



**Estudio De Viabilidad Para La Creación De Una Empresa De Detalles  
Personalizados Para Toda Ocasión En La Ciudad De Ibagué**

Andrea Camila Riascos Matoma

Leidy Jhoanna Hernández Velásquez

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Vicerrectoría Regional Tolima Y Magdalena Medio

Sede Ibagué (Tolima)

Programa Contaduría Pública

Abril De 2022

JHOCA DETALLES

**Estudio De Viabilidad Para La Creación De Una Empresa De Detalles  
Personalizados Para Toda Ocasión En La Ciudad De Ibagué**

Andrea Camila Riascos Matoma

Leidy Jhoanna Hernández Velásquez

Trabajo De Grado Presentado Como Requisito Para Optar Al Titulo De Contador Público

Asesor

Lady Carolina Moreno Rojas

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Vicerrectoría Regional Tolima Y Magdalena Medio

Sede Ibagué (Tolima)

Programa Contaduría Pública

Abril De 2022

### **Dedicatoria**

El presente trabajo va dedicado principalmente a Dios que nos permitió llegar hasta este punto de nuestra vida tanto personal como profesional brindándonos la ayuda idónea para lograr este objetivo, a nuestros padres por su inmenso amor y apoyo quienes han sido un gran motor para salir adelante a lo largo de esta trayectoria, enseñándonos a valorar lo que tenemos y sobre todo siendo nuestro mayor ejemplo a continuar.

### **Agradecimientos**

Queremos darle un especial agradecimiento a la Corporación Universitaria Minuto de Dios, por habernos permitido formarnos en esta gran institución de educación superior, a todos los docentes que fueron participes en ella, porque nos ayudaron, nos orientaron, nos motivaron, nos brindaron de su conocimiento y experiencias para seguir adelante y enfrentar la vida real, con esta oportunidad que nos han brindado de presentar la opción de grado con la idea de negocio deseamos ponerla en funcionamiento cumpliendo con los objetivos proyectados.

Igualmente, quiero agradecer al docente asesor Lady Carolina Moreno Rojas, quien fue el encargado de acompañarme en todo el proceso, compartiéndome los conocimientos necesarios para realizar este estudio de viabilidad y factibilidad de la idea de negocio, con el fin de llevarla a cabo con todos los aspectos generados para la formalización de ella

**Tabla de Contenido**

<b>Dedicatoria.....</b>	<b>3</b>
<b>Agradecimientos.....</b>	<b>4</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>10</b>
<i>Abstract</i> .....	11
<b>Introducción .....</b>	<b>12</b>
<b>Marco teórico .....</b>	<b>13</b>
<b>Marco legal .....</b>	<b>19</b>
Justificación .....	23
Formulación y descripción del problema.....	24
<i>Antecedentes del problema</i> .....	26
<b>Objetivo General.....</b>	<b>30</b>
<i>Objetivos Específicos</i> .....	30
Metodología de investigación .....	31
<i>Enfoque</i> .....	31
<i>Objetivos de la metodología</i> .....	31
<b>Instrumentos o técnicas de recolección de información .....</b>	<b>32</b>
<i>Encuesta</i> .....	32
<i>Muestra</i> .....	32
<b>1. Estudio de Mercado .....</b>	<b>42</b>
1.1 <i>Producto</i> .....	42
1.2 <i>Análisis del sector económico</i> .....	46
1.3 <i>Cliente</i> .....	47
<b>2. Mercado .....</b>	<b>48</b>
2.1 <i>la oferta</i> .....	48
2.2 <i>Demanda</i> .....	51
<b>3. Cliente .....</b>	<b>64</b>
3.1 <i>Segmentación de mercado</i> .....	64
3.2 <i>Perfil del cliente</i> .....	64
3.3 <i>Distribución</i> .....	64

## JHOCA DETALLES

3.4 Estrategia de mercadeo.....	65
<b>4. Estudio técnico .....</b>	<b>68</b>
4.1 Tamaño proyecto.....	68
4.2 Localización del proyecto .....	68
4.3 Ingeniería del proyecto .....	70
<b>5. Estudio administrativo y legal .....</b>	<b>76</b>
5.1 Forma y organizacional legal.....	76
5.2 Estructura organizacional para la operación de la empresa .....	77
5.3 Definición de perfiles y funciones de cargo.....	77
<b>6. Presupuesto.....</b>	<b>80</b>
Presupuesto inicial.....	80
Presupuesto de costos de producción .....	82
<b>7.Módulo financiero.....</b>	<b>83</b>
<b>8.Cronograma.....</b>	<b>85</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>86</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>87</b>

**Lista de Ilustraciones**

<b>Ilustración 1.....</b>	<b>42</b>
<b>Ilustración 2.....</b>	<b>43</b>
<b>Ilustración 3.....</b>	<b>44</b>
<b>Ilustración 4.....</b>	<b>44</b>
<b>Ilustración 5.....</b>	<b>45</b>
<b>Ilustración 6.....</b>	<b>45</b>
<b>Ilustración 7.....</b>	<b>49</b>
<b>Ilustración 8.....</b>	<b>49</b>
<b>Ilustración 9.....</b>	<b>50</b>
<b>Ilustración 10.....</b>	<b>50</b>
<b>Ilustración 11.....</b>	<b>50</b>
<b>Ilustración 12.....</b>	<b>54</b>
<b>Ilustración 13.....</b>	<b>54</b>
<b>Ilustración 14.....</b>	<b>54</b>
<b>Ilustración 15.....</b>	<b>55</b>
<b>Ilustración 16.....</b>	<b>55</b>
<b>Ilustración 17.....</b>	<b>55</b>
<b>Ilustración 18.....</b>	<b>56</b>
<b>Ilustración 19.....</b>	<b>56</b>
<b>Ilustración 20.....</b>	<b>66</b>
<b>Ilustración 21.....</b>	<b>69</b>
<b>Ilustración 22.....</b>	<b>69</b>
<b>Ilustración 23.....</b>	<b>73</b>
<b>Ilustración 24.....</b>	<b>73</b>
<b>Ilustración 25.....</b>	<b>73</b>
<b>Ilustración 26.....</b>	<b>74</b>
<b>Ilustración 27.....</b>	<b>74</b>

