidad de ingresos adicionales a mujeres entre 18 y 35 años. Se realizó una investigación de mercado en la localidad de Engativá en la ciudad de Bogotá Colombia, los resultados evidencian las preferencias del grupo objetivo, y la inversión de activos fijos necesarios para dar inicio a la producción, generando una utilidad del 40%, y permitiendo alcanzar el punto de equilibrio en un año.

## **Palabras clave**

Emprendimiento, artesanías aretes, social selling, redes sociales, bisutería, ventas online

## **Introducción**

Bogotá como capital es una ciudad que, “concentra 40% de las empresas de la industria creativas del país” (Dinero, 2018, p. 13). Permitiendo la expansión de la economía y como resultado la oportunidad de crear empresa de producir emprendimiento y que los procesos de creatividad sean explorados.

“Para los emprendedores y empresarios interesados en buscar acceso a capital inteligente, la Cámara, que cumple 140 años como aliada de los empresarios, ofrece un portafolio de servicios a la medida del sector productivo, que incluye etapas de diagnóstico de sus necesidades y

acompañamiento personalizado a través de formación, asesoría y contacto para negocios” (Camara de Comercio de Bogota, 2018, p. 11).

En este sentido, se hace necesario establecer los posibles riesgos que se van a presentar durante el desarrollo del emprendimiento, y resaltar una característica clave del emprendedor.

Las personas con un ‘locus’ de control interno alto piensan que ellos son capaces de controlar los resultados, por lo que dedicarán más esfuerzo y persistencia hacia los resultados deseados, lo que, a su vez, debería ayudar a iniciar una aventura empresarial y a mantenerla exitosamente (EDEM, 2014, p. 10).

Lo anterior, establece unos criterios de compromiso y creatividad para el actual emprendimiento; teniendo en cuenta que, el producto es común en el mercado y tiene un cliente específico. Lo anterior, genera que la publicidad, creación e impacto ambiental, deben ir de la mano con la innovación para el éxito del negocio.



## CAPÍTULO 1 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1 Justificación

El emprendimiento “Merodeo Pomposo” es diseñado para tener una fuente de ingresos externa al trabajo laboral, según lo citado en artículo 334 de

La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá, por mandato de la ley, en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano. ( Asamblea Nacional Constituyente, 1991, p. 85).

Dado lo anterior, se podría dar inicio a proyectos que permitan mejorar la calidad de vida de personas, por medio de iniciativas de emprendimiento, y a partir de la ley 1780 de 2016 del emprendimiento juvenil la Cámara de Comercio “busca promover la creación de nuevas empresas jóvenes, entendiendo que una empresa joven es aquella conformada por personas naturales o jurídicas que cumplan con ser pequeñas empresas” (Camara de comercio de Bogotá, 2016, p. 1). De igual forma, ofrece a las personas jóvenes abrirse camino en la industria y que este aporte al estado un crecimiento; por lo cual, se cuenta con una serie de beneficios y entidades que apoyan la creación de estos negocios.

Es así como el Fondo Emprender se constituyó como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) el cual, será administrado por esta entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes

universitarios o profesionales que su formación este desarrollando o se haya desarrollado en instituciones que para efectos legales sean reconocidas por el estado (SENA, 2002, p. 2).

Acudiendo a lo establecido por Procolombia...

“este sector es una base importante para la economía nacional, porque se han involucrado a más de 350.000 personas de todas las áreas y etnias, que se dedican a diferentes oficios artesanales, representando el 15% de la ocupación en el sector manufacturero, del cual un 70% se dedican de manera exclusiva a esta industria. El uso de una tecnología propia, el manejo de una identidad cultural y el aprovechamiento de los recursos físicos, humanos y financieros de la localidad para transformar materias primas en objetos con valor a través de sus manos ha venido posesionando al sector artesano colombiano como punto de referencia mundial. A través de la asistencia técnica ancestral de fabricación y junto con el interés de formar los individuos involucrados en la industria, el sector se caracteriza por combinar materiales e innovar formatos, convirtiéndose en potencial de demanda en el mercado internacional, así lo han demostrado productos que a la fecha han sido exitosos en el mercado americano y europeo. Colombia exportó en 2015 USD \$35,9 millones. Los principales destinos de exportación fueron: Japón con USD 5,3 millones (15%), Perú con USD 3,8 millones (10,7%), México con USD 3,7 millones (10,3%), España con USD 3,6 millones (10,1%) y Ecuador con USD 3,1 millones (9%)” (Procolombia, 2015, p. 1).

Lo anterior, evidencia que las artesanías son una industria que se encuentra en crecimiento, es un sector que siempre ha hecho presencia en Colombia y ha aumentado sus ganancias, permitiéndole al país darse a conocer por otros artículos, sin tener que depender de los mismos, como es el caso del café. Sin embargo, la manera de comercializar este tipo de artículos han sido

las ferias de artesanías, como lo mencionan en artesanías de Colombia. En este sentido, este emprendimiento busca innovar en la forma de comercializar el producto, haciendo uso de los escenarios digitales del siglo XXI.

De acuerdo con Thomas Ruchti, profesor de la Universidad Carnegie Mellon, en Pittsburgh...

“creo que las principales razones por las que los inversores creen en Amazon tienen que ver con su capacidad de hacer cosas innovadoras antes que otras empresas o industrias se den cuenta de que es incluso posible. Jeff Bezos comenzó la empresa entendiendo el potencial de compra y venta en línea. Luego trasladó a Amazon a la computación en la nube y esto ahora representa la mitad de los beneficios. Ahora se ha movido a la venta al por menor, entrega de comestible o, dispositivos domésticos, y está trabajando para integrarse en todas las plataformas” (Portafolio, 2018, p. 4).

En este sentido, se define que el proceso de innovación es clave para vender productos por medio de sitios virtuales, la facilidad de adquisición del producto y variación de referencias ha permitido el crecimiento de estas empresas y del mercado, siendo clave para incursionar en los medios digitales, conocer las categorías de productos más comercializadas y apetecidas por los consumidores en la web.

Virviescas además señala “que las Pymes han venido entendiendo la importancia de realizar una transformación digital y los beneficios que esto trae. “Sin duda, estos negocios digitales impactan directamente la economía del país y la dinamizan, son nuevas empresas que generan más empleo, oferta de servicios y bienes para los consumidores” (Portafolio, 2018, p. 9).

Colombia se ha transformado, apostándole más a los procesos en línea, “confirman la tendencia de que en el país no solo se accede a bienes en internet; ahora, los servicios son cada vez más demandados” (El Tiempo, 2018, p. 4) beneficiando a las pymes con el comercio digital, la manera en que llegan a cautivar sus clientes, brindándoles seguridad y rapidez en su compra, es lo que ha permitido el crecimiento del mercado y la posibilidad de crear empresa, teniendo en cuenta que su medio de promoción y venta se hace cada vez más fácil. Por lo cual, este emprendimiento desea generar estabilidad por medio de la venta del producto utilizando las nuevas plataformas, adicionalmente, generar dos impactos; 1) permitir al emprendedor mantener una vida digna, y 2) proporcionar a la mujer un producto de uso diario innovador y con materiales amigables con el medio ambiente.

## **1.2 Formulación Del Problema**

En el año 2019 Colombia finaliza con alza en desempleo según los indicadores dados por el DANE “las mujeres son las que tienen una participación más amplia en la población desocupada, pues fue el segmento donde hubo un aumento significativo.” (Portafolio, 2019, pág. 2). Ante esta noticia, cada día la búsqueda de una estabilidad financiera y calidad de vida buena se ve afectada. Las mujeres quieren lucir más hermosas y generar con los accesorios un impacto en su imagen. Por esto,

A las mujeres les apasiona la joyería ya que representa un símbolo de feminidad e incluso de estatus social. La joyería siempre ha hecho que las mujeres se sientan bellas y seguras. La trascendencia de la joyería reside en su capacidad para resaltar la belleza natural de una mujer. (Castmay, 2009, p. 1).

Pero no todos los aretes son adecuados, por los tipos de materiales y diseños. Abrir puertas a una oportunidad de negocio o fuente de ingreso agregado, por medio de un producto que es común en el mercado y producido con un material biodegradable, duradero, resistente y ajustable a toda necesidad y deseo.

### **1.2.1 Diagnostico**

Las artesanías se ven relacionadas como aquellos objetos que hacen personas de culturas específicas, en Colombia se menciona que (Artesanias de Colombia S.A., 2014, p. 1) “El objeto artesanal cumple una función utilitaria o decorativa y en algunos casos tiende a adquirir carácter de obra de arte. La artesanía se puede clasificar en: artesanía indígena, artesanía tradicional popular, artesanía contemporánea o neoartesanía”. Para el caso del emprendimiento se tendrán en cuenta los accesorios que sirven para potencializar la belleza de la mujer, puntualmente con los aretes.

Los cambios dados por la tecnología, “Las marcas utilizan este tipo de tecnologías para llegar a nuevos consumidores y difundir sus mensajes” (Sanmartín, 2018, p. 5). Hace necesario identificar para el presente emprendimiento, la digitalización como un canal de ventas, teniendo como punto de partida la recomendación conocida como voz a voz. De igual forma, el apoyo que brindan las entidades del estado con respecto a iniciativas de emprendimiento, son dadas por beneficios tributarios mediante las leyes actuales como establece la ley de financiamiento y postulaciones a convocatorias, donde se analizara el emprendimiento y si es aprobado se le dará un capital de inversión como el caso de Fondo emprender SENA.

### **1.2.2 Pronóstico**

El presente emprendimiento se desarrollará en dos grandes líneas: la primera, con el objetivo de brindar una fuente de ingreso adicional, en la que se integren gustos y preferencias con los ingresos, desarrollando productos novedosos e innovadores hechos a mano, con materiales que permitan su uso en diferentes ocasiones, y haciendo uso de las redes sociales como medio de comercialización, posicionando la marca en la mente del consumidor como una marca con esencia, naturalidad e impacto en un mismo arete.

La segunda, con las consecuencias asociadas a la contaminación ambiental, se genera la oportunidad de crear productos con materiales que no afecten el medio ambiente, usando como materia prima para la elaboración de los aretes la madera.

### **1.2.3 Pregunta Problema**

¿Qué factibilidad tiene el emprendimiento “Merodeo Pomposo” con relación al diseño, creación y comercialización de aretes artesanales en la localidad de Engativá?

### **1.2.4 Sistematización de la pregunta problema**

Generar una fuente de ingreso por medio de la creación de una empresa que produce y comercializa un artículo de uso femenino, este es común en el mercado y de fácil acceso. Utilizar la madera para hacer aretes artesanales y que estos sean distribuidos en las redes sociales, definir los tiempos de más compra, el perfil del grupo objetivo, y los escenarios digitales recurrentes para comercializar este tipo de artículos.

Desde el 2009 hasta el 2019 se inició un proyecto de apoyo y fortalecimiento del sector artesanal en Colombia, con respecto al mejoramiento de todas las etapas del proceso productivo y comercial a través de las líneas de divulgación, promoción, capacitación, asesorías de desarrollo social, desarrollo de productos, procesos productivos, organización,

tecnología, comercialización y uso de derechos de propiedad intelectual (Artesanías de Colombia S.A. oficina de planeación, 2009, p. 1).

Con esta iniciativa se busca aumentar y fortalecer el sector de los artesanos, la creación de redes empresariales, innovación y aplicación de nuevas tecnologías. Enriquecer el sector permite que su competencia se haga más sana.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Formular un análisis de factibilidad de la empresa Merodeo Pomposo en el mercado de la bisutería, implementando técnicas artesanales amigables con el medio ambiente, generando un ingreso adicional o principal, por medio de aretes diseñados a mujeres de 18 a 35 años en la localidad de Engativá.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Identificar la viabilidad de los productos en el mercado, implementando materiales eco-ambientales, acudiendo a diseños únicos e innovadores.
- Diseñar la estructura organizacional de la empresa, requisitos, licencias, y procedimientos legales necesarios para ser conformada.
- Definir los recursos bases para iniciar la producción y comercialización, estableciendo un periodo de doce meses para alcanzar el punto de equilibrio.

### **1.4 Metodología**

El diseño del emprendimiento Merodeo Pomposo se inicia evaluando por medio de la práctica, la posibilidad de crear empresa a partir de la iniciativa y los conocimientos empíricos que se tienen sobre la artesanía y de realizar productos a mano. El grupo objetivo se establece en la localidad de Engativá, siendo un sector principalmente residencial, y mujeres entre los 18 y 35 años, se delimita este rango de edad en la primera fase del emprendimiento, teniendo como punto de referencia la capacidad adquisitiva. Para la investigación de mercado, se realizó una encuesta con 29 ítems distribuidos en 9 apartados. El primero con información correspondiente a la edad del encuestado sobre el rango de población determinado, el segundo sobre frecuencia en uso de los aretes, el tercero con preferencia en uso de accesorios, el cuarto la recurrencia de compra, el quinto presupuesto de compra para aretes, el sexto materiales de más gusto, el séptimo expectativas de uso, el octavo medio de pago más utilizado y finalmente el noveno corresponde a compra de productos con garantía, con el fin de conocer los gustos y preferencias del grupo objetivo por medio de una encuesta.

Con el propósito de definir la muestra de la población se acude a la página de la Alcaldía de Bogotá, en la que se establece que en el año 2018 el total de población ubicada en la localidad de Engativá es de 883.319 personas de las cuales, 458.421 son mujeres siendo un poco más del 50% del total de la población. Con los resultados de la encuesta se pretende conocer aspectos asociados a: detalles del producto, precio esperado y competitivo, el mejor canal de distribución, y la estrategia de publicidad, todo lo anterior en el marco de la comercialización digital; estableciendo tiempos de exposición, horas en las que aumenta las visualizaciones, y edades que acuden a estos medios. Consecuentemente, se establecerá la inversión necesaria, activos fijos y procesos de financiación, si se requiere, los estados financieros e iniciar los procesos legales para la constitución de la empresa.



Se diseña el emprendimiento mediante la metodología de modelo canvas, determinando la propuesta de valor, los clientes, canales, socios, recursos y actividades claves, para conocer los costos para iniciar producción, ventas necesarias que proporcionen utilidades y recuperación de la inversión. Todos estos factores se van a recolectar durante la investigación.

### 1.4.1 Plan de trabajo

Para lograr un buen desarrollo del emprendimiento y cumplir con los objetivos es necesario seguir de manera ordenada siete fases relacionadas en la siguiente tabla.