**Lista de graficas**

Grafica 1. <i>PROYECCION POBLACIONAL</i> .....	25
Grafica 2. <i>PREGUNTA 1</i> .....	34
Grafica 3. <i>PREGUNTA 2</i> .....	34
Grafica 4. <i>PREGUNTA 3</i> .....	35
Grafica 5. <i>PREGUNTA 4</i> .....	35
Grafica 6. <i>PREGUNTA 5</i> .....	36
Grafica 7. <i>PREGUNTA 6</i> .....	36
Grafica 8. <i>PREGUNTA 7</i> .....	37
Grafica 9. <i>PREGUNTA 8</i> .....	37
Grafica 10. <i>PREGUNTA 9</i> .....	38
Grafica 11. <i>PREGUNTA 10</i> .....	38
Grafica 12. <i>PREGUNTA 11</i> .....	39
Grafica 13. <i>PARTICIPACION POR SECTOR AÑO 2020</i> .....	46
Grafica 14. <i>PROYECCION POR SECTOR SERIE 2021-2025</i> .....	47
Grafica 15. <i>POBLACION TOTAL IBAGUÉ- TOLIMA</i> .....	51
Grafica 16. <i>PROYECCIÓN DEL PIB EN IBAGUÉ EN EL SECTOR DE COMERCIO</i> .....	57
Grafica 17. <i>PROYECCIÓN DEL DANE EN EL CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN TOTAL DE IBAGUE</i> .....	58
Grafica 18. <i>PROCESO DE DISTRIBUCIÓN</i> .....	65
Grafica 19. <i>DIAGRAMA DE LA ANCHETA</i> .....	71
Grafica 20. <i>DIAGRAMA DEL DETALLE PERSONALIZADO</i> .....	72
Grafica 21. <i>ORGANIGRAMA</i> .....	77



**Lista de Tablas**

Tabla 1. <i>LIENZO CANVAS</i> .....	40
Tabla 2. <i>COMPETENCIA DIRECTA</i> .....	49
Tabla 3. <i>ESTACIONALIDAD DE VENTAS</i> .....	54
Tabla 4. <i>PROYECCION DEL PIB EN IBAGUE EN EL SECTOR DE COMERCIO</i> .....	57
Tabla 5. <i>PROYECCION DEL DANE EN EL CRECIMIENTO DE LA POBLACION EN IBAGUE</i> .....	58
Tabla 6. <i>CÁLCULO DE PARTICIPACIÓN DE LA DEMANDA</i> .....	59
Tabla 7. <i>MAQUINARIA Y EQUIPO</i> .....	73
Tabla 8. <i>PERSONAL PARA LA OPERACIÓN DE PLANTA</i> .....	75
Tabla 9. <i>MANUAL DE FUNCIONES # 1</i> .....	77
Tabla 10. <i>MANUAL DE FUNCIONES # 2</i> .....	79
Tabla 11. <i>PRESUPUESTO DE MARKETING</i> .....	80
Tabla 12. <i>PRESUPUESTO DE CONSTITUCIÓN</i> .....	81
Tabla 13. <i>PRESUPUESTO INICIAL MAQUINARIA Y EQUIPO</i> .....	81
Tabla 14. <i>PRESUPUESTO COSTO DE ELABORACIÓN DE ANCHETAS</i> .....	82
Tabla 15. <i>PRESUPUESTO COSTO DE ELABORACIÓN DE CAJA EXPANDIBLE</i> .....	82
Tabla 16. <i>PRESUPUESTO COSTO DE ELABORACIÓN PIN DE FOMY</i> .....	83
Tabla 17. <i>PRESUPUESTO COSTO DE ELABORACIÓN DE CAJA SORPRESA</i> .....	83
Tabla 18. <i>PRESUPUESTO CIF</i> .....	83
Tabla 19. <i>BALANCE GENERAL</i> .....	84
Tabla 20. <i>ESTADO DE RESULTADO</i> .....	85
Tabla 21. <i>CRONOGRAMA</i> .....	85

### **Resumen**

Con Jhoca Detalles encontraras un catálogo con una variedad de productos diferentes y completamente personalizados dependiendo de su necesidad, brindando posibilidades de escoger productos, frases e imágenes de acuerdo a su detalle, con oportunidad de personalizar su anchetta a gusto y preferencia en la página Web. Haciendo de cada uno de ellos un producto único y distintivo de cualquier otro producto del mercado logrando satisfacer algunas necesidades de personas que por sus labores diarias o por falta de conocimiento se les dificulta realizar un detalle creativo, sencillo y significativo que permitirá tener hermosos recuerdos a través del tiempo. Por medio de creatividad y experiencia se aporta el conocimiento realizando cada uno de estos detalles que desean dar.

Con cada herramienta utilizada durante su elaboración, se brindará la innovación que garantice personalización de detalles a regalar, haciendo de cada uno una experiencia única e inolvidable.

*Palabras clave:* Innovación, Negocio, Viabilidad, Personalización, Marketing

*Abstract*

With Jhoca Details you will find a catalog with a variety of different and completely personalized products according to your needs, offering the possibility of choosing products, phrases and images according to your detail, with the opportunity to personalize your ancheta to taste and preference on our website. Making each one of them a unique and distinctive product from any other product on the market, managing to satisfy some needs of people who, due to their daily work or lack of knowledge, find it difficult to make a creative, simple and significant detail that will allow them to have beautiful memories. through time. Through creativity and experience, knowledge is provided by making each of these details that they wish to give.

With each tool used during its elaboration, innovation will be provided that will guarantee the personalization of details to be given, making each one a unique and unforgettable experience.

*Keywords:* Innovation, Deal, Viability, Personalization, Marketing.

## **Introducción**

Esta idea de negocio se basa en la constitución de una empresa comercial enfocada a la elaboración de detalles personalizados en la ciudad de Ibagué-Tolima, en el barrio Jordán 8 etapa, que surge a raíz de la necesidad que tienen las personas, que en su diario vivir atraviesan por diversas ocupaciones ya sean familiares, laborales, sociales o políticas; olvidando algunas ocasiones o momentos especiales los cuales dejan atrás sin tener en cuenta la gran importancia de estos regalos tanto para el hombre como la mujer, debido a la falta de tiempo que influye un 100% por sus ocupaciones diarias, lo cual se les puede dificultar la compra de un objeto para regalar, por tal motivo se crea la necesidad de brindar un servicio donde el detalle personalizado finalmente sea diferente, creativo, y amoroso, en el que se ve expresado todo el cariño a ese ser especial. Como estrategia se desea crear una página web de la empresa donde el cliente puede ingresar y seleccionar a su gusto el detalle a convenir según la fecha especial, ya que hoy en día las redes sociales proporcionan la información específica de cada detalle ya estandarizado.

Por otro lado es importante determinar la viabilidad del negocio con el fin de garantizar su rentabilidad con la implementación de proyecciones a corto, mediano y largo plazo, mejorando los hallazgos encontrados y lograr participar constantemente en el mercado regional.

### **Marco teórico**

Teniendo en cuenta que el emprendimiento hoy en día fomenta el crecimiento en el sector económico por medio de ideas innovadoras para las creaciones de nuevas empresas, para ello vamos abarcar un poco acerca de algunas teorías prácticas y necesarias de este plan de negocio.

Según (Velez Romero & Ortiz Restrepo, 2016) “emprendimiento es hablar de liderazgo, inversión, política, proyectos, desafíos, oportunidades y otras palabras que incentiven a concretar la idea de emprender e innovar”. Esto se afianza a la nueva generación que se está proyectando para el cambio ante la sociedad con un impacto positivo en el crecimiento económico ante la creación de nuevas empresas innovadoras y competitivas en el mercado.

Por otro lado el empresario Robert Kiyosaki “afirma que la mayoría de personas se la pasan en colegios sin aprender el arte de hacer dinero, y se dedican hacerle dinero a otros sin aprender hacer dinero para ellos mismos” (Kiyosaki , 1997) hoy en día la sociedad debería implementar medidas de apoyo en los colegios con programas o materias que motiven a los estudiantes al querer emprender desde jóvenes y la importancia que tiene para la vida personal como profesional, un plan de negocio se fundamenta en la planificación del uso que se le da a los recursos para identificar estrategias y llevar el éxito de la empresa, consiste también “En un proceso de estudio con una oportunidad de negocio, trazando objetivos y resultados para el proyecto teniendo en cuenta que se debe llevar varias fases durante este” (Moreno Castro, 2016), en el mercado actual existen muchas empresas que se incorporan al mercado, para ello es importante ser competitivos es decir, con los estudios anterior mente realizados se debe tener buen precio, producto ( innovador) , y sobre todo poder brindar excelente calidad. Un negocio con un plan en orden puede obtener cierta ventaja para poder entrar a competir en el mercado ya que se convierte en una pieza clave para el control y evaluación de proyectos a corto, mediano y

## JHOCA DETALLES

largo plazo para la misma toma de decisiones y del mismo modo tener la opción de determinar qué tan viable puede resultar el funcionamiento de un negocio o validar como está la situación de una empresa para determinar criterios y buscar soluciones para el desarrollo económico de la organización, según la opinión del profesor confirma que el “propósito de un estudio de viabilidad es diseñar estrategias, que al ponerse en funcionamiento permiten superar cualquier situación alcanzando los objetivos proyectados” (Arriola Mairen, 2010) todo esto lleva a conocer la viabilidad del negocio y la probabilidad que sea un éxito, teniendo en cuenta que toda empresa incurre en riesgo posiblemente para áreas operativas, administrativas u otras, puesto que este diagnóstico es esencial para el mundo empresarial optimizando los procesos.

Por otra parte un estudio de viabilidad “es el elemento inherente a cualquier tipo de informe debido a su consideración proporcionada con el objetivo obtener información viable que se establece para planificar, permitiendo un conocimiento y así saber qué beneficios se obtendrá de él” (Perez, 2021) por medio este examen se comprueba la rentabilidad de proyecto a fin de crear nuevas innovaciones en el mercado para lograr un crecimiento económico.

Los costos se convierten en un factor fundamental a la hora de ofrecer un producto dependiendo la actividad económica de la empresa, el coste del producto a ofrecer determina el costo de producción para así mismo determinar el costo de venta para generar utilidad en el negocio, según (Reveles Lopez, 2019) “Refiere que los costos son el esfuerzo y los recursos sumados que se han invertido en algo y se espera un resultado después de presentarlo” para la gerencia de una empresa determinar este coste va como prioridad a la hora fabricar y vender ya que este también nos puede mostrar perdida teniendo la opción de corregir precios y materiales, existen 3 elementos de del proceso de fabricación de un producto por cual se termina el proceso final ( mano de obra directa, materiales directos de fabricación y los CIF) para el profesor los

## JHOCA DETALLES

costos se categorizan de la siguiente manera “ Los costes fijos que son los que no cambian durante el proceso de fabricación y los costes variables que dependen ya directamente de la producción a elaborar” (Orozco Torres, 1996).

Los detalles personalizados en el mercado han tenido gran demanda ya que existen varias tiendas personalizadas que ofrecen productos similares al de Jhoca detalles, sin embargo la personalización de esta idea de negocios se basa en el tiempo, dedicación, innovación, cariño y cuidado al hacer este detalle con un significado para el cliente porque se convierte en un regalo diferencial, con base a lo anterior existen páginas internet como el siguiente blog que resalta la importancia de la personalización reafirmando que “ no es algo genérico que encontramos en cualquier estantería, sino que contiene elementos que conectan directamente con su receptor” (quindeblue, 2018). La personalización hace gran diferencia en los detalles:

Consiste en generar sistemas, procesos y procedimientos, en suma, operaciones, para generar una relación entre empresa y cliente, sobre la base de un conocimiento previo y con el fin de adaptarse a gustos y preferencias, generando con ello una mayor conexión emocional con las personas, que son tratadas como tales, no como consumidores, no sólo como una simple cifra de ingreso. Da valor a la individualidad, exhibiendo conocimiento de los clientes, voluntad de agradar y superar expectativas, y generando un reconocimiento destacando la adaptación del producto o servicio a la voluntad, hábitos e intenciones de la persona. (Alcaide , 2017, p.1)