Tabla 1 Plan de Trabajo

<b>Fase</b>	<b>Momento</b>	<b>Descripción</b>
<b>Fase 1</b>	Conceptualización	Reconocer los conceptos como artesanías, comercio digital, redes sociales
		Análisis del sector, importancia de las artesanías en el mercado
		Instituciones que apoyan el emprendimiento
<b>Fase 2</b>	Estudio de mercado	Elaborar el instrumento de medición para conocer los gustos y preferencias de los clientes
		Determinar la muestra de la población finita
		Aplicar el instrumento a la muestra
		Realizar el análisis de los resultados: Preferencia de bisutería, materia prima e insumos, formas de pago, uso y frecuencia de uso, capacidad de pago, y uso en redes.
		Investigar sobre la competencia y precios en el mercado
		Establecer las estrategias de producto, precio, plaza y promoción
<b>Fase 3</b>	Definición de procesos técnicos	Definir tiempos, materiales, procesos y periodos de producción
		Elaborar fichas técnicas de los aretes
		Establecer la capacidad de producción
<b>Fase 4</b>	Procesos legales necesarios para el emprendimiento	Legales de constitución de empresa
		Marca y propiedad intelectual
		Registro
		Aspectos tributarios
<b>Fase 5</b>	Procesos administrativos	Construir el organigrama
		Definir el personal requerido y funciones
		Definir la línea a seguir para la creación del reglamento interno
		Definir el plan de creación de las políticas
<b>Fase 6</b>	Proceso de Finanzas	Establecer activos necesarios para la producción y funcionamiento
		Relacionar los costos de producción, administración y ventas
		Definir el precio de venta

		Elaborar los estados financieros
<b>Fase 7</b>	Indicadores económicos	Implementar indicadores financieros: valor presente neto, tasa de interés de oportunidad
		Definir el punto de equilibrio

Fuente: Elaboración Propia, 2020

### 1.4.2 Fuentes de información

Se acude a proyectos de emprendimiento en la categoría bisutería, datos de la población otorgados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) e información suministrada por la alcaldía de Bogotá. De otra parte, se revisa el apoyo brindado por el estado en iniciativas de emprendimiento tales como; el fondo emprender del SENA y beneficios para creación de empresa, en términos de inversión se consultan autores de costos con el fin de determinar los estados financieros del proyecto, se recurre a expertos en marketing digital para la comercialización de los productos en las redes sociales, y por último para los requisitos de legalidad se consulta la Cámara de Comercio de Bogotá y la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

### 1.4.3 Técnicas de recolección de la información

Se realizó una encuesta al target group, con 29 ítems distribuidos en 9 apartados. El primero con información de la edad del encuestado (1 ítems), el segundo sobre frecuencia de uso (2 ítems), el tercero accesorios de preferencia (3 ítems), el cuarto recurrencia de compra (4 ítems), el quinto presupuesto para compra de aretes (5 ítems), el sexto materiales (6 ítems), el séptimo expectativas del producto (7 ítems), el octavo garantías (8 ítems) finalmente el noveno redes sociales que brinda más seguridad al cliente (9 ítems). Con el fin de conocer los gustos y preferencias de la población objetivo. La encuesta se diseñó en google form y se compartió por email y WhatsApp.

#### **1.4.4 Limitaciones**

Se enviaron 400 encuestas, se recibió información de 229 encuestados, se descartan 10 porque en la pregunta sexta que hacía referencia a los materiales, los participantes agregaron materiales como el oro y la plata; los cuales no están dentro de las opciones, y 7 personas no completaron la encuesta.

#### **1.5 Marco Referencial**

El proyecto desarrollado por Garcia, Martinez & Sierra S, 2017 titulado “uso de Project Managenet en las empresas artesanales, permite incrementar su rentabilidad”, evidencia que al aplicar el Project management en el desarrollo de técnicas para la gerencia de una empresa de diseño, fabricación y comercialización de joyería artesanal; muestra gran afinación o relación con la creación de empresa con productos hechos a mano. De igual forma, permite destacar la relación que existe entre la calidad del producto y los materiales usados en la fabricación, el costo del producto y la calidad de los proveedores.

En el proyecto se trabaja con oro y piedras preciosas como el caso de la esmeralda. Lo que conlleva a que los proveedores son más reducidos y los procesos de creación sean más extensos y de cuidado. El cálculo de la inversión inicial planteado contempla que lo principal es el concepto de propiedad planta y equipo, por el proceso del producto se requiere soldaduras y fundición de estos materiales, por esto la maquinaria requerida debe contener garantías necesarias de uso y seguridad. Los insumos y la implementación del sistema de seguridad industrial también son conceptos que influyen proporcionalmente a la definición de la inversión (Oviedo, 2012).

Centrar el problema en lo inseguro que es usar piezas de bisutería femenina en la calle, por lo llamativo que puede ser tener este tipo de accesorios para los delincuentes que sacan provecho

del robo de estos. Es por esto que se priorizan en su producción para que sean diferentes. Utiliza materiales menos riesgosos, como lo es piedras semipreciosas, cuero trenzado y accesorios de metales aleatorios. Su plus será evidenciado en los diseños. Teniendo en cuenta que los materiales son de bajo costo debe contar con diseños innovadores y que la publicidad realizada permita el cambio de cultura y diversidad de productos. Por el año en que se desarrollaba el proyecto. (Morales Ramirez & Martinez Ramirez, 2013)

En Ecuador la ciudad de Guayaquil, el proyecto busca crear una forma para solucionar problemas socio económico, encontrando ventajas en la elaboración de productos con materias primas dadas por la región y contando con la experiencia de mano de obra, permitiendo que sea comercializada en la región y los clientes principales turistas, para que promocionen internacionalmente el producto. Aprovechar los materiales que da la tierra permite que el daño al medio ambiente sea cada día menos impactante.

La cascara de coco y la concha de nácar son materias primas que la región da, este será el énfasis del proyecto sacando provecho a estos materiales naturales. La mano de obra concentrada en la región permite dar oportunidades de ingresos a las personas y así mejorar su calidad de vida. (Castillo Mora & Tumbaco Ortiz, 2015).

## **1.6 Marco Teórico**

Con el fin de iniciar la puesta en marcha del emprendimiento es necesario determinar los costos que se van a incurrir para poder, hallar el presupuesto y así continuar con la inversión a realizar.

Por eso se inicia reconociendo la definición de la contabilidad de costos

Contabilidad de costos, en un sentido general, sería el arte o la técnica empleada para recoger, registrar y reportar la información relacionada con los costos y con base en dicha información, tomar decisiones adecuadas relacionadas con la planeación y el control de los mismos. La contabilidad de costos industriales es un sistema de información empleado para predeterminar, registrar, acumular, controlar, analizar, dirigir, interpretar e informar todo lo relacionado con los costos de producción, distribución, administración y financiamiento. (Viaña Fernández, 2014, p. 9).

Los costos recolectan una gran información directa o indirecta del producto o servicio. Teniendo en cuenta que los directos se ven de manera relativa en el producto y son principales para el proceso de producción.

Según su comportamiento respecto del volumen de producción o Venta de productos terminados. Se encuentran los costos fijos, que permanecen constantes en su magnitud, dentro de un período determinado, independientemente de los cambios registrados en el Volumen de operaciones realizadas. Y costos variables, cuya magnitud cambia en razón directa al volumen de las operaciones realizadas.

También es necesario determinar el costo según el periodo en que se llevan al estado de resultados, por esto el costo del producto el cual se relaciona con la función de producción. Éstos se incorporan a los inventarios de materias primas o materiales, productos en proceso y productos terminados y se reflejan como activo dentro del Estado de situación financiera (Viaña Fernández, 2014, p. 9).

Es clave para la elaboración de los estados financieros. Los elementos esenciales para determinar los costos son, primero materiales

Son las materias primas que serán sometidas a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados. Se dividen en, materiales directos todos aquellos que están sujetos a transformación, con los cuales se identifica el producto y representan un alto valor en el producto. Materiales indirectos, son los que no se pueden identificar plenamente en los productos. Segundo mano de obra, esfuerzo humano que hace parte de la fabricación, esta puede ser de manera directa, que se mide por medio del salario, beneficio y todas las prestaciones, de las personas que participan en la parte de producción con respecto a la transformación del producto (Viaña Fernandez, 2014, p. 15).

Existe otro componente al momento de determinar el costo del producto y es el valor remunerado a las personas que hacen parte del proceso, pero de manera indirecta personal administrativo y demás erogaciones que se deben hacer para el funcionamiento de la empresa, como son servicios públicos, transporte, promoción y publicidad, entre otros. Estos más conocidos como CIF (costos indirectos de fabricación). El sistema de costos por proceso es el más adecuado para el proyecto teniendo en cuenta que este “acumulan para cada proceso durante un tiempo dado. El total de costos de cada proceso, dividido por el total de unidades obtenidas en el período respectivo, da como resultado el costo unitario en cada uno de dichos procesos”. (Viaña Fernandez, 2014).

De otra parte, en la actualidad el uso de redes sociales como el medio de promoción y comercialización permite tener contacto directo con el usuario, tal y como lo menciona (Peiro, s.f.),

Las redes sociales son comunidades formadas por diferentes usuarios y organizaciones que se relacionan entre sí en plataformas de Internet. En redes sociales

como Facebook, Twitter, Google + o LinkedIn, se pueden formar grupos y compartir información y elementos multimedia como imágenes o vídeos. Esto, según los intereses de los usuarios.

Cada red social tiene sus objetivos y usos particulares, además de que el contenido debe adaptarse a cada una de ellas. Por ejemplo, Facebook es una red social muy útil para contactar amigos, conocer gente con los mismos intereses y crear páginas de empresas. Esto último, para mejorar el branding y posicionamiento. Por otro lado, Twitter es una plataforma de microblogging con mensajes de máximo 150 caracteres (p.1)

En el mercado digital hay nuevos conceptos que permiten conocer y definir la mejor opción para llegar al consumidor, como es

El social selling, es el proceso de utilizar las redes sociales para encontrar e interactuar con los prospectos comerciales, logrando así una venta. Es la forma moderna de crear y desarrollar relaciones significativas con los clientes potenciales. Esto es porque actualmente Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y otras redes sociales son el primer punto natural de contacto cuando un cliente potencial está listo para comprar (Hootsuite, 2019, p. 3).

Esta es la misma esencia del Branding crear ilusión a través de expectativas y culminarla con experiencias de marca relevantes que, como mínimo, satisfagan esas promesas generando vínculos estrechos con la marca. Las empresas tienen que conseguir opiniones positivas y eso se alcanza con acciones positivas... Y el motivo resulta bastante simple: muchas de las decisiones de compra tienen potentes conexiones emocionales.

La clave para que las emociones tomen valor parte de integrarlas en la misma definición del propósito, la promesa y la personalidad de la marca, así como en los beneficios que la marca ofrece (Branward S.L., 2019, p. 5).

Con la creación y el avance de las redes sociales, ha permitido que las personas puedan de una manera fácil y segura, promocionar sus productos, a través de fotos que de manera llamativa impacten la atención de los posibles clientes. Como es el caso de Instagram

Esta red social es la mejor opción ¿por qué? el 40% de las personas responden mejor ante la información visual que ante el texto. Las fotografías y los vídeos son el tipo de contenido que consigue mejor respuesta en redes sociales. Si además le sumas, que esta plataforma tiene más 1000 millones de usuarios empezarás a entender por qué te interesa tener un perfil en esta red social (Webescuela, 2018, p. 20).

De acuerdo con todo lo anterior, se establece para el emprendimiento “Merodeo Pomposo” el uso de las redes sociales como medio para interactuar con el target group, compartiendo textos, imágenes o videos asociados a los intereses identificados en los usuarios, específicamente el Instagram teniendo en cuenta que el 40% de los usuarios de la red social responden positivamente al contenido visual.

## **1.7 Marco Conceptual**

El producto que fabrica la empresa es artesanal hecho a mano, por esta razón se tiene en cuenta conceptos que permiten entender su campo de desarrollo y mercado. Es necesario conocer qué tipo de artesanía maneja Merodeo Pomposo.

La artesanía contemporánea o neo artesanía es la Producción de objetos útiles y estéticos, desde el marco de los oficios, y en cuyo proceso se sincretizan elementos técnicos y



formales, procedentes de diferentes contextos socioculturales y niveles tecno económicos. Se caracteriza por realizar una transición hacia la tecnología moderna y/o por la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos, y destaca la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo. (Artesanías de Colombia S.A., 2014, p. 4).

La empresa artesanal se ubica en el sector de la economía industrial, enfocado en el trabajo manual. Por esto se confirma que en la zona de Engativá las artesanías se promulgan mediante ferias en los centros comerciales y las desarrolladas por la alcaldía.

La localidad de Engativá es la número 10 de Bogotá, está ubicada al noroccidente de la Capital y limita al norte con el río Juan Amarillo, el cual la separa de la localidad de Suba, al Oriente está bordeada por la Avenida del Congreso Eucarístico o Avenida 68, límite con la localidad de Barrios Unidos; al sur con la Avenida Jorge Eliécer Gaitán o Autopista El Dorado y el antiguo camino a Engativá, el que la separa de Fontibón y al occidente limita con el río Bogotá. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2018, p. 1).

## **CAPÍTULO II ANALISIS DE MERCADO**

### **2.1 Perfil del usuario y comprador**

Mujeres con edades entre 18 a 35 años vecinas de la localidad de Engativá.

### **2.2 Investigación De Mercado**

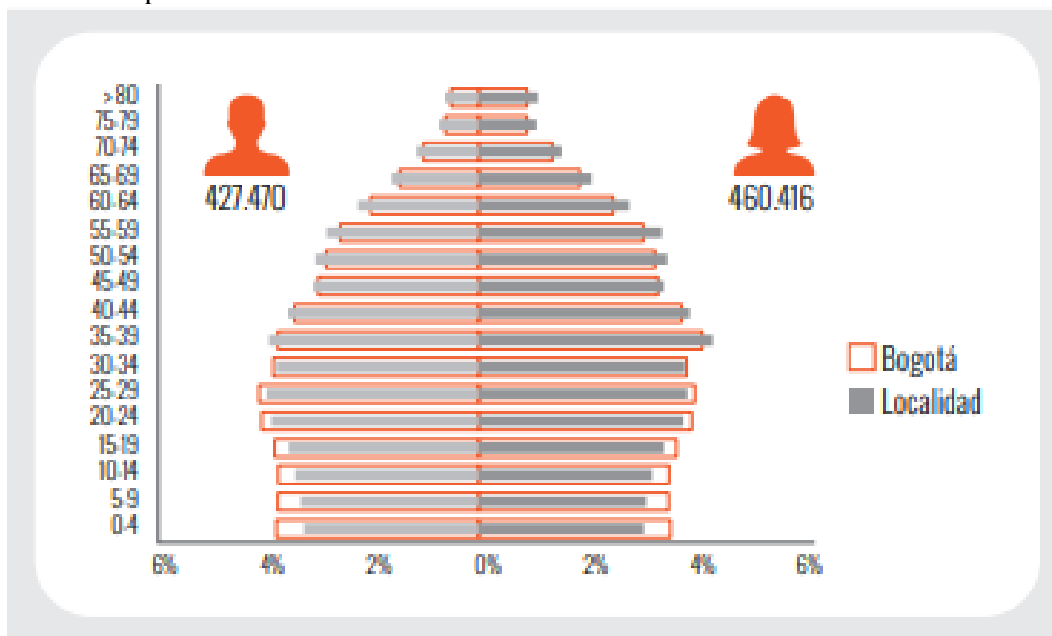
Las compradoras se pueden encontrar en centros comerciales, ferias artesanales, y principalmente en las redes sociales.