Generando un aspecto beneficioso para la entidad por medio de la satisfacción total del cliente, como parte de la personalización la innovación:

## JHOCA DETALLES

Es un componente clave de las ventajas competitivas de las empresas. El objetivo del presente artículo es probar si la inversión en innovación influye en la productividad de pequeñas y medianas empresas. La relación innovación-productividad se estudió en una muestra amplia de empresas en México. Se aplicó un análisis de regresión en dos etapas para evitar estimadores inconsistentes. Primero, se establecieron los determinantes de la innovación y, después, se estimó el impacto de la innovación sobre la productividad. Se halló un vínculo positivo entre innovación y productividad en diversos sectores manufactureros y no manufactureros. El impacto calculado de la innovación sobre la productividad es equivalente al impacto que tiene la inversión en equipo de cómputo. (Kato Vidal, 2019, p. 1)

Dado que la competencia se puede hacer exigente ante las nuevas elaboraciones o ideas que se puedan generar en el mercado y por tanto se requiere nuevas inversiones de capital para el desarrollo de las actividades resaltando entre otras, por otra parte (Peiro, 2019) “afirma que la innovación es indispensable en ámbito empresarial aportando ideas nuevas y opciones a lo que ya existe para cumplir las necesidades del cliente, o incluso crear nuevos productos con el fin de que tengan éxito en el mercado” debido a que todo empresario busca la aceptación y aprobación en el mundo empresarial por un crecimiento nacional e internacional.

Para construir:

Un país o una región innovadora implica tener un mayor control sobre las tendencias futuras, generar la agenda de investigación y desarrollo global, determinar las tecnologías a utilizar, definir las fuentes de recursos, las prioridades de inversión, son los primeros en beneficiarse de los avances



## JHOCA DETALLES

científicos y tecnológicos, logran mejores niveles de desarrollo y crecimiento conservando los recursos naturales y la protección del medio ambiente, mayor sofisticación de sus procesos, mercados y negocios, lo cual se traduce en mayor eficiencia y utilidad, constituyéndose en elementos que diferencian a los países y regiones más prosperas a nivel global. (Pardo Martinez, 2020, p. 1)

logrando una mayor utilidad, reconocimiento internacional y brindadas posibilidades laborales ampliando la capacidad productiva con mayor participación en el mercado, así mismo el factor más importante es lograr determinar la viabilidad de este proyecto, para ello es clave la:

Gestión Financiera dentro de la organización ya que se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar todo el manejo de los recursos financieros con el fin de generar mayores beneficios y/o resultados. El objetivo es hacer que la organización se desenvuelva con efectividad, apoyar a la mejor toma de decisiones financieras y generar oportunidades de inversión para la organización” (Terrazas Pastor, 2009, p. 4)

Dentro de esta gestión se examina un análisis financiero empresarial con la objetividad:

Analizar la estructura interna de la empresa - Utilizar el estado financiero como cifra base y todas las demás cuentas de dicho estado se comparan con ella. -  
Demostrar los estados financieros comparativos para analizar la utilidad o la pérdida del ejercicio. - Evaluar la tendencia en las cuentas durante varios años. -  
Identificar con facilidad los puntos que exigen mayor atención. (Santiago Chavez & Gamboa Salinas, 2017, p. 35)

El área contable dentro de este cálculo proporciona información útil para la toma de decisiones puesto que

## JHOCA DETALLES

La contabilidad de la empresa es la base del análisis financiero, pues de ella es que se toma la información que se analiza, que se compara, que se mide, y de allí lo importante que resulta llevar una contabilidad correcta, que refleje la realidad económica y financiera de la empresa, realizando un análisis financiero permitirá que la contabilidad sea útil a la hora de tomar las decisiones, puesto que la contabilidad si no es leída debidamente, simplemente no dice nada y menos para un directivo que poco conoce de contabilidad, luego el análisis financiero es imprescindible para que la contabilidad cumpla con el objetivo más importante para la que fue ideada: servir de base para la toma de decisiones. (Gerencie.com, 2022, p. 1)

En términos generales la importancia de tener en la organización un determinado análisis financiero es fundamental para evaluar el estado real de la empresa y aplicar medidas correctivas.

Todo este conjunto de aspectos son necesarios para el éxito de Jhoca detalles, como implementar excelente tecnología con fin de competir en el mercado de manera innovadora, para (Roldan, 2017, p. 1) “la tecnología es el conjunto de conocimientos y técnicas que se aplican de manera ordenada para alcanzar un determinado objetivo o resolver un problema”, dentro de la empresa se convierte en una necesidad para el funcionamiento de ella, por medio de este proceso se brinda solución para crear nuevas ideas y fomentando un aumento en reconocimiento y producción, “la tecnología tiene su origen cuando la técnica (inicialmente empírica) se empezó a vincular con la ciencia y de esta forma se estructuran los métodos de producción.” (Editorial Etece, 2020, p. 1) Siempre ha sido utilizada en el medio empresarial de manera eficaz logrando las metas planificadas.

### **Marco legal**

Jhoca detalles, es una empresa que se encuentra enmarcada dentro del sector de la economía de los Servicios como personal natural no responsable de IVA, dedicada a la elaboración de regalos y elaboración de detalles personalizados. De acuerdo al CIU la tienda personalizada hace parte del sector 4719 “Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco

Esta clase incluye:

- Los establecimientos no especializados de comercio al por menor con surtido compuesto principalmente de una variedad de productos nuevos, para consumo de los hogares y entre los cuales la venta de alimentos (víveres en general), bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco, no constituye su actividad predominante. Suelen realizar este tipo de actividad los denominados almacenes generales, cacharrerías, los almacenes o tiendas por departamento con surtido diverso compuesto, por ejemplo, de prendas de vestir, calzado, muebles, electrodomésticos, artículos de ferretería, cosméticos, joyería, productos de farmacia y droguería, artículos deportivos, entre otros. Normalmente, esas mercancías se comercializan en diferentes secciones o departamentos que funcionan bajo la dirección de una gerencia central.

- Incluye los establecimientos denominados bazares, cacharrerías, quincallerías, con surtido diverso de mercancías tales como cosméticos, artículos escolares, mercerías, tarjetas, juguetería, fantasías, entre otros.

En Colombia existen varias leyes que rigen el fomento al emprendimiento:

***La Ley 2069 de 2020***

## JHOCA DETALLES

Conocida como Ley de Emprendimiento, es una ley integral diseñada a la medida de todos los emprendedores, sin importar el tamaño de sus negocios. Busca brindar un marco regulatorio moderno que facilite el nacimiento de nuevos emprendimientos y empresas, que los ayude a crecer y a incentivar la creación de nuevos empleos.

Obteniendo ciertos beneficios:

- Ahorro para las microempresas que ejecuten procesos de formalización y requieran registrar actos ante las cámaras de comercio
- Cierre de la brecha de formalización.
- Si dentro de los pliegos de condiciones se incluyen medidas que favorezcan a los sujetos de especial protección constitucional, el número de veces que estas empresas participan en los procesos de selección se incrementa notablemente, y se genera una mejora en tiempo y costos.
- La posibilidad de que en condiciones de igual precio, calidad y capacidad se prefiera a las mipymes nacionales permite que la participación de estas empresas en los procesos de contratación se incremente notablemente y que se ahorre tiempo y costos en el proceso de selección.
- La inclusión de reglas de desempate que benefician a mipymes y personas de especial protección constitucional logra que estas empresas puedan participar en procesos de selección, tener más opción de ser seleccionados y ahorrar tiempo y costos.
- La posibilidad de que se realicen inversiones en herramientas tecnológicas para la innovación permite que más empresas puedan desarrollar empresas innovadoras donde se use la tecnología y ahorrar tiempo y dinero.

## JHOCA DETALLES

- Facilidades para que los pequeños productores y campesinos ofrezcan sus cosechas, lo cual se traduce en un incremento de negocios para estas personas, disminución de tiempo y ahorro de costos, pues ya no deben pagar el costo de un intermediario.

### ***CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA***

Principalmente, su artículo 38 se refiere sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica y 158 sobre Unidad de Materia.

### ***LEY 344 DE 1996***

Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

### ***LEY 550 DE 1999***

Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

### ***LEY 789 DE 2002***

Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO.

### ***DECRETO 934 DE 2003***

Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE. El artículo 40 de la ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

### ***LEY 905 DE 2004***

## JHOCA DETALLES

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

Colombia mediante la Ley 1780 de 2016 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, entendiendo por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no supere los 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes.

Jhoca detalles piensa aprovechar los recursos que brinda la universidad como Centro Progreso Minuto de Dios, que facilita las oportunidades de empleabilidad, emprendimiento y educación, a través de integrar los servicios que ofrecen las entidades del Minuto de Dios, para aportar al desarrollo humano, la realización de los proyectos de vida de todos sus beneficiarios y contribuir al progreso social y económico del país, logrando poner en funcionamiento esta idea de negocio con el fin de generar nuevos empleos y una rentabilidad para la empresa innovando y crecimiento en el mercado.

### **Justificación**

El propósito de esta idea de negocio es incentivar a las personas a volver a la era del romanticismo con ideas fantásticas donde se resalta la personalización de detalles a gusto del cliente (fotos, frases...) siendo Jhoca detalles un servicio de mayor comodidad en cada producto, tomando como base principal el acercamiento emocional de las personas que buscan demostrar el afecto de manera especial. Como fundamento principal se busca satisfacer las necesidades del cliente siendo personas que se caractericen por ser originales.

Jhoca detalles buscar brindar un servicio de mayor calidad y personalización diferencial entre los otros negocios que ya existen en la ciudad de Ibagué legalmente constituidos, el factor de esta idea de negocio se basara siempre en buscar la mejor opción de amor haciendo felices a nuestras parejas, familia y amigos.

Con esta idea de negocio se logrará generar empleos en la ciudad para el crecimiento económico, contribuyendo a la compra de los detalles aumentando los ingresos, con estrategias, convenios y excelentes proveedores para hacer del sector de los detalles tenga un impacto positivo para la comunidad.

Finalmente, este trabajo permite poner en práctica los conocimientos adquiridos a nivel profesional en cuanto a; manejo contable, tributario y administrativo para el momento de iniciar la actividad económica aportando las habilidades como competencias, para lograr la continuidad de negocios en la ciudad de Ibagué en constante crecimiento económico y también cumpliendo los objetivos de una forma metodológica siendo la ventaja fundamental y clave del éxito para un proyecto de emprendimiento.

### **Formulación y descripción del problema**

Ibagué es un municipio ubicado en el centro-occidente de Colombia, sobre la Cordillera Central de los Andes entre el Cañón del Combeima y el Valle del Magdalena, en cercanías del Nevado del Tolima siendo la capital del departamento de Tolima. Ibagué se ha convertido en una de las ciudades con mayor nicho de mercado en el sector de detalles personalizados.

Según el informe de calidad de vida de la ciudad de Ibagué generado en el mes de agosto del año 2021 de acuerdo con las proyecciones de población calculadas por el DANE, para el año 2020 según el Censo Nacional de Proyección y Vivienda del 2018; la población ibaguereña es de 541.101 habitantes donde el 52,3% son mujeres y 47,7% son hombres, la ciudad pasó de tener 529.635 a 541.101 habitantes aumentando al 2020 11.466 habitantes más

Las proyecciones del DANE a 2020 estiman que el 92,8% de la población se ubica en el área urbana y el 7,2% en el área rural. Así mismo, se identifica que el 47,7% son hombres y el 52,3% son mujeres; los rangos de edad donde se concentra el mayor número de personas son las ubicadas entre 10 y 29 años que representan el 32,1% del total de la población Ibaguereña.