Engativá tiene una extensión de 3.612 hectáreas, que corresponde a 4,18% del área del Distrito Capital; por su extensión es la décima localidad del Distrito Capital. Según fuente del DANE se estima que la localidad cuenta con 887.886 habitantes. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2019, p. 2).

Engativá comprende 405 barrios de los cuales según la población total hay 460.416 mujeres, en promedio es más del 50% de la población.

Según la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), realizada por el DANE, entre enero y marzo del 2019, la tasa de ocupación (TO) para el total de la población joven entre los 14 y 28 años de edad fue de 48,1%. Para los hombres fue de 53,3% y para las mujeres de 43,0% (Alzate, 2019, p.4).

Grafica 1 Pirámide poblacional



Fuente: veeduría distrital, 2019

Como se puede ver en la gráfica anterior, el porcentaje más alto son mujeres (460.000, 51,85%), edades entre 20 a 24 años (3,7%), 25 a 29 años (3,8%) y 30 a 34 años (3,6%). De igual forma, en la siguiente tabla se evidencia que los rangos de juventud y juventud adultez en mujeres es de un 11,9%, y el rango de edades sobre un porcentaje de 2 a 4 del total de mujeres en Engativá.

Tabla 2 Proyección Poblacional Engativá 2019

Edad	Total	Hombres	Mujeres	% Hom	% Muj
<b>15-19</b>	63.214	32.592	30.622	3,7	3,4
<b>20-24</b>	68.471	35.545	32.926	4,0	3,7
<b>25-29</b>	73.973	38.650	35.323	4,4	4,0
<b>30-34</b>	79.629	41.835	37.794	4,7	4,3
<b>35-39</b>	75.775	39.040	36.735	4,4	4,1
<b>40-44</b>	71.153	36.114	35.039	4,1	3,9

Fuente: Secretaria de Planeación, 2019

### **2.2.1. Muestra.**

El método de muestreo es no probabilístico. Se realizó un muestreo no probabilístico, con 229 mujeres de la localidad de Engativá, con edades entre 18 y 35 años; este último fue el criterio de inclusión. Todos los participantes firmaron el formato de consentimiento informado y aceptaron participar voluntariamente en la investigación.

### **2.2.2. Investigación de mercado. Encuesta y Resultados**

El 88% de los encuestados tienen edades entre 18 y 35 años (37%: 18-20, 21%: 21-25, 30%: 25-35). El 73% de las mujeres usan aretes todos los días. El 74% de las mujeres participantes usa aretes y el 26% usa anillos, collares y pulseras. El 48% de las personas compran accesorios 3 veces al mes, y el 53% invierten entre \$10.000 y \$20.000 en accesorios. Referente al material de fabricación el 84% prefieren los accesorios en fantasía y que sean fabricados con madera. Frente al sentimiento que acompaña el uso de los aretes; las mujeres esperan sentirse elegantes y exclusivas (65%) y bellas (10%). El 97% se encuentran interesadas en comprar aretes con garantía. Respecto al medio de comercialización digital que genera seguridad el 75% prefiere a Instagram, y el 35% Facebook.

De acuerdo con lo anterior, se podría decir que las edades promedio cumplen con el perfil del cliente al cual se busca llegar, al ser mujeres jóvenes se asocian los conceptos cuidado del medio ambiente y la innovación y exclusividad, el desembolso promedio beneficia el precio del producto ubicándolo en un rango accesible, ofrecer garantía de producto como servicio de postventa es clave, y a plataforma que se usará en la primera fase es Instagram.

### 2.3 Análisis de competencia

En el mercado hay 6 productores de accesorios femeninos, y la principal competencia hoy en día se encuentra en Instagram.

Actualmente, el comercio electrónico en Colombia pasa por uno de sus mejores momentos, de hecho, podríamos decir que, como actividad económica nacional, ha explotado en 2018 con una fuerza que nadie se imaginó. Más de 80 billones de pesos se movieron online durante el año pasado. Durante el foro ‘BlackIndex: Reporte del eCommerce en Colombia’, se presentó un reporte que fijaba en 8,5% del PIB total del país lo producido por las tiendas online. ¡Las tiendas online en Colombia están creciendo a pasos agigantados! De toda Latinoamérica, Colombia es una de las naciones punteras en cuanto a tiendas online. El país se ha consolidado como un referente de solidez en pasarelas de pago, estabilidad en paquetería y eficiencia en logística, como bien lo confirma la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, quizás la primera cámara dedicada por completo al e-commerce en toda Latinoamérica, otra prueba de la buena salud de la que goza este tipo de actividad en Colombia (Shopify, 2019, p. 1-3).

Partiendo de esta referencia, se define que Colombia es un país que ha abierto las puertas a la era de la tecnología, permitiendo que la actividad comercial se haga más segura y ofreciendo a los consumidores un respaldo que les permita cada día acceder a diferentes artículos desde la comodidad del hogar. Un competidor directo que se presenta en la red social de Instagram es,

la chula accesorios, se crea como un emprendimiento familiar, iniciando con la venta de productos principalmente a la familia y amigos, mientras la marca se hacía reconocida, actualmente es una empresa de diseño de joyas y bisutería artesanal colombiana, trabajan con un equipo de mujeres emprendedoras quienes en la mayoría son cabeza de familia ,

cuentan con tres puntos de venta en Bogotá en centros comerciales reconocidos, además de tener ventas online por medio de los catálogos y fotos ofrecidas en las redes sociales” (Chula tienda Creativa, 2020, p. 1).

Aunque la chula desarrolla productos de joyas con otros procesos, es el principal competidor por la forma en que comercializa sus productos. Otros competidores son: benditasmanos\_1, bisutería y accesorios con pedrería, bisuteriagrace diseño de aretes y collares con otras técnicas, zafiroaccs bisutería, técnica de soutache productos hecho a mano, y landacreaciones diseño de joyas técnica soutache. Estos competidores usan técnicas diferentes a las que tiene Merodeo Pomposo; por lo cual, son productos sustitutos.

#### **2.4 Concepto de negocio – Componente Innovador**

comunities, 2005 Menciona: “Las mejoras significativas de productos existentes se produce cuando se introduce cambios en los materiales, componentes u otras características que hacen que estos productos tengan un mejor rendimiento” capitulo 3pag 58. Basado en lo anterior esta marca piensa en la facilidad de la mujer en resaltar su belleza por medio de este artículo femenino, con materiales que no representen riesgo para el uso diario. Además, que la adquisición sea de manera fácil, las imágenes o diseños que componen el producto son únicos. Permitiendo que su utilización sea para pequeñas y grandes. Aquí se reflejará ternura, picardía, gracia y atrevimiento a precios cómodos”.

Los productos en general son aretes que promocionan el uso de materiales biodegradables como es el caso de la madera, por esto es necesario destacar los beneficios de utilizar productos hechos en madera y a mano. Algunas de las ventajas son: Material duradero que brinda seguridad en cuanto a calidad, aislante natural que se puede encontrar en cualquier parte del mundo, la

apariciencia es visualmente atractiva y versátil. Así mismo, permite reducir costos administrativos, generar condiciones de trabajo satisfactorias, aumentar la productividad, al no tener proceso industrial o mecánico, permite que cada producto tenga detalle, reduciendo la posibilidad de error o desperdicio, y evita que al depender de una maquina el riesgo por deterioro o falla afecte la producción. Respecto al precio de los aretes de la competencia, varia por los materiales de los cuales están hechos, en mercado libre plataforma virtual para hacer compras de toca clase de productos, se define un tipo similar de aretes al del emprendimiento, y su precio se encuentra entre 4.000 y 10.000 (Mercado libre, 2020).

## **2.5 Planteamiento de estrategias**

Se creará una cuenta de Instagram en la que se incluirán los productos en stock, por medio de fotos de calidad resaltando los materiales, detalles y diseños exclusivos con diferente tipo de vestuario. Resaltar en cada publicación los materiales generando afinidad por el cuidado del medio ambiente. Se buscarán las ferias artesanales virtuales con el fin de generar recordación de marca. De igual forma, se incluirán estuches

Incorporar el social selling a la compañía requiere tener en cuenta una serie de funciones para la promoción y desarrollo

Son, esencialmente, clientes potenciales que han expresado algún interés en el producto y han proporcionado información de contacto que puedes utilizar para hacer un seguimiento con más información... Compartir contenido es esencial para interactuar y construir relaciones de confianza con tus prospectos comerciales. También comenzar a crear contenido e interactuar través de acciones como “me gusta”, comentar, compartir, favorito o retweet. Siempre responder las publicaciones de los seguidores. Intentar hacer preguntas

para promover la conversación entre los posibles clientes... Una vez que una compra se ha realizado, el cliente debe tener la posibilidad de enviar una reseña, comentario, sugerencia e incluso queja. Pero lo más importante es que como empresario, se debe estar consciente de que los clientes siempre buscan una respuesta. Por esta razón, se debe mantener los canales abiertos y estar al pendiente de los mensajes, tweets y comentarios, sobre todo los negativos. También es esencial establecer un proceso para tratar con clientes descontentos en las redes sociales donde respondas a las críticas rápidamente” (Hootsuite, 2019, p. 13-32)

Buscar siempre el contacto y acercamiento de la marca con el cliente, por medio de las técnicas antes mencionadas es necesario para adquirir seguidores, que en términos comerciales son

Grafica 2 Instagram Merodeo Pomposo



Fuente: elaboración propia



## 2.6 Estrategias de aprovisionamiento

Se busca hacer un convenio con una de las empresas ubicadas en la calle 53 que proporcionan los principales insumos de madera y resina, con el fin de obtener un descuento por volumen. Respecto al acero se realiza un pedido por medio de una página web; sin embargo, se continúa en la búsqueda de un proveedor en Bogotá, para minimizar los tiempos de entrega actual del acero que es entre 15 y 20 días hábiles. Frente a los diseños se ha plateado adquirir un programa de fotografía que permita establecer las imágenes de autoría propia. En términos de promoción, hacer convenios con peluquerías, spa, tiendas de ropa femenina.

## 2.7. Proyección de ventas

En la siguiente tabla, se presenta la proyección de ventas se realiza a tres años; sin embargo, el incremento se hace mensual y por unidades, se contemplan las características sociales en cuanto a meses con fechas especiales.

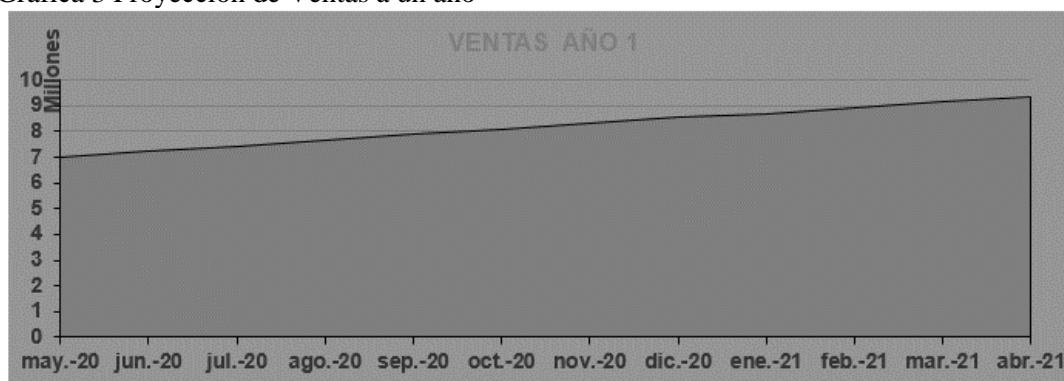
Tabla 3 Proyección de ventas totales a un año

PRODUCTO	EN PESOS		EN UNIDADES	
	VENTAS AÑO	%	VENTAS AÑO	%
ARETES	14.480.000	19,91%	3.620	17,57%
ARETES EN MADERA	39.960.000	54,94%	13.320	64,66%
ARETES DOBLES	18.300.000	25,16%	3.660	17,77%
<b>TOTAL</b>	<b>72.740.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>20.600</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: formato plan de negocio Bogotá emprende

Para el total de primer año se venderán 20.600 unidades en total, el 54,94% serán aretes en madera, es el producto que se vende en más unidades, la comparación en pesos con respecto a los tres productos pone de manifiesto que los aretes en madera y dobles, son el fuerte para el crecimiento de Merodeo Pomposo.

Grafica 3 Proyección de Ventas a un año



Fuente: formato plan de negocio Bogotá emprende

La proyección de ventas se hace progresiva aumentando unidades cada mes, durante el periodo de tres años, teniendo en cuenta que para esta clase de producto las fechas especiales, tales como; amor y amistad, día de la mujer, día de la madre, y navidad, permite que el producto sea más apetecido por los compradores. Se plantea aumentar la proyección en estos meses, para que soporte a los meses que lleguen a bajar las ventas. Durante el primer año se espera vender 98.280 millones de pesos como se puede ver en la siguiente gráfica, en la que se muestra el crecimiento en valor de las ventas correspondiente al aumento de las unidades cada mes.