El problema radica en que hoy en día la mayoría de personas han dejado atrás la costumbre de ser detallistas por falta de tiempo optando por la compra de cualquier tipo de regalo para una mayor facilidad, la idea principal es una tienda web donde se va a brindar directamente la personalización ante la creación de las anquetas a gusto y en cuanto a la elaboración manual de detalles con fotos, frases y diseños a preferencia del cliente con hermosos colores llamativos e imágenes de los productos a ofrecer, contribuyendo a solucionar cualquier inquietud o confusión al momento de comparar algún tipo de regalo, brindando seguridad y confianza de que se va a hacer el mejor trabajo para ellos con ideas innovadoras, generando siempre la satisfacción ante las necesidades y anhelos del corazón de cada persona.

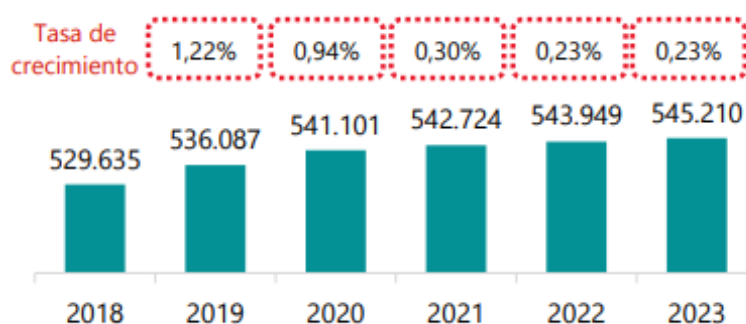


## JHOCA DETALLES

Por otro lado conforme a la información obtenida anteriormente se identifica que para el presente año estaríamos contando con una población de 543.949 habitantes según proyecciones el DANE distribuido en las 13 comunas, también que Ibagué está en constante crecimiento poblacional por lo cual nace la necesidad de incrementar nuevas ideas de emprendimiento para expandir el sector financiero y fomentar nuevos empleos, logrando cumplir los objetivos proyectados en este proyecto.

Teniendo en cuenta la problemática se plantea un estudio de mercado donde se identificará la viabilidad de esta idea de negocio con el prototipo al cual se pretende llegar, esta idea se genera con el fin de innovar en el mercado de detalles personalizados ya que en la actualidad es estándar en cuanto al ofrecimiento de productos y precios al consumidor.

**Grafica 1. PROYECCION POBLACIONAL**



*Fuente: DANE- Proyecciones de población con base en el censo nacional población y vivienda*

*2018. Cálculos Ibagué Como Vamos.*

***Antecedentes del problema***

El primer trabajo de Luz Ángela Contreras Marín (2019) se denomina Emprendimiento social de fortalecimiento contable a mujeres con idea de negocio, este proyecto consiste en descubrir sus capacidades como empresarias y líderes alcanzando la superación personal y la de su entorno es una asesoría a mujeres de bajos recursos en la ciudad de Bogotá en la localidad de suba, son 60 mujeres madres de cabeza familia, la asesoría la van a brindar por 3 meses con el apoyo de fundaciones con recursos monetarios buscando fomentar la nuevos proyectos y empresas a largo plazo , enseñando a llevar una contabilidad, a manejar el efectivo en la actualidad existe mucho trabajo informal como trabajadores independiente comerciante que necesitan de estos recursos para surgir, se determina que los jóvenes y algunas mujeres emprendedoras necesitan asesorías y acompañamiento para poder lograr sus sueños y calidad de vida.

Se determinó el precio y la ubicación geográfica para llevar a cabo el proyecto por medio de una investigación con factores externos e internos, la competencia los aliados, el asesoramiento contable se encuentra en actividades secuenciales que aseguren la generación de informes y reportes de cada una de las fases. Esta investigación aporta de ciertamente a nuestro trabajo de emprendimiento a entender en valor que tiene de continuar con cualquier idea de proyecto, a la vez la organización que se debe llevar en las finanzas, creando los registros contables, el análisis de mercado, la negociación con los proveedores y convertir ese emprendimiento en empresa.

En el segundo antecedente es un libro que se llama Emprendedores Sociales (como hacer la diferencia) Autores Games Gutierrez Jorge; Cortes Barrera Jairo Enrique, en el cual expresa las actividades del emprendimiento en empresas, ha tenido un impacto reconocido sobre el

## JHOCA DETALLES

crecimiento económico las innovación y el empleo que se va generando por medio de estas nuevas ideas que apoya el país colombiano el cual está ocupando las primeras posiciones en la tasa de actividad emprendedora en el mundo, está condicionado por factor de riesgo innovación y pro actividad, se cuenta con la participación de jóvenes ya adultos que son los principales actores en este rol en funcionamiento al emprendimiento social que tiene actitudes más positivas que la población adulta respecto al trabajo de la red, por la misma tecnología que se facilita más a los jóvenes por todas las creaciones y versiones quien van creando a medida del tiempo y está entre el rango de 35 a 44 años. El emprendedor descubre problemas y así mismo los puede solucionar utilizando nuevas formas de creatividad e innovación, sin duda es una habilidad que se adquiere con capacidades y a un determinado plazo, la investigación es explicativa puesto que se pretende descubrir y caracterizar a los emprendedores sociales y sus proyectos a fin de determinar las causas y razones de sus comportamientos como objeto de estudio, otro instrumento es aún entrevista con los beneficiados su estilo de vida valores percibidos sus habilidades y debilidades.

Aporta al trabajo de emprendimiento que se está realizando encontrar las habilidades, debilidades, capacidades que contamos al momento de crear la empresa, y con el análisis de comportamiento de nuestro entorno.

En el tercer antecedente encontramos un proyecto de grado que se refiere a la medición del impacto que genera el fomento del emprendimiento empresarial en el municipio de bello (Antioquia) realizado por la estudiante Karen Paola Mejía Marín de la Universidad Minuto de DIOS del programa Administración de empresas (2019) el principal objetivo este análisis es ver como el fomento de nuevos jóvenes emprendedores ha impactado en lo económico a ese municipio exactamente debido a que la sociedad se encuentra en cambios continuos de

## JHOCA DETALLES

transformación tanto económico como personal, en este sentido el emprendimiento empresarial y al creación de nueva empresas de base tecnológica han sido principal fuente de desarrollo para el países del primer mundo, de mismo modo el emprendimiento es un factor crucial para la reducción del alto porcentaje de desempleo que va en aumento en Colombia y que no permite que exista una mejor calidad de vida para los colombianos por esto es importante fomentar la participación de todas aquellas personas que quieren salir adelante creando una visión futura de crecimiento económico y formación, la muestra se toma del municipio de bello ubicado en el dto. De Antioquia de los habitantes que se tomaron las encuestas, con este se logra evaluar y describir el comportamiento de los cuidadnos con respeto a la creación de nuevas empresas en conclusión podemos decir que el emprendimiento es parte importante para el crecimiento económico de un país y para el fortalecimiento de sociedades.

El aporte se genera de manera individual en el sentido de partencia de visionar el futuro con nuevas ideas, proyectos, creaciones que nos ayuden a fomentar la participación en la economía de nuestro país.

El cuarto trabajo de Cruz Cárdenas, Reyes, & Gasco, 2016, se denomina “Comportamiento del Consumidor en la Disposición de Regalos no Gustados”. El objetivo del estudio realizado es analizar el comportamiento de disposición de regalos no gustados de una muestra de 958 individuos adultos en Ecuador (un país latinoamericano). La encuesta del presente estudio se realizó a 109 zonas censales urbanas, entre la población adulta (18 años o más) de la ciudad de Quito, capital del Ecuador, la que cuenta con una población aproximada de 1,6 millones de habitantes en su área urbana. La variable a predecir, que es el método de disposición del regalo no gustado, fue presentada a los encuestados en base a 2 preguntas, en la primera se solicitaba indicar si el regalo estaba o no siendo usado actualmente. Para los casos en

## JHOCA DETALLES

que no estaba siendo usado, se preguntó que se hizo con el regalo en base a 10 categorías:

Almacenarlo (guardarlo), regalarlo nuevamente, donarlo, prestarlo temporalmente, botarlo a la basura, destruirlo, venderlo, alquilarlo, negociarlo (intercambiarlo) y cambiarlo en la tienda. Una vez que los cuestionarios se recolectaron, los regalos no gustados que aún estaban siendo usados (296), o que habían sido usados hasta su agotamiento (15), al no ser casos de disposición de productos, fueron excluidos del análisis de datos. El estudio se centró en los restantes 958 casos, relacionados con el comportamiento de disposición. Esta investigación se relaciona con el trabajo planteado porque brinda información sobre el gusto de los detalles y la frecuencia con que se da o se recibe un regalo con gusto.

### **Objetivo General**

Elaborar un estudio de viabilidad para la creación de una empresa cuya actividad principal consiste en la elaboración de detalles personalizados y anchetas para todo tipo de personas, por medio de una página web directamente del negocio adicional las plataformas de redes sociales.

### ***Objetivos Específicos***

- Analizar un diagnóstico de mercado con los factores más relevantes que abarca esta idea de negocio identificando; el sector, la oferta, la demanda, la competitividad y otros aspectos en el mercado con el fin de conocer a que consumidores se va a llegar y su grado de rentabilidad.
- Realizar un conjunto de proyecciones que permitan determinar los costos de los servicios ofertados.
- Determinar una gestión financiera en el cual se analizará la viabilidad del proyecto, tomando como base los recursos económicos que tiene la empresa para un resultado a corto, mediano y largo plazo para la toma de decisiones.

### **Metodología de investigación**

La metodología que se empleó en esta idea de negocio es descriptiva con un enfoque cuantitativo ya que se buscó analizar el nicho del mercado en distintos factores dentro ciudad, por medio de los instrumentos de recolección se utilizaron fuentes primarias por las cuales se aplicó la encuesta para el objetivo determinado de identificar preferencias y gustos de las personas y secundarias debido a que se tomó información de libros, pagina web, artículos de revistas entre otros con el fin de investigar la viabilidad del negocio

#### ***Enfoque***

La Investigación con enfoque cuantitativa “se basa en describir de manera sistematizada las características de cierta población, situación o área específica por medio de un censo poblacional o encuestas” (Monje Alvarez, 2011) los datos encontrados se analizaran estadísticamente obteniendo resultados generales detallando realmente el problema de esta investigación y ante posibilidad de crear e implementar nuevos productos en el mercado con innovación, excelente calidad en servicio y producto para satisfacer las necesidades del cliente.

#### ***Objetivos de la metodología***

1. Evaluar un estudio de mercado para identificar la competencia con el fin de tener un mejor enfoque del proyecto a emprender con innovación y creatividad que debe caracterizar a Jhoca Detalles en el mercado.
2. Diseñar un modelo de beneficio para la empresa en la cual se pueda diagnosticar los costes y gastos para la infraestructura de esta idea de negocio e implementar nueva tecnología en el mercado logrando un impacto positivo ante la sociedad con nuevos productos.

## JHOCA DETALLES

3. Elaborar el marco legal administrativo con el fin de cumplir con las normas en Colombia ya que un punto clave para el buen funcionamiento de la empresa teniendo acreditación en el sector comercial.
4. Calcular un análisis financiero puesto que nos permitirá conocer la viabilidad del negocio y así poder tomar decisiones exactas para el éxito de la organización.

### **Instrumentos o técnicas de recolección de información**

#### ***Encuesta***

Para (Westreicher, 2022, p. 1) “La encuesta es una herramienta para conocer las características de un grupo de personas. Puede tratarse de variables económicas, como el nivel de ingresos (cuantitativa), o de otro tipo, como las preferencias políticas (cualitativo).” El propósito de esta encuesta es identificar las preferencias y gustos realmente del cliente en el municipio de Ibagué, así mismo clasificar los aspectos más relevantes ante la demanda por tal motivo se realizó una encuesta de manera escrita por medio de un cuestionario a 102 personas.

#### ***Muestra***

Para identificar la muestra real para este proyecto dedicado a la elaboración de detalles personalizados en la ciudad de Ibagué, es importante conocer los gustos y preferencias en la compra de estos productos en la población donde se aplicó esta idea de negocio, por tal motivo se realizó una encuesta con método de selección aleatoria a un grupo de 102 personas de las cuales cada una tenía la probabilidad de elegir un gusto y preferencia al brindar un detalle entre una segmentación de 15 a 60 años ya que son la población más vulnerable a la compra de estos productos y servicios, del mismo modo se efectuó en las comunas 8 y 7 de Ibagué donde se



## JHOCA DETALLES

cuenta con mayor población de personas a fin de analizar e identificar varios factores logrando fortalecer la creación de este negocio.