Tabla 4 Proyección de ventas primer año

<b>PERIODO</b>	<b>\$</b>	<b>%</b>
<b>may/2020</b>	5.250.000	7,22%
<b>jun/2020</b>	5.400.000	7,42%
<b>jul/2020</b>	5.550.000	7,63%
<b>ago/2020</b>	5.700.000	7,84%
<b>sep/2020</b>	5.850.000	8,04%
<b>oct/2020</b>	6.000.000	8,25%
<b>nov/2020</b>	6.150.000	8,45%
<b>dic/2020</b>	6.300.000	8,66%
<b>ene/2021</b>	6.410.000	8,81%
<b>feb/2021</b>	6.560.000	9,02%
<b>mar/2021</b>	6.710.000	9,22%
<b>abr/2021</b>	6.860.000	9,43%
<b>Total</b>	<b>72.740.000</b>	

Fuente: formato plan de negocio Bogotá emprende

En el segundo año se espera tener un crecimiento del 6,19% con ventas promedio mes de 6.436.650 millones, y para el tercer año el crecimiento es del 5,10% con ventas promedio mes de 6.765.085 millones, como se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 5 ventas proyectadas a 2 y 3 años

<b>PERIODO</b>	<b>\$</b>	<b>PROM.MES</b>	<b>CRECIMIENTO ANUAL</b>
AÑO 1	72.740.000	6.061.667	
AÑO 2	77.239.800	6.436.650	6,19%
AÑO 3	81.181.815	6.765.085	5,10%

Fuente: formato plan de negocios Bogotá emprende


## CAPÍTULO III OPERACIÓN

### 3.1 Fichas Técnicas

El producto es fabricado con madera, papel, plástico, pintura y resina, su uso final es accesorio, y hace parte de la categoría bisutería.

#### 3.1.1 Aretes en madera

Tabla 6 Ficha técnica aretes

<b>Numero de ficha: 001</b>		<b>Año: 2019</b>
Nombre del Utensilio	Aretes	
Descripción General del Producto	Es un accesorio femenino que se utiliza para la belleza externa.	
Tamaño Tipo o Referencia	La medida mínima es de 1 cm por 1 cm hasta 2 cm por 2 cm	
Características Físicas	Círculo o cuadrado de madera con una imagen impresa sobre puesta en la madera de un lado y de la otra pieza de plástico de forma puntuda, con un topo de goma.	
Función o Uso	Accesorio de decoración femenino	
Materiales	Madera, papel a color, pegante, pintura, resina, plástico, goma.	
Foto		

Fuente: elaboración propia, 2019

#### 3.1.2 Aretes en acero

Tabla 7 ficha técnica aretes en acero

<b>Numero de ficha: 002</b>		<b>Año: 2019</b>
-----------------------------	--	------------------

<b>Nombre del Utensilio</b>	Aretes
<b>Descripción General del Producto</b>	Es un accesorio femenino que se utiliza para la belleza externa.
<b>Tamaño Tipo o Referencia</b>	La medida mínima es de 1 cm por 1 cm hasta 2 cm por 2 cm
<b>Características Físicas</b>	Circulo o cuadrado de acero con una imagen impresa sobre puesta sobre el molde de un lado con topo de acero
<b>Función o Uso</b>	Accesorio de decoración femenino
<b>Materiales</b>	Molde acero, papel a color, resina, plástico.

**Foto**

Fuente: elaboración propia, 2019

### 3.1.3 Aretes dobles

Tabla 8 ficha técnica aretes dobles












<b>Numero de ficha: 003</b>		<b>Año: 2019</b>
Nombre Del Utensilio	Aretes	
Descripción General Del Producto	Es un accesorio femenino que se utiliza para la belleza externa.	
Tamaño Tipo O Referencia	la medida mínima es de 1 cm por 1 cm hasta 2 cm por 2 cm	

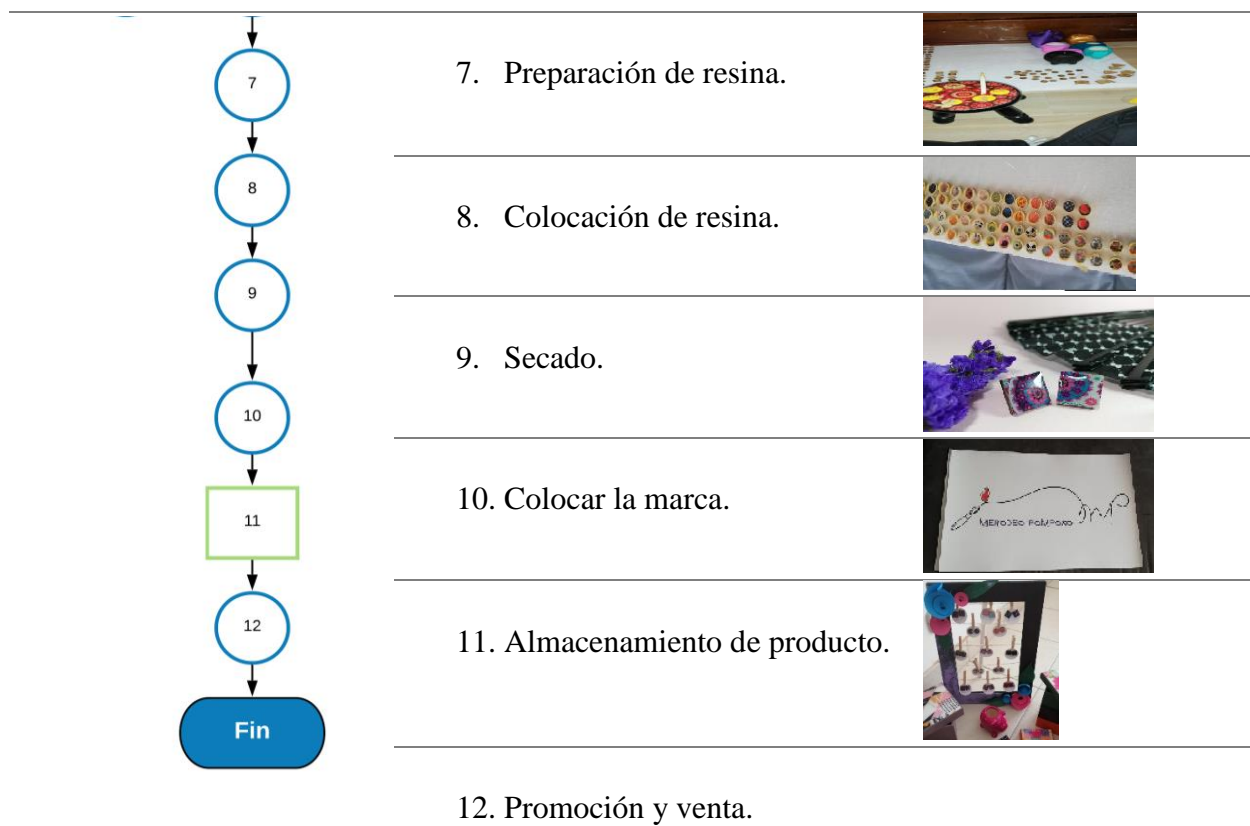
Características Físicas	círculo de acero con una imagen impresa sobre puesta sobre un círculo en el otro un diseño con artículos de pedrería topo de acero
Función O Uso	accesorio de decoración femenino
Materiales	moldes de acero, papel a color, pedrería, resina, broche
Foto	

Fuente: *elaboración propia*

### 3.2 Proceso de producción del producto

Tabla 9 Flujo grama de elaboración producto

	1. Compra de materia prima e insumos.	
	2. Revisión de materia prima e insumos.	
	3. Diseño del producto.	
	4. Elaboración de aretes.	
	5. Colocación de broche a la madera.	
	6. Plasmar imagen.	



Fuente: elaboración propia, 2019

El tipo de producción es por medio de órdenes, diariamente se realizan 120 aretes por cada operaria, el proceso anterior se realiza por cada orden de producción.

Grafica 4 cursograma proceso

DESCRIPCION	CANTIDAD	TIEMPO	SIMBOLO					
			○	□	◐	➡	▽	
revisión de materia prima y preparación	120	60 min		●				
pegado de imagen	120	120 min	●					
preparación de resina	120	10 min	●					
integración de resina al molde	120	10 min	●					
secado	120	un día			●			
inventario producto terminado	120	10 min					●	

Fuente: elaboración propia

El cursograma anterior representa los tiempos de producción que una operaria invierte en la fabricación de 120 pares de aretes (72 aretes de madera, 24 aretes dobles y 24 aretes de acero), una operaria trabaja 4 horas por día, y cada 2 horas tiene una pausa activa de 15 minutos.



### 3.2.1 Aretes

A continuación, se presenta el proceso de producción para cada tipo de aretes:

**Aretes:** se toma el molde, verificar que no tenga residuos, medir y pegar la imagen de color, preparar la resina, añadir a la pieza, se deja secar por dos días, y después del secado se arma el empaque que contiene los aretes, se toma fotos para publicidad y promoción. **Aretes en madera:** Se toma la figura de madera, poner el artículo de plástico, dejar secar por un momento, pegar la imagen de color, preparar la resina, añadir a la pieza y dejar secar por dos días, después del secado se arma el empaque que contiene los aretes, y se toma fotos para publicidad y promoción. **Aretes dobles:** Se toma el molde, se mide la imagen sobre el molde y se pega, la resina se prepara y se vierte dentro del molde para que se seque dentro de tres días. Luego se adiciona los broches y las cadenas según medidas de largo que se va a fijar en el producto.

### 3.3 Identifique necesidades de inversión

Tabla 10 Activos Fijos

CANT	DESCRIPCION	VALOR	TOTAL	FOTO
1	Impresora HP Color LaserJet Pro M254dw	\$ 840.600	\$ 840.600	
1	Mesa comedor Lyon 6 puestos	\$ 288.900	\$ 288.900	



2	Portátil HP 14-bs011la	\$ 1.178.000	\$ 2.356.000	
1	Cámara Digital Nikon Coolpix B500 16 Mp Full HD Negro+Memoria SD 16GB	\$ 874.900	\$ 874.900	
1	Estantería metálica	\$ 170.000	\$ 170.000	
1	Organizador materia prima	\$ 190.000	\$ 190.000	
2	Silla De Oficina Ejecutiva Ergonómica Tapizada en Malla – Negra	\$ 182.900	\$ 365.800	
1	Moto honda DIO 110 2018	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 9.086.200</b>	

Fuente: Elaboración Propia, 2019

Para calcular los costos se relacionan las materias primas, tomando las cantidades para la producción inicial de 300 aretes de acero, 1.250 aretes en madera y 300 aretes dobles. En la siguiente tabla se incluyen los materiales: Resina, tinta hoja y bases de los productos (madera y acero), la mano de obra se presenta en los salarios.

Tabla 11. Costos directos

PRODUCTO	CANT X PAQ	MATERIA PRIMA				TOTAL, MATERIA PRIMA	TOTAL, MATERIA PRIMA EN PROCESO
		VALOR BASES PAQ	VALOR BASES UND	RESINA	TINTA HOJA		
ARETES	300	\$100.200	\$ 334	\$ 100	\$ 11	\$ 445	\$ 133.500
ARETE MADERA	1250	\$125.000	\$ 100	\$ 50	\$ 11	\$ 161	\$ 201.250
ARETES DOBLE	300	\$300.000	\$ 1.000	\$ 200	\$ 11	\$ 1.211	\$ 363.300
<b>TOTAL</b>							\$ 698.050

Fuente: elaboración propia

El costo de los insumos y materia prima es estándar; es decir, la resina se compra por litro y se distribuye en todos los productos, según la proporción o tamaño que el artículo tenga, se define el costo por cada par de aretes teniendo en cuenta el número de aretes que se fabrican con un litro de resina. No se prepara en su totalidad, este producto se debe mezclar según orden de producción. Se inicia con dos operarios, un mensajero y el administrador que es uno de los socios, como se puede ver en la siguiente tabla.

Tabla 12. Personal requerido

CARGO	CANT	SALARIO	TOTAL	OBSERVACIONES
ADMINISTRADOR	1	\$ 500.000	\$ 500.000	uno de los socios accionistas será el encargado
OPERARIOS	2	\$ 400.000	\$ 800.000	4 horas en la mañana de martes a viernes 9 a 12
MENSAJERO	1	\$ 400.000	\$ 400.000	4 horas en la tarde de martes a viernes 1 a 4
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>\$ 1.200.000</b>	<b>\$ 1.700.000</b>	

Fuente: Elaboración Propia

Los Costos Indirectos de Fabricación (CIF) son: Arriendo, servicios y publicidad (ver siguiente tabla).

Tabla 13. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
ARRIENDO	\$ 800.000
SERVICIOS	\$ 160.000
PUBLICIDAD	\$ 200.000

Fuente: elaboración propia, 2019

La inversión inicial es de \$13.644.250, mensualmente se genera unos gastos de operación de \$3.158.050 que corresponden a: pago de personal, servicios, distribución y materiales de producción. El 75% de la inversión inicial corresponde a los aportes realizados por los socios; los cuales, se direccionan para la elaboración y la distribución del producto.

Tabla 14. Relación total de la inversión

<b>Conceptos</b>	<b>Inversión</b>	<b>1er mes</b>
Empleados	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
Costos	\$ 698.050	\$ 698.050
Arriendo	\$ 800.000	\$ 800.000
Servicios	\$ 160.000	\$ 160.000
Publicidad	\$ 200.000	\$ 200.000
Aportes Socios	\$ 9.086.200	\$ -
Photoshop	\$ 1.000.000	\$ -
<b>Total</b>	\$ 13.6 44.250	\$ 3.558.050

Fuente: Elaboración propia, 2019

### **3.4 Detalles de las condiciones técnicas de infraestructura**

La empresa está ubicada en la ciudad de Bogotá, localidad Engativá, barrio ciudadela Colsubsidio, dirigida por los socios capitalistas, la materia prima e insumos no son de riesgo alto; lo que permite que se desarrolle bajo condiciones normales de temperatura y humedad. Merodeo Pomposos cuenta con 24 m<sup>2</sup> se ubica en el piso 4, cuenta con ventanas que generan buena ventilación y luz natural, las rutas de evacuación están ubicadas en las escaleras de acceso, la seguridad es brindada por la administración del conjunto.

#### **3.4.1 Áreas requerías**

##### **3.4.1.1. Administración y producción**

El área de administración y producción se contará con dos operarias, la relación laboral inicia desde la creación de la empresa, se realiza un contrato por obra o labor, el horario será de martes a viernes de 8 a 12 de la mañana. Por mes se paga \$ 400.000 (hora a \$6.250) un valor superior a la estipulada bajo el salario mínimo la cual es de \$3.654. El salario del administrador será de \$500.000 dos días a la semana.

##### **3.4.1.2. Financiera y comercial**

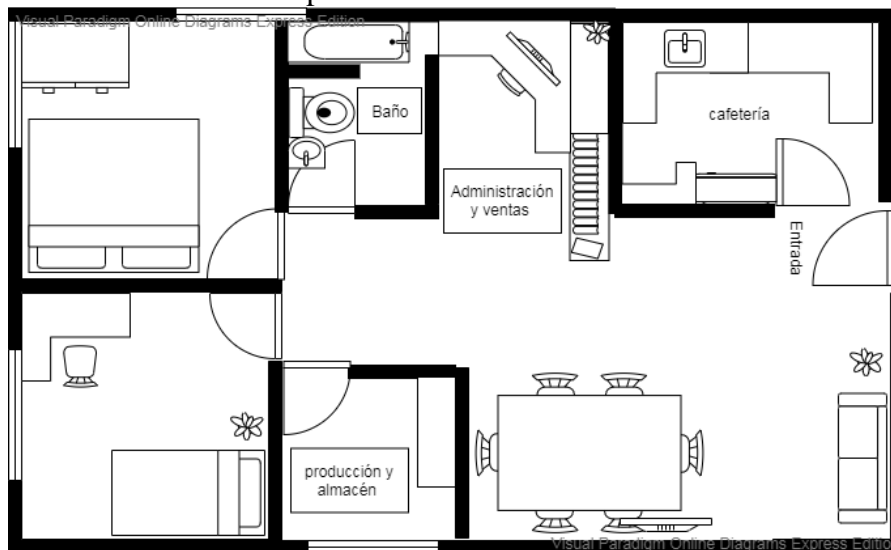
Un mensajero que realizara entregas de martes a viernes de 1 a 4 de la tarde por mes se paga \$ 400.000. Para el Contador, se verificará el pago extemporáneo, según presentación de impuestos, o revisión de periodos.

##### **3.4.1.3. Socios**

Son la cabeza del emprendimiento y sus esfuerzos van dirigidos a buscar inversiones, verificar los diseños e innovar con los conceptos de materiales siempre en busca de cumplir con los objetivos y metas planteadas.

### 3.4.2 Distribución de espacios

Grafica 5 Plano de distribución de espacios



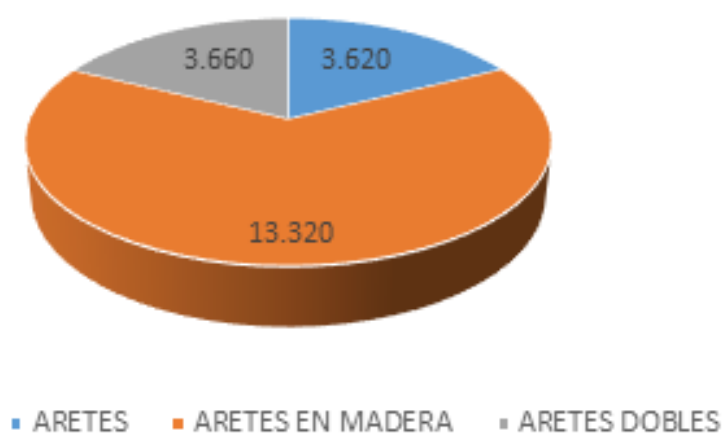
Fuente: elaboración propia, 2019

La empresa se encuentra distribuida de la siguiente manera: Entrada parte derecha cocina, después el estudio donde se ubica el área de administración y ventas (un escritorio, una silla ergonómica, impresora láser a color, y portátil de ventas). A continuación, está el baño social, al frente del estudio se encuentra la zona de producción y almacén (un cajón de materia prima, organizador de producto en proceso y producto terminado), espacio diseñado para toma de fotos y diseño de productos.

### 3.5 Capacidad productiva de la empresa

Durante el primer año la compañía producirá 20.600 unidades como se puede ver en la siguiente gráfica. El 65% (13.320 unidades) serán aretes en madera, la producción mensual será de 1.850; es por esta razón, que se requieren dos operarias que realicen mínimo 120 aretes por día cada una.

Grafica 6. Unidades proyectadas en el año

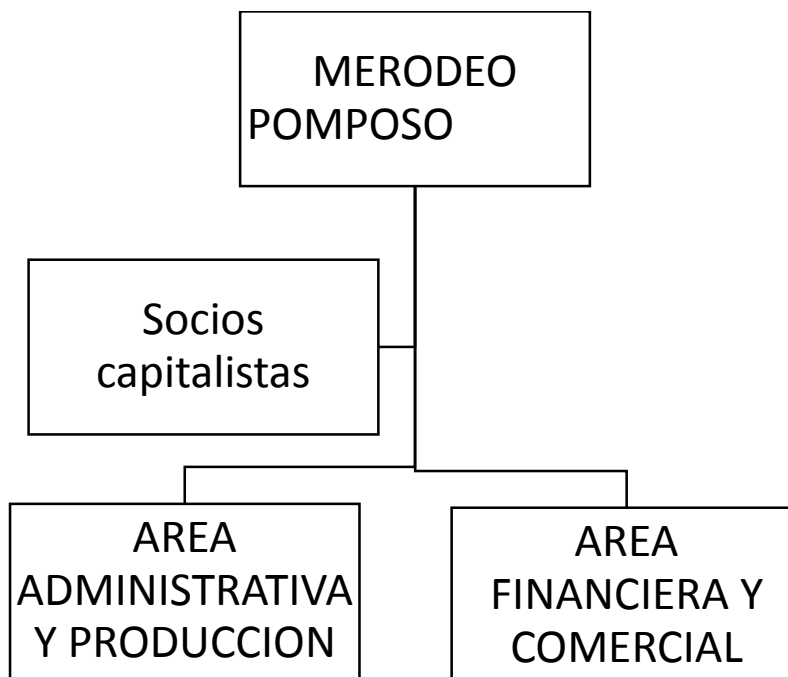


Fuente: elaboración propia, 2019

## CAPÍTULO IV COMPONENTE ORGANIZACIONAL

### 4. Organigrama

Grafica 7 Organigrama por áreas



Fuente: elaboración propia, 2019

### 4.2 Manual de Funciones

#### 4.2.1 Administrador

- Número de personas que ocupan el cargo: 1
- Descripción: Es el responsable de toda la gestión administrativa de recursos económicos, de personal, costos, presupuestos.
- Actividades regulares: Gestionar una correcta administración de los recursos humanos, cumplir con lo estipulado en la ley laboral, seguridad social, reglamento interno de trabajo y estatutos empresariales, cuidar, vigilar y custodiar los bienes de la sociedad, buscar proveedores de materias primas con precios accesibles, Verificar el cumplimiento de las

funciones delegadas a los operarios, establecer canales de contacto con clientes, a través de campañas en redes sociales.

Los requerimientos o capacidades son controlar, dirigir, organizar, analizar, calcular, deducir, Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, de lenguaje, conocimientos básicos de las actividades de los subordinados y psicológicas como la empatía. El administrador estará a cargo un socio que será el que haga los procesos de comercialización, promoción y propaganda de producto.

#### **4.2.3 Operaria**

- Número de personas que ocupan el cargo: 2
- Descripción: Encargado del proceso de elaboración del producto.
- Actividades regulares: Realizar inventario del material recibido, llenar hojas técnicas y procesos de calidad según el producto, realizar los procedimientos determinados para la elaboración de cada producto, hacer inventario de producto terminado, llevar tiempos de los elementos en proceso.

Los requerimientos o capacidades son ordenar, organizar, habilidades manuales, honestidad, responsabilidad y respeto ante la organización. Compromiso en el trabajo.

#### **4.2.4 Mensajero**

- Número de personas que ocupan el cargo: 1
- Descripción: a cargo de la entrega del producto a los clientes
  - Actividades regulares: Realizar la planilla de despachos, verificar las direcciones y productos a entregar, hacer revisión de la moto. Establecer la ruta de entregas,



hacer la consignación de los efectivos recibidos cada día. Entregar la planilla de despachos y la consignación para control.

Los requerimientos o capacidades son responsabilidad, coordinación, ubicación, licencia de conducción y actitud cordial de servicio

## CAPÍTULO V COMPONENTE LEGAL

### 5.1 Normativa Empresarial

Merodeo Pomposo integra sus políticas correspondientes al desarrollo y funcionalidad de la compañía.

- Política de cartera: las ventas se realizan de contado, relación directa con el cliente, sin intermediarios.
- Política de ventas: promoción de productos y contacto con el comprador por redes sociales, verificación de información correspondiente al artículo de compra, lugar de entrega y forma de pago. Se manejará un software gratuito de Customer Relationship Management (CRM) para identificar aspectos relacionados con gustos, preferencias, seguimiento a quejas, mejoras y sugerencias.
- Política de inventario: Para el inventario de materia prima e insumos se usarán formatos de ficha técnica, según producción diaria, para estipular en estos los posibles desperdicios o defectos de los materiales. El producto en proceso es almacenado en la bodega con las condiciones para el secado completo. Finalmente, la elaboración de kardex en Excel con respecto a inventario producto terminado.
- Política de compras: Para materia prima e insumos la compra es directa con el proveedor, según las unidades producidas en cada mes, se desea iniciar proceso de crédito con el proveedor para tener alternativas de pago, y ampliar el portafolio de proveedores.
- Política de efectivo: Hay dos posibilidades de pago, siendo efectivo el más común, el producto se cancela contra entrega, lo recibido en el día se debe consignar a la cuenta de la compañía. Los pagos por transferencia, se debe solicitar por medio de WhatsApp los soportes, y característica del producto según la orden.

- Política de calidad: se entregará garantía de los productos como servicio de posventa, y se realizará control de calidad en el proceso de producción de los aretes.

## 5.2 Normativa Tributaria

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) es el ente encargado de la administración y recaudo de los impuestos en Colombia, es por esto que define la palabra beneficios tributarios como

“la necesidad de contribuir a la generación de conocimiento de este tipo de figuras con miras a facilitar la planeación tributaria de los contribuyentes, mejorar la calidad de la información reportada en los formularios y servicios informáticos de la entidad u ofrecer mayores elementos para las labores de análisis, control o investigación del sistema tributario y la política fiscal del país” (DIAN, 2020, p. 1).

A partir de la ley 1943 de 2018 más conocida como la ley de financiamiento permite desarrollar unos beneficios tributarios para las pequeñas y medianas empresas, con el fin de fortalecer la industria en Colombia y generando más empresas de manera ordenada para evitar la evasión de impuestos. Merodeo Pomposo se incluye como un emprendimiento el cual impulsa a personas creativas y llenas de imaginación que se desempeñen en campos como las artesanías.

“En el artículo 68 encontramos los incentivos tributarios para empresas de economía naranja. Nos cuentan sobre las rentas exentas a partir del año gravable 2019, el incentivo tributario para las empresas de economía naranja, rentas provenientes del desarrollo de industrias de valor agregado tecnológico y actividades creativas, por un término de cinco (5) años, siempre que se cumplan los siguientes requisitos:

- Contar con domicilio principal en el territorio colombiano y tener un objeto social exclusivo en el desarrollo de industrias de valor agregado tecnológico y/o actividades creativas.
- Iniciar actividades antes del 31 de diciembre de 2021.
- Pertener a alguna de las 26 actividades CIIU contempladas dentro de la norma
- Generar mínimo 3 empleos.
- Presentar su emprendimiento ante el Comité de Economía Naranja del Ministerio de Cultura, justificando su viabilidad financiera y conveniencia económica.
- Cumplir con un monto mínimo de inversión de 4.400 UVT en un plazo mínimo de 3 años...

Por último, la Ley fijó que los fondos de capital privado y los fondos de inversión colectiva no son contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios. El objetivo es promover que se desarrollen nuevos emprendimientos innovadores y recaudar capitales de riesgo para dicho propósito. Para este efecto, el valor de la inversión en el fondo tiene que ser inferior a 600.000 UVT y no puede existir vinculación económica o familiar entre el desarrollador del nuevo emprendimiento y los inversionistas de capital de riesgo” (Innpulsacolombia, 2019, p. 2-6).

### **5.3 Normativa técnica**

Mediante un convenio desarrollado entre ICONTEC y Artesanías de Colombia S.A. se implementó un certificado de calidad para productos hecho a mano para las artesanías, el cual es de suma importancia que contribuye a la gestión, desarrollo y competencia de los artesanos generando confianza en los productos, creando beneficios tanto para los artesanos como para los clientes.

“Es una certificación de carácter permanente, otorgada a productos artesanales elaborados a mano, con ajuste a parámetros de calidad y tradición que permite diferenciarlos de los productos elaborados industrialmente y reconocer su valor como expresión de identidad y cultura. Se dirige a productos artesanales, hechos a mano y ajustados a estándares de calidad.

Los productos artesanales se certifican a través del proceso productivo, ya que es la única forma de verificar el carácter artesanal de los mismos. Para esto se han desarrollado los Documentos Referenciales, que contienen la descripción detallada del proceso de elaboración de las artesanías, además de especificar las determinantes de calidad de las mismas” (Camara de comercio de Bogota, 2016, p. 2-3).

Por ahora se han desarrollado documentos referenciales para oficios en madera, cerámica, textiles, cestería, joyería, cuero y metalistería. Estas técnicas contienen las experiencias que han manejado los profesionales de artesanías y su aporte a las comunidades.

Las ventajas de implementar estas técnicas son: 1) competitividad entre productos no certificados, 2) reconocer los productos hechos a mano contra los industriales, donde los primeros mantiene la tradición y cultura, 3) favorecer la comercialización en mercado internacional, logrando aranceles especiales, 4) la garantía de un producto de buena calidad, y 5) introducir las artesanías en nuevos mercados. Estas son las iniciativas que le permiten a la industria fortalecerse y desarrollar una tradición que en Colombia es poco reconocida; sin embargo, a nivel internacional llama la atención, por la mezcla de colores técnicas y materiales, que enriquecen la cultura.

### 5.3.1 Permisos

La empresa tiene las condiciones y es idónea para ofrecer un producto o servicio por esto se verifica la información de requisitos los cuales según el Artículo 87 del Código Policía, 2016, p. 2

...Requisitos para cumplir actividades económicas. Es obligatorio, para el ejercicio de cualquier actividad: comercial, industrial, de servicios, social, cultural, de recreación, de entretenimiento, de diversión; con o sin ánimo de lucro, o que, siendo privadas, trasciendan a lo público; que se desarrolle o no a través de establecimientos abiertos o cerrados al público, además de los requisitos previstos en normas especiales, cumplir previamente a la iniciación de la actividad económica los siguientes requisitos:

- Las normas referentes al uso del suelo, destinación o finalidad para la que fue construida la edificación y su ubicación.
- Mantener vigente la matrícula mercantil de la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción donde se desarrolle la actividad.
- La comunicación de la apertura del establecimiento, al comandante de estación o subestación de Policía del lugar donde funciona el mismo, por el medio más expedito o idóneo, que para tal efecto establezca la Policía Nacional.
- Para la comercialización de equipos terminales móviles se deberá contar con el permiso o autorización expedido por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones o su delegado.

Durante la ejecución de la actividad económica deberá cumplirse con los siguientes requisitos:

- Las normas referentes a los niveles de intensidad auditiva.
- Cumplir con los horarios establecidos para la actividad económica desarrollada.

- Las condiciones de seguridad, sanitarias y ambientales determinadas en el régimen de Policía.
- El objeto registrado en la matrícula mercantil y no desarrollar otra actividad diferente.
- Para aquellos establecimientos donde se ejecuten públicamente obras musicales causantes de pago, protegidas por las disposiciones legales vigentes sobre derechos de autor, mantener y presentar el comprobante de pago al día.

### 5.3.2 Licencias de funcionamiento

La compañía inicia su funcionamiento en un apartamento, debe tener los requisitos mencionados a continuación.

Tabla 15 licencias de funcionamiento

<b>Tipo de Obligación</b>	<b>Entidad dónde se tramita</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Cuando se debe realizar</b>
Obtener el Certificado de Uso de Suelo (Regula el tipo de establecimiento o negocio que se puede establecer en un sector dependiendo de su locación o dirección.)	Departamento Administrativo de Planeación Municipal (Subdirección Ordenamiento Urbanístico)	*Diligenciar formulario con los datos personales y los del lugar en el cual se desea desarrollar la actividad económica*Pagar el valor correspondiente por concepto de la solicitud*Recibo de Predial original o copia	Antes de poner en funcionamiento el establecimiento de comercio
Certificado de Seguridad. (Éste certifica que se cumplen con las condiciones mínimas de seguridad, como: sistema de protección contra incendios, vías de evacuación y salidas de emergencia, señalización adecuada, etc.)	Cuerpo de Bomberos Voluntarios de la localidad.	*Solicitar en Tesorería Municipal la visita del inspector. *Adjuntar copia del certificado de Cámara de Comercio y del RUT*Cancelar el valor de la inspección si es aprobada la solicitud.	Después de matricular el establecimiento en la cámara de comercio y registrarlo en la DIAN

Obtener el concepto sanitario (Certifica que se cumplan las normas básicas de salubridad)	Secretaría de Salud Municipal	*Solicitar visita de la Secretaría de Salud Municipal al establecimiento de comercio* Presentar certificado de Cámara y Comercio, de fumigación y la notificación de visita del inspector	Antes de que esté en funcionamiento el establecimiento de comercio
Obtener el Concepto Ambiental	Ante la entidad competente designada por el Departamento Administrativo de Gestión del Medio Ambiente (DAGMA) o por la Corporación Autónoma Regional (CAR)	*Presentar certificado de Cámara y Comercio actualizado* Presentar Certificado de Uso de Suelo*Cancelar el valor respectivo y las estampillas requeridas según el caso.	Después de obtener el uso del suelo.
Certificado de Sayco & Acinpro (derechos de autor)	Organización Sayco & Acinpro	* Presentar Fotocopia de la certificación de la inscripción ante la Cámara de Comercio*Adjuntar carta donde solicite una visita previa al establecimiento para verificar la NO UTILIZACIÓN de la música. Los requisitos que debe tener dicha solicitud son: *Dirección del establecimiento *Actividad y nombre comercial *Horario de atención *Nombre del Propietario *Documento de identificación Finalmente se debe pagar el valor correspondiente por el certificado de no usuario de música	Después de matricular el establecimiento en la cámara de comercio. La certificación de no usuario de música registrada debe ser renovada todos los años dentro de los dos (2) primeros meses del año, ya que, su vencimiento es al 31 de diciembre de cada año.



Las requisiciones que se evidencian en la anterior tabla se encuentran establecidas en la construcción del apartamento. Es necesario ajustar aspectos tales como: el uso de suelos, rutas de evacuación y bomberos, señalización dentro y fuera de la empresa.

### **5.3.3 Registro**

El proceso de registro acude los siguientes parámetros: Persona natural o jurídica, esto conlleva a unas implicaciones tributarias y responsabilidades jurídicas según la naturaleza del negocio.

Persona natural, es régimen simplificado, la contabilidad la puede llevar en libro fiscal, factura IVA, y llevar contabilidad con contador. Las personas jurídicas son clasificadas como corporaciones y fundaciones de beneficencia pública. A continuación, decidir el nombre de la empresa, consultando la disponibilidad del nombre. Saber la actividad económica a la cual está sujeta el negocio, en la página de la cámara de comercio de Bogotá el CIIU, la marca, que no esté registrada con anterioridad, descargar diligenciar y organizar la documentación, la cual es: Formulario RUES, estatutos, modelos y guías disponibles en la página Web, fotocopia de las cédulas de los representantes legales. Presentarse ante la CCB, para asesorarse solicitar el pre-RUT y pre matrícula mercantil. Elegir un banco para abrir cuenta a nombre de la empresa, radicar los documentos. Tres días después de radicados los documentos, verificar la aprobación, en caso de ser aceptado pedir cita en la DIAN, porque la compañía se encuentra pre- aprobada, cumpla la cita con la DIAN y lleve los documentos especificados (Camara de comercio de Bogotá, 2016).

Se inicia proceso para la creación de una SAS, por ser una sociedad de dos personas, se busca cumplir con los requisitos. Se establece en un régimen común para ajustarse a los beneficios que establecen el estado y los cuales están en la ley de financiamiento.

### **5.3.4 Reglamento**

Para Merodeo Pomposo es primordial que sus empleados se sientan protegidos por la compañía y que esta ayude a su crecimiento personal. Para llevar a cabo el fin, es necesario crear unos parámetros de buena convivencia y establecer unas condiciones de comunicación que permita el buen desarrollo de las funciones, por esto se crean las siguientes recomendaciones a las cuales está sujeto aquel que desee iniciar actividades en la empresa.

#### **Empleados:**

- Tener una comunicación asertiva
- Hacer buen uso de los materiales e instrumentos dados por la compañía para el cumplimiento de las funciones
- Dar previo aviso a alguna condición que no permita realizar sus labores.
- Cumplir con los horarios
- Estar en constante comunicación de algún posible riesgo que se pueda presentar con respecto a la realización de las actividades.
- No revelar la información con respecto a diseños y conceptos de innovación

#### **Socios y administradores:**

- Respetar los derechos de los trabajadores
- Permitir el buen desarrollo de las actividades laborales
- Cumplir con los pagos acordados
- Acondicionar a los empleados con los materiales e instrumentos necesarios para el cumplimiento de sus funciones
- Promover el ambiente de tranquilidad y buena comunicación

- Estar atento a cualquier, recomendación que los colaboradores hagan con respecto a posibles riesgos.

#### **5.4 Normatividad laboral**

Los procesos de reclutamiento se harán por competencias y necesidades de acuerdo con el manual de funciones y requisiciones del cargo, el plus de Merodeo Pomposo es darles oportunidad a mujeres que por obligaciones y compromisos diarios el tener un trabajo estable ha sido un conflicto. Por esto las madres cabeza de familia, serán las personas que en primer concepto se tendrán en cuenta.

El ambiente que desea generar merodeo pomposo es estabilidad y compromiso con la entrega de productos. Permitir a las mujeres trabajar en conjunto para recibir beneficios mutuos. Merodeo pomposo es una compañía que por su proceso de producción requiere de unas normas para su buen funcionamiento por esto es necesario tener en cuenta los siguientes parámetros de Seguridad y salud en el trabajo, Los colaboradores que hagan parte del proceso de producción deben portar sus elementos de protección, como lo son tapabocas, guantes siliconados, bata y gorro en tela. Realizar los trabajos que generen olores fuertes en lugares abiertos. Además de actualizar mensualmente la planilla correspondiente al pago de seguridad social.

- Contratación y nomina: Se realiza por medio de entrevista y se selecciona al personal que cumpla con las condiciones necesarias para el cargo, no se tendrá una nómina base, los empleados serán contratados por prestación de servicios. Los pagos se harán mensuales según la relación de horas trabajadas. Cada cargo tendrá sus condiciones especificadas.
- Convivencia: Mantener un vocabulario agradable, hacer buen uso de las instalaciones y materiales, tener una actitud de servicio, estar receptivo a las correcciones y promover la buena comunicación entre los clientes internos y externos.

- **Vestimenta:** El vestuario debe ser cómodo según sus labores, portar con la dotación dada por la empresa (bata y gorro contra marcado) y tener buen aseo personal.
- **Jerarquía:** Acatar las normas dadas por las personas a cargo, mantener una actitud cordial, y ante cualquier queja seguir el conducto regular.

## **5.5 Normatividad ambiental**

La compañía se acoge a estas normas, que se relacionan con los procesos administrativos y productivos que se manejan.

### **Agua**

Norma: Ley 373 de 6 de junio de 1997.

Artículo 12 y 15. Por la cual se establece el programa para el Uso Eficiente y Ahorro del Agua.

Nombre: Programa para el uso eficiente y ahorro del agua.

Nivel: Nacional.

Norma: Resolución 2190 del 4 de octubre 1991.

Artículo 2. Por la cual se reglamentan las condiciones para transporte de agua en carro tanque, lavado y desinfección de tanques de almacenamiento domiciliario y empresas que realizan la actividad de lavado y desinfección de tanques domiciliarios.

Nombre: Mantenimiento, lavado y desinfección de tanques de almacenamiento de agua.

Nivel: Local.

### **Uso eficiente de la energía eléctrica**

Norma: Decreto 1073 del 26 de mayo de 2015.

Sección 3, 2.2.3.6.3.1., 2.2.3.6.3.4., 2.2.3.6.3.5., 2.2.3.6.4.1. Por el cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo de Minas y Energía.

Nombre: Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo de Minas y Energía.

Nivel: Nacional.

### **Gestión integral de residuos peligrosos**

Norma: Decreto 1076 del 26 de mayo de 2015.

Título VI Sección 3 artículos 2.2.6.1.3.1. - 2.2.6.1.3.3. Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del sector Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Nombre: Decreto Único Reglamentario del sector Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Nivel: Nacional.

### **Residuos sólidos aprovechables**

Nombre: Manejo de residuos sólidos aprovechables.

Nivel: Nacional.

Publicidad exterior visual

Norma: Decreto 959 del 1 de noviembre de 2000.

Por el cual se reglamenta la publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital de Bogotá.

Nombre: Registro para publicidad exterior visual de las Entidades Públicas del orden Distrital o Nacional.

Nivel: Local.

### **Implementación de buenas prácticas ambientales**

Norma: Ley 1811 del 21 de octubre de 2016.

Artículo 5 y 6 Por la cual se otorgan incentivos para promover el uso de la bicicleta en el territorio nacional y se modifica el código nacional de tránsito.

Nombre: Promoción uso de la bicicleta.

Nivel: Nacional. (Artesanías de Colombia S.A., 2020)

Estos elementos se verifican ante artesanías de Colombia siendo un tipo de industria no común, pero que realiza procesos administrativos básicos. Merodeo pomposo busca el cuidado del medio ambiente mediante sus productos y establece normas de buen uso de los elementos

- Agua: hacer uso adecuado y mesurado del servicio
- Energía: aprovechar luz natural, por esto los procesos productivos se hacen durante las horas de mayor luz, también se mantiene luz ahorradora, pero que se ajuste a los lugares.
- Desperdicios: los materiales desechados pasaran por proceso de reciclaje, ejemplo en el caso de los plásticos hacer un proceso de limpieza antes de desechar el producto.

El administrador es el que estará encargado de realizar estos procesos de control y verificación.

## **5.6 Registro de marca**

Para el registro de la marca se verifica en la superintendencia de industria y comercio donde se dan los procedimientos para poder hacer el registro de marca

Primero conocer que es registro de marca

“Aquellos signos que sean perceptibles por los sentidos, como las palabras, las imágenes, las formas de los productos y hasta los sonidos. Igualmente, la combinación de letras o números o colores con alguna de las formas anteriores. Lo importante, con independencia de la forma, es que se diferencie de los productos a identificar y de las marcas que ya están registradas o solicitadas” (Super intendencia de indutria y comercio, 2020).

Grafica 8 logo merodeo pomposo



Fuente: elaboración propia

A continuación, se verifican los antecedentes marcarios según la marca y el logo a registrar, es consultar si el nombre el cual se va a registrar tiene marcas semejantes o parecidas en trámite o si ya se encuentran registradas, esto puede consultarse en la oficina virtual de propiedad industrial, la cual tiene un costo. Tercero clasificar el producto mediante la “Clasificación internacional Niza es una clasificación de productos y servicios que se aplica para el registro de marcas. Es necesario hacer una elección adecuada” (Super intendencia de industria y comercio, 2020, p. 3). Cuarto paso es presentar la solicitud de manera electrónica o físico. Finalmente hacer un seguimiento al trámite. Es necesario tener claro los requisitos mínimos para iniciar el proceso, esto evita que el registro de marca sea denegado, teniendo en cuenta que tiene un proceso extenso.

## 5.7 Propiedad intelectual

Se debe implementar un programa de Photoshop que diseñe, las imágenes que van relacionadas al producto. Por ser un producto la propiedad intelectual este se relaciona como una patente

” En el Derecho de patentes, generalmente se entiende por invención una solución a un problema técnico. La invención puede guardar relación con la creación de un procedimiento o producto totalmente nuevo o consistir simplemente en una mejora funcional de un producto o procedimiento que ofrece una solución única a un problema técnico” (OMPI, s.f., p. 4)

No se crea el artículo, que son los aretes, estos ya se encuentran definido en Colombia desde los indígenas, lo que se permite es hacerle ajustes de diseño y materiales que generen una visión diferente del producto, además que el uso sea más frecuente en el cliente.

A la marca si se le realizara un proceso de registro, lo cual si fue creado por las socias de la compañía. Con respecto a derechos de autor, se busca crear los diseños. Una de las socias profesional en diseños de interiores y la otra es diseñadora empírica, esto fomenta la creatividad y amplia, los beneficios para atraer posibles inversionistas.



## CAPÍTULO VI COMPONENTE FINANCIERO

### 6.1 Estado de situación financiera

Tabla 16. Estado de Situación Financiera

<b>ACTIVO</b>	<b>INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
CAJA	-1.898.050	6.201.074	14.095.532	23.174.722
CUENTAS POR COBRAR	0	0	0	0
INVENTARIOS	698.050	698.050	698.050	698.050
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>-1.200.000</b>	<b>6.899.124</b>	<b>14.793.582</b>	<b>23.872.772</b>
ACTIVOS SIN DEPRECIACION	9.086.200	9.086.200	9.086.200	9.086.200
DEPRECIACION		2.029.903	4.059.807	6.089.710
<b>TOTAL ACTIVO FIJO NETO</b>	<b>9.086.200</b>	<b>7.056.297</b>	<b>5.026.393</b>	<b>2.996.490</b>
OTROS ACTIVOS	1.200.000	600.000	0	0
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>9.086.200</b>	<b>14.555.421</b>	<b>19.819.976</b>	<b>26.869.262</b>
<b>PASIVO</b>				
CUENTAS POR PAGAR		0	0	0
PRESTAMOS	0	0	0	0
IMPUESTOS POR PAGAR		1.804.843	2.262.207	2.886.563
PRESTACIONES SOCIALES				
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>0</b>	<b>1.804.843</b>	<b>2.262.207</b>	<b>2.886.563</b>
<b>PATRIMONIO</b>				
CAPITAL	9.086.200	9.086.200	9.086.200	9.086.200
UTILIDADES RETENIDAS		0	3.664.378	8.471.568
UTILIDADES DEL EJERCICIO		3.664.378	4.807.190	6.424.931
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>9.086.200</b>	<b>12.750.578</b>	<b>17.557.768</b>	<b>23.982.699</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>9.086.200</b>	<b>14.555.421</b>	<b>19.819.976</b>	<b>26.869.262</b>

Fuente: formato plan de negocio Bogotá emprende

El estado de situación financiera da cuenta, de que por cada peso de pasivo corriente que se debe, la empresa tiene \$3,82 pesos de activo líquido corriente para cubrir el pasivo corriente; lo que permite, un respaldo sobre la inversión, y da la posibilidad de generar un apalancamiento financiero. En el momento de arranque, se observa que no posee nivel de endeudamiento; lo cual, se considera favorable para su operación y viabilidad. Al terminar el primer año, el 12,4% de los activos se encuentran respaldados con recursos de los acreedores, y se considera que un nivel de endeudamiento del 60% es manejable.

En los activos corrientes, se encuentra los valores del inventario, la elaboración de la primera producción de aretes y 1'200.000 corresponde a la licencia de Photoshop programa que se requiere para la elaboración de diseños. La suma de estos valores está representada en caja como valor negativo, son conceptos de la inversión que no están representados en aportes sociales, porque es necesario hacer esta erogación de efectivo para dar inicio, y que sea recuperado en las primeras ventas.

## 6.2 Estado de resultados

El estado de resultados en el primer año muestra una utilidad de 3.664.378 millones de pesos, la rentabilidad bruta es 13.098.457, la rentabilidad operacional es 6.069.221, la rentabilidad sobre ventas es 72.740.000. En el tercer año, los costos de ventas se incrementan en 64.744.058, mientras que las ventas ascienden a 81.181.015. La empresa denota eficiencia operativa alta, y los gastos pre operativos corresponden a la licencia del software Photoshop que se recuperara totalmente en el segundo año.

Tabla 17. Estado de resultado

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>VENTAS</b>	<b>72.740.000</b>	<b>77.239.800</b>	<b>81.181.015</b>
INV. INICIAL	698.050	698.050	698.050
+ COMPRAS	8.187.680	8.729.897	9.247.782
- INVENTARIO FINAL	698.050	698.050	698.050
= COSTO INVENTARIO UTILIZADO	8.187.680	8.729.897	9.247.782
+ MANO DE OBRA FIJA	14.400.000	14.889.600	15.395.846
+ MANO DE OBRA VARIABLE	21.823.960	23.191.669	24.421.726
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	13.200.000	13.648.800	13.648.800
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	2.029.903	2.029.903	2.029.903
<b>TOTAL COSTO DE VENTAS</b>	<b>59.641.543</b>	<b>62.489.869</b>	<b>64.744.058</b>
<b>UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)</b>	<b>13.098.457</b>	<b>14.749.931</b>	<b>16.436.957</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	6.200.000	6.200.000	6.200.000
GASTOS DE VENTAS	829.236	880.534	925.464

<b>UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)</b>	<b>6.069.221</b>	<b>7.669.398</b>	<b>9.311.494</b>
- OTROS EGRESOS			
- GASTOS FINANCIEROS	0	0	0
- GASTOS PREOPERATIVOS	600.000	600.000	0
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)</b>	<b>5.469.221</b>	<b>7.069.398</b>	<b>9.311.494</b>
<b>IMPUESTOS</b>	<b>1.804.843</b>	<b>2.262.207</b>	<b>2.886.563</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 3.664.378</b>	<b>\$ 4.807.190</b>	<b>\$ 6.424.931</b>

Fuente: Formato plan de negocios Bogota emprende

### 6.3 Flujo de caja

Al primer año de operación arroja un flujo de efectivo de 6.201.074 millones, para el segundo año es de 14.095.532 millones, y para el tercero es de 23.174.722 millones. La viabilidad financiera asociada a los costos se determina a través de la Tasa Interna de Retorno (TIR) que es de 60,87% para el primer año, dado que los beneficios en compras se dan por volumen; es decir, en el caso de los aretes en madera, se elaboran una medida estándar de 1 cm<sup>2</sup> o de 2 cm<sup>2</sup>, la elaboración de esta medida depende de los desperdicios que los establecimientos de madera tengan en otro producto, por esto es más económico el molde. Por cada uno de estos aretes, más los materiales de resina y de imagen, ayuda a que el costo del producto sea de menos de \$1.000, el precio en el mercado en la categoría de bisutería – aretes es en promedio de \$3.000 lo que permite recuperar de 2 a 3 veces el costo.

La viabilidad financiera asociada al Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI), se calcula con el estado de resultados; sumando las utilidades y restando la inversión hasta obtener cero. La inversión es de \$9.086.200, como la suma de las utilidades de los tres años es superior se puede afirmar que la inversión se recupera en el tercer año.

Tabla 18 Flujo de caja

<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>			

VENTAS DE CONTADO	72.740.000	77.239.800	81.181.015
VENTAS A 30 DIAS	0	0	0
VENTAS A 60 DIAS	0	0	0
VENTAS A 90 DIAS	0	0	0
VENTAS A 120 DIAS	0	0	0
VENTAS A 150 DIAS	0	0	0
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>72.740.000</b>	<b>77.239.800</b>	<b>81.181.015</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>			
MATERIA PRIMA	8.885.730	8.729.897	9.247.782
GASTOS DE VENTA	829.236	880.534	925.464
MANO DE OBRA VARIABLE	21.823.960	23.191.669	24.421.726
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA	14.400.000	14.889.600	15.395.846
OTROS COSTOS DE PRODUCCION	13.200.000	13.648.800	13.648.800
GASTOS ADMINISTRATIVOS	6.200.000	6.200.000	6.200.000
<b>TOTAL EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>65.338.926</b>	<b>67.540.499</b>	<b>69.839.618</b>
<b>FLUJO NETO OPERATIVO</b>	<b>7.401.074</b>	<b>9.699.301</b>	<b>11.341.397</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>			
<b>APORTES</b>			
ACTIVOS FIJOS	9.086.200	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	0	0	0
<b>FINANCIACION</b>			
ACTIVOS FIJOS	0	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	0	0	0
<b>TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>9.086.200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>			
GASTOS PREOPERATIVOS	1.200.000		
AMORTIZACIONES	0	0	0
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0
IMPUESTOS	0	1.804.843	2.262.207
ACTIVOS DIFERIDOS	0		
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	9.086.200	0	0
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>	<b>\$ 10.286.200</b>	<b>\$ 1.804.843</b>	<b>\$ 2.262.207</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>\$ -1.200.000</b>	<b>\$ -1.804.843</b>	<b>\$ -2.262.207</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ 6.201.074</b>	<b>\$ 7.894.458</b>	<b>\$ 9.079.190</b>
<b>+ SALDO INICIAL</b>	<b>\$ -1.898.050</b>	<b>\$ 6.201.074</b>	<b>\$ 14.095.532</b>
<b>SALDO FINAL ACUMULADO</b>	<b>\$ 6.201.074</b>	<b>\$ 14.095.532</b>	<b>\$ 23.174.722</b>

Fuente: formato plan de negocio Bogotá emprende

## 6.4 Punto de equilibrio

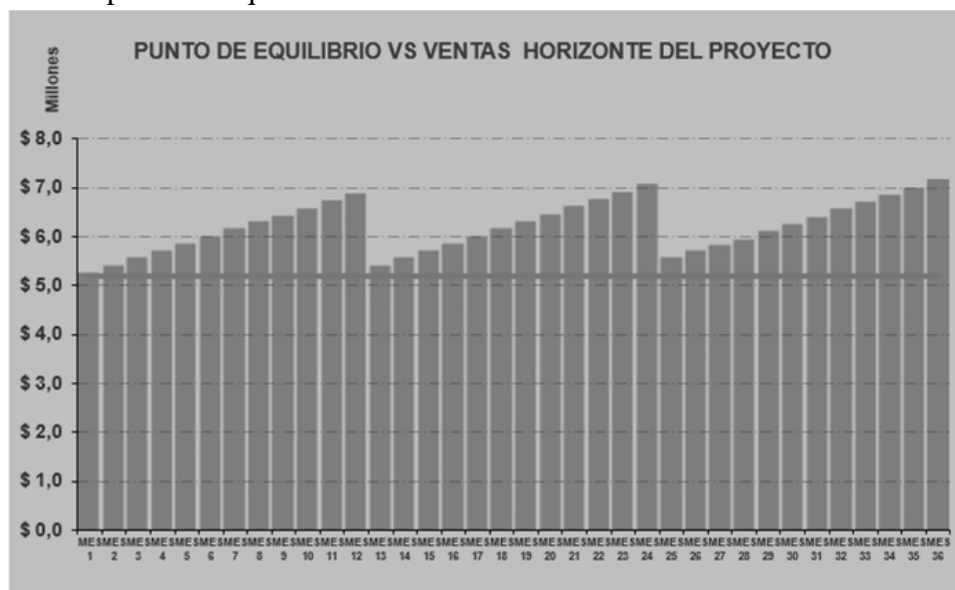
Tabla 19. Punto de equilibrio

PRODUCTOS	VENTAS	UNIDADES	VENTAS	UNIDADES
	ANUALES	ANUALES	MENSUALES	MENSUALES
ARETES	12.382.526	3.096	1.031.877	257,97
ARETES EN MADERA	34.171.668	11.391	2.847.639	949,21
ARETES DOBLES	15.649.187	3.130	1.304.099	260,82
<b>TOTAL, VENTAS ANUALES</b>	<b>\$ 62.203.381</b>	<b>VENTAS MENSUALES</b>	<b>\$ 5.183.615</b>	

Fuente: formato plan de negocios Bogotá emprende

Teniendo en cuenta la estructura de costos, gastos fijos y el margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión de que es necesario que las ventas para el primer año son de \$62.203.381 (venta promedio mes \$5.200.000) con el propósito de alcanzar el punto de equilibrio.

Grafica 9. Grafica punto de equilibrio



Fuente: formato plan de negocios Bogotá emprende

Durante los primero 36 meses de funcionamiento el punto de equilibrio se alcanza en el primer año con ventas de \$5.200.000 mensuales.

### **6.5 Indicadores financieros**

Para el cálculo del Valor Presente Neto (VPN), para su cálculo se tuvo en cuenta la tasa de interés de oportunidad (TIO) el cual dio como resultado el 24%, se tuvo en cuenta la inversión inicial (13.644.250) y la utilidad promedio mensual (4.647.693), el valor arrojado del cálculo es (\$5.810.859) el emprendimiento arroja aproximadamente 6 millones adicionales al invertir los recursos en este emprendimiento.

## CAPÍTULO VII CONCLUSIONES

### 5.1 Conclusiones

El primer año de operación la empresa tiene una rentabilidad en Tasa de Interés de Retorno de 60,87% teniendo en cuenta que los aretes hechos de madera se costean de manera estándar, lo que permite que el costo por unidad sea menor en una producción por volumen. Desde el primer año Merodeo Pomposo genera una utilidad de \$6.201.074. Se establece un precio de \$3000 aretes madera, \$4000 aretes acero, \$5.000 aretes dobles, estando un 40% en promedio por debajo de la competencia, permitiendo una ganancia por cada producto del 50%. La capacidad de la empresa se fortalece en la mano de obra, generando parámetros mínimos de producción diaria.

De acuerdo a la investigación de mercados, se establece el perfil del comprador así: Lucía es una mujer que tiene 25 años, usa aretes a diario, le gustan más los aretes que otros accesorios de bisutería porque la hacen sentirse bella y le fascinan los aretes de madera reutilizada porque es un material resistente, duradero, y se siente responsable contribuyendo a la protección del medio ambiente; adicionalmente, le encanta comprar este tipo de accesorios por Instagram.

En relación con la parte corporativa, se cuenta definen dos áreas (administración y producción), se contará con una persona a cargo del manejo de recursos, supervisión y control, y dos operarias encargadas de la producción. En el área financiera y comercial se contratará un mensajero encargado de la distribución del producto, cuando se necesite presentar impuestos o realizar procesos contables se pagará un contador. La forma de contratación del personal será por obra o labor. Es necesario realizar mejoras en la señalización de los espacios. La compañía se creará como una S.A. aplicando a los requisitos ante la Cámara de Comercio correspondientes al régimen común. El producto es no es una creación nueva; por lo cual, no se patenta. Sin embargo, se hace necesario realizar el registro de la marca Merodeo Pomposo.

La inversión inicial es de 13 millones aproximadamente, donde más del 70% es aportado por los socios, esta inversión corresponde a activos fijos, el restante se asigna a software de diseño y fotografía, los costos para la primera producción, y el personal. La proyección de ventas se hace progresiva cada mes en 20 artículos. Los costos y gastos fijos del primer año ascienden a \$65.630.082, con unas ventas promedio de \$72.740.000 anuales, la empresa llega a su punto de equilibrio en el primer año con una venta mínima de \$5.200.000 promedio mes, las ventas en el primer año generan un margen de ganancia superior a 6 millones de pesos.



5.2 Modelo Canvas

Grafica 10. Modelo Canvas



Fuente: (Artesanías de Colombia, 2014) (Camara de comercio de Bogotá, 2016) (Honda Dio, 2016) (Finanzas personales, 2019) (Cepymenew, 2019) (Chacon, 2016) (Aventaja, 2020) (Alcaldia de Bogota, 2012)

## Referencias

- Asamblea Nacional Constituyente. (1991, 06 04). Colombia91. In Asamblea Nacional Constituyente, *Constitucion Politica De Colombia*. Retrieved Enero 25, 2020 from Colombia91: <http://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Actulicese.com. (2014, Mayo 29). Retrieved Febrero 15, 2020 from Actulicese.com: <https://actualicese.com/requisitos-de-funcionamiento-para-crear-y-mantener-empresa/>
- Alcaldia de Bogota . (2012, Diciembre 07). *Bogota.gov.co*. Retrieved Marzo 27, 2020 from Bogota.gov.co: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/negocios/bogota-emprende-asesoria-gratuita-para-crear-empresa>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2019). *www.sdp.gov.co*. Retrieved Septiembre 05, 2019 from Dinamica Empresarial de Bogotá: <http://www.bogotacomovamos.org/interactivo-como-vamos-en-localidades-2016/localidades/engativa/>
- Alzate, P. A. (2019, Mayo 24). *El empleo*. Retrieved Febrero 29, 2020 from El empleo: <https://www.empleo.com/co/noticias/noticias-laborales/hasta-cuando-eres-joven-para-trabajar-5858>
- Artesanias de Colombia. (2014). *Artesanias de Colombia*. From Artesanias de Colombia: [http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_sector/la-artesania-y-su-clasificacion\\_82](http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/la-artesania-y-su-clasificacion_82)
- Artesanias de Colombia S.A. (2014). *Artesanias de colombia.com.co*. Retrieved 01 19, 2020 from Artesanias de colombia.com.co: [http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_sector/la-artesania-y-su-clasificacion\\_82](http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/la-artesania-y-su-clasificacion_82)
- Artesanías de Colombia S.A. (2020, 02 21). *Artesanias de Colombia*. Retrieved 02 21, 2020 from Artesanias de Colombia: [https://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_nosotros/normatividad-ambiental-aplicable-a-la-entidad\\_11585](https://www.artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_nosotros/normatividad-ambiental-aplicable-a-la-entidad_11585)
- Artesanias de colombia S.A. oficina de planeacion. (2009). *Artesanias De Colombia* . Retrieved Febrero 05, 2020 from [http://artesianiasecolombia.com.co/portalAC/C\\_nosotros/apoyo-y-fortalecimiento-delsector-artesanal\\_727](http://artesianiasecolombia.com.co/portalAC/C_nosotros/apoyo-y-fortalecimiento-delsector-artesanal_727)
- Aventaja . (2020, Enero 08). *Aventaja marketing y sales growth*. Retrieved Marzo 23, 2020 from Aventaja marketing y sales growth: <http://blog.aventaja.com/buenas-practicas-social-selling-empresa>
- Branward S.L. (2019). *Branderstand*. Retrieved Febrero 23, 2020 from Branderstand: [https://www.branderstand.com/branding-que-es-branding/?cli\\_action=1582506734.707](https://www.branderstand.com/branding-que-es-branding/?cli_action=1582506734.707)
- Camara de comercio de Bogotá. (2016). *Camara de comercio de Bogotá*. Retrieved Enero 26, 2020 from Camara de comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Normativa-Registros-Publicos/Ley-de-Emprendimiento-Juvenil>
- Camara de comercio de Bogotá. (2016). *Camara de comercio de Bogotá*. Retrieved Enero 26, 2020 from Camara de comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Normativa-Registros-Publicos/Ley-de-Emprendimiento-Juvenil>

- Camara de comercio de Bogota. (2016, 10). *ccb.org.co*. Retrieved Febrero 20, 2020 from <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Joyeria-y-Bisuteria/Noticias/2016/Octubre-2016/Descubra-como-certificar-la-calidad-de-la-joyeria-hecha-a-mano>
- Camara de Comercio de Bogota. (Agosto de 2018). La Cámara de Comercio de Bogotá apoya a los emprendedores en busca de inversión., (pág. 11). Bogota. Recuperado el 29 de Febrero de 2020, de *ccb.org.co*: <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2018/Agosto-2018/La-Camara-de-Comercio-de-Bogota-apoya-a-los-emprendedores-en-busca-de-inversion>
- Castillo Mora, S. L., & Tumbaco Ortiz, G. K. (2015). *Creación De Una Pequeña Empresa Situada En Atacames (Esmeraldas) Para La Fabricación De Joyas Artesanales De Coco Y Concha Perla, Combinada Con Plata Para Exportar Al Mercado Canadiense*. Proyecto De Grado, Universidad De Guayaquil, Guayaquil. Retrieved Febrero 01, 2020 From [Http://Repositorio.Ug.Edu.Ec/Bitstream/Redug/10680/1/Tesis%20final%20joyas%20arte sanales.Pdf](Http://Repositorio.Ug.Edu.Ec/Bitstream/Redug/10680/1/Tesis%20final%20joyas%20arte%20sanales.Pdf)
- Castmay, F. (2009). *Castmay.com*. Retrieved Febrero 29, 2020 from *Castmay.com*: <https://www.castmay.com/las-joyas-en-la-vida-de-una-mujer>
- Cepymenew. (2019, Mayo 06). Las redes sociales más populares de 2019. *CepymeNews*, p. 01. Retrieved Marzo 23, 2020 from *Cepymenew.es*: <https://cepymenews.es/redes-sociales-mas-populares-2019/>
- Chacon, C. (2016, Noviembre 01). *Logosea*. Retrieved Marzo 23, 2020 from *Logosea*: <https://logosea.com/blog/2016/11/01/descargar-logo-en-psd-logotipos-en-photoshop/>
- Chula tienda Creativa. (2020). *chula tienda creativa*. Retrieved Febrero 19, 2020 from <https://www.chulatiendacreativa.com/>
- Comunities, O. E. (2005). *Manual de oslo* . grupo tragsa.
- Congreso de la Republica. (2016). *Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana*. Bogota. Retrieved Febrero 19, 2020 from [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1801\\_2016\\_pr001.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1801_2016_pr001.html)
- DIAN. (2020). *DIAN.gov.co*. Retrieved Febrero 29, 2020 from *DIAN.gov.co*: <https://www.dian.gov.co/impuestos/reformatributaria/beneficiotributarios/Paginas/Beneficios-Tributarios.aspx>
- Dinero. (2018, Septiembre 13). Bogotá dice adiós a las fábricas y da la bienvenida a los servicios. *Dinero*, p. 13. Retrieved Febrero 29, 2020 from <https://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/cual-sector-es-mas-importante-para-bogota-servicios-o-industria/261911>
- EDEM. (2014, Julio 15). *Economia3.com*. *Economia 3*, 10. Retrieved Febrero 29, 2020 from *Economia3.com*: <https://economia3.com/2014/07/15/28158-las-4-claves-de-la-psicologia-del-emprendedor/>
- El Tiempo. (2018, Noviembre 05). En dos años, las compras en línea cambiaron su tendencia. *El Tiempo.com*, p. 4. Retrieved febrero 29, 2020 from

- <https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/comercio-electronico-mueve-las-ventas-en-colombia-289966>
- Enciclopedia Economica. (2017). *Enciclopedia Economica.com*. Retrieved Febrero 29, 2020 from Enciclopedia Economica.com: <https://enciclopediaeconomica.com/punto-de-equilibrio/>
- Expoartesanas. (2019). *Expoartesanas*. From Expoartesanas: <https://expoartesanas.com/es/noticia&id=3441>
- Facchin, J. (2019, Febrero 28). *josefacchin.com*. Retrieved Febrero 29, 2020 from josefacchin.com: <https://josefacchin.com/social-selling-que-es/>
- Finanzas personales. (2019, Agosto 03). *Finanzas Personales.com*. Retrieved Febrero 29, 2020 from Finanzas Personales.com: <https://www.finanzaspersonales.co/consumo-inteligente/articulo/dia-de-la-mujer-cuando-es-el-dia-de-la-mujer-en-colombia/79320>
- Garcia Martinez, L. Y., Martinez Bernal, J. C., & Sierra Samaca, A. F. (2017). *Plan De Negocio Para Creacion De Una Empresa De Diseño, Fabricación*. Proyecto De Grado Especializacion, Universidad Piloto De Colombia, Cundinamarca, Bogota. Retrieved 01 28, 2020 From <Http://Polux.Unipiloto.Edu.Co:8080/00004097.Pdf>
- Honda Dio. (2016, Agosto 9). *Motor.com*. Retrieved Febrero 29, 2020 from Motor.com: <https://www.motor.com.co/actualidad/lanzamientos/honda-cb190r-dio-nuevas-motos/27085>
- Hootsuite. (2019, Marzo 12). *blog.hootsuite.com*. Retrieved Febrero 19, 2020 from <https://blog.hootsuite.com/es/social-selling-venta-en-redes-sociales/>
- Innpulsacolombia. (2019, Enero 28). *Innpulsa colombia*. Retrieved Febrero 20, 2020 from <https://innpulsacolombia.com/es/entrada/emprendedores-aprovechar-el-nuevo-regimen-tributario>
- Mercado libre. (2020, Febrero 20). *Mercado libre.com.co*. From <https://listado.mercadolibre.com.co/aretes-madera>
- Morales Ramirez, H. F., & Martinez Ramirez, F. A. (2013). *Producción Y Comercialización De Joyería Alternativa*. Proyecto De Grado, Universidad Jorge Tadeo Lozano, Cundinamarca, Bogota. Retrieved Febrero 01, 2020 From <Https://Expeditiorepositorio.Utadeo.Edu.Co/Bitstream/Handle/20.500.12010/1699/T204.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y>
- OMPI. (n.d.). *Wipo.int*. (O. m. intelectual, Editor) Retrieved Febrero 22, 2020 from Wipo.int: [https://www.wipo.int/sme/es/documents/ip\\_pharma.htm](https://www.wipo.int/sme/es/documents/ip_pharma.htm)
- Oviedo, J. J. (2012). *Plan De Negocio Para La Creación De Una Empresa*. Proyecto De Grado, Universidad Distrital Francisco José De Caldas, Cundinamarca, Bogota. Retrieved Febrero 01, 2020 From <Http://Udistrital.Edu.Co:8080/Documents/138588/3094085/Plan+De+Negocio.pdf>
- Peiro, R. (n.d.). *Economipedia*. Retrieved Febrero 23, 2020 from Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html>

- Portafolio. (2018, Septiembre 16). Portafolio.co. *Portafolio*, p. 4. Retrieved 02 23, 2020 from Portafolio.co: <https://www.portafolio.co/negocios/que-hay-tras-el-exito-de-los-gigantes-del-e-commerce-521211>
- Portafolio. (2018, Octubre 01). *Portafolio.co*. Retrieved Febrero 23, 2020 from Portafolio.co: <https://www.portafolio.co/economia/redes-sociales-toman-fuerza-como-canales-de-venta-521778>
- Portafolio. (2019, Septiembre 30). Fuerte alza del desempleo en Colombia. *Portafolio*, p. 2. Retrieved Enero 25, 2020 from <https://www.portafolio.co/economia/desempleo-en-colombia-en-agosto-de-2019-534072>
- Procolombia. (n.d.). *Procolombia exportaciones turismo inversion*. Retrieved Febrero 14, 2020 from Procolombia exportaciones turismo inversion: <https://procolombia.co/compradores/es/explore-oportunidades/sector-artesanal>
- Pysma. (2019). *pysma*. From pysma: <https://www.pysma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- Redbus. (2019). *Redbus*. From Redbus: <http://blog.redbus.co/turismo-y-aventura/3-mercado-de-pulgas-bogota/>
- Sanmartín, A. V. (2018, Febrero 16). *Tthegap*. Retrieved Febrero 29, 2020 from Tthegap: <http://www.tthegap.com/blog/las-tic-influencia-publicidad/>
- Secretaria de Planeacion. (2019). *www.sdp.gov.co*. Retrieved 01 15, 2020 from [www.sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estudios-macro/proyecciones-de-poblacion): <http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estudios-macro/proyecciones-de-poblacion>
- SENA. (2002). *Fondo Emprender SENA*. (SENA, Editor) Retrieved Febrero 01, 2020 from Fondo Emprender SENA: <http://www.fondoemprender.com/sitepages/que%20es%20fondoemprender.aspx>
- Shopify. (2019, Noviembre 12). *Shopify*. Retrieved Febrero 19, 2020 from Shopify: <https://www.shopify.com.co/blog/como-vender-por-internet-en-colombia>
- Sistema nacional de informacion cultural. (2019). *Sistema nacional de informacion cultural*. From Sistema nacional de informacion cultural: <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=25&COLTEM=217>
- Superintendencia de industria y comercio. (2020). *sic.gov.co*. Retrieved Febrero 20, 2020 from [sic.gov.co](https://www.sic.gov.co/pasos-para-solicitar-el-registro-de-una-marca): <https://www.sic.gov.co/pasos-para-solicitar-el-registro-de-una-marca>
- Veeduría distrital. (2019). *veeduría distrital*. From veeduría distrital: <https://www.veeduriadistrital.gov.co/sites/default/files/files/NotasLocales/Ficha%20Localidad%20Engativa.pdf>
- Viaña Fernández, L. (2014). *Manual de costos y Presupuestos*. Soledad, atlántico: INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SOLEDAD ATLÁNTICO. Retrieved 02 11, 2020
- Webescuela. (2018). *Webescuela.com*. Retrieved Febrero 23, 2020 from Webescuela.com: <https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve/>

## Anexos

### Anexo A Encuesta de Mercado

1. ¿Cuál es su promedio de edad?
  - 18 – 20
  - 21 – 25
  - 25 – 35
  - Más de 35
2. ¿Usa accesorios de belleza?
  - Lo uso a diario
  - Ocasiones especiales
4. ¿Qué tipo de accesorios usas con frecuencia?
  - Anillos
  - Aretes
  - Collares
  - Pulseras
5. ¿Cada cuánto compra accesorios que acompañan su estilo?
  - Dos veces al mes
  - Tres veces al mes
  - Una vez al mes
6. ¿Cuánto dinero invierte en sus accesorios?
  - 10.000 a 19.900
  - 20.000 a mas
  - 5.000 a 9.900
7. ¿Qué tipo de materiales son de su preferencia?
  - Acero
  - Fantasía
  - Madera
  - Plástico
8. ¿Qué espera de los productos?
  - Belleza
  - Calidad
  - Elegancia
  - Exclusividad
9. ¿suele comprar artículos con garantía?
  - En ocasiones
  - Si
  - No
10. Cuando ve productos por redes sociales que medio es el que le genera más seguridad.
  - Facebook
  - Instagram