El muestreo Aleatorio estratificado se eligió debido a que se enfocó a estudiantes y adulto activo laboralmente de estrato 1, 2, 3, 4 principalmente debido a que tienen mayor facilidad de obtener los productos de Jhoca detalles y buscan enamorar a su pareja con ayuda de un experto en asesoramiento en esta área.

Se tomó como base el censo realizado en el año 2018 por el DANE de los cuales para el año 2020 Ibagué contaría con 541.101 habitantes que corresponden 258.275 hombres y 282.826 mujeres, para la muestra se tomaron un rango de edades entre los 15 y 60 años de los cuales se cuenta con 64,3% hombres 166.070 y 63,8% mujeres para un total de 180.442 para una muestra poblacional de 346.512.

### CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

DONDE:

- n = es el número de encuestas por aplicar
- Z = 1,65 nivel de confianza de 90% tabla estándar
- N = 346512 ibaguereños, población mercado potencial.
- e = 0,1 (10%) porcentaje de error
- P = 0,5 (50%) probabilidad de ocurrencia
- Q = 0,5 (50%) probabilidad de no ocurrencia

Ecuación:

$$n = \frac{235844,73}{3465,12} + 0,680625$$

$$n = \frac{235844,73}{3465,800625}$$

$$n = 68,04913367$$

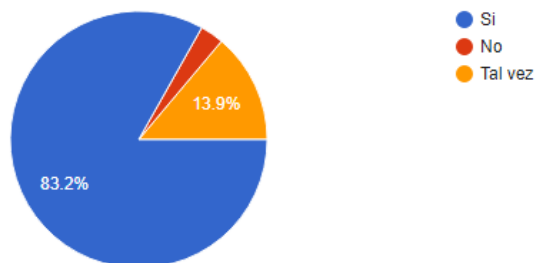
$$n = 68$$

## JHOCA DETALLES

**Grafica 2. PREGUNTA 1**

1. ¿Le gustaría que le dieran algún detalle personalizado con fotos, imágenes y frases?

101 respuestas

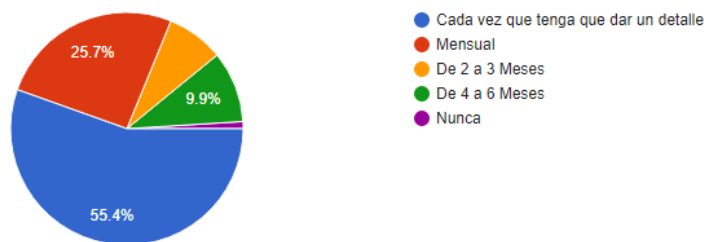


*Fuente: Elaboración propia*

**Grafica 3. PREGUNTA 2**

2. ¿ Con que frecuencia compraría usted un detalle personalizado?

101 respuestas



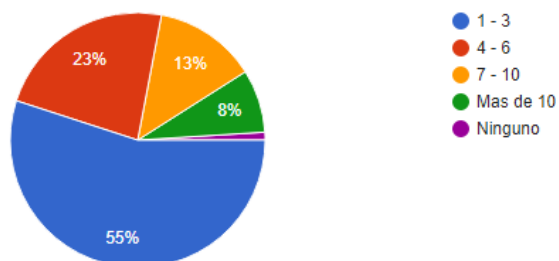
*Fuente: Elaboración propia.*

## JHOCA DETALLES

**Grafica 4. PREGUNTA 3**

3. ¿ Cuantos detalles estaría dispuesto a comprar en el mes?

100 respuestas

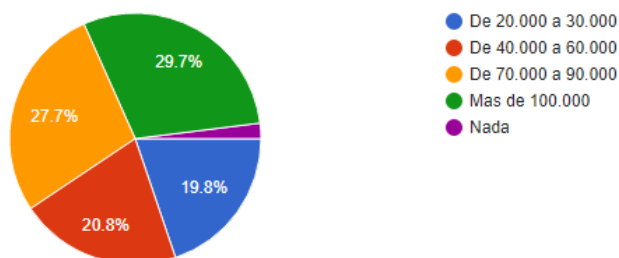


*Fuente: Elaboración propia.*

**Grafica 5. PREGUNTA 4**

4. ¿ Cuanto estaría dispuesto a pagar por un detalle personalizado?



101 respuestas



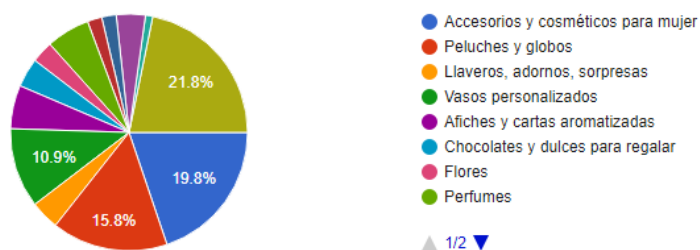
*Fuente: Elaboración propia.*

## JHOCA DETALLES

**Grafica 6. PREGUNTA 5**

5. ¿ Qué tipos de productos le gustaría encontrar en Jhoca para complementar o dar un detalle?  

101 respuestas

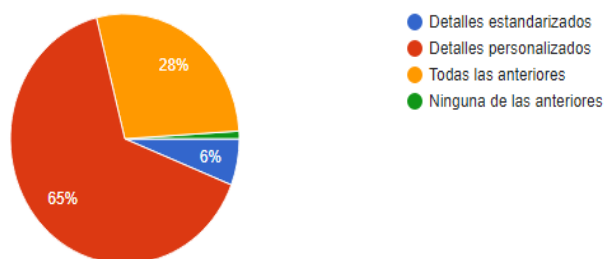


*Fuente: Elaboración propia.*

**Grafica 7. PREGUNTA 6**

6. ¿ Que tipos de detalles le gustan?

100 respuestas



*Fuente: Elaboración propia.*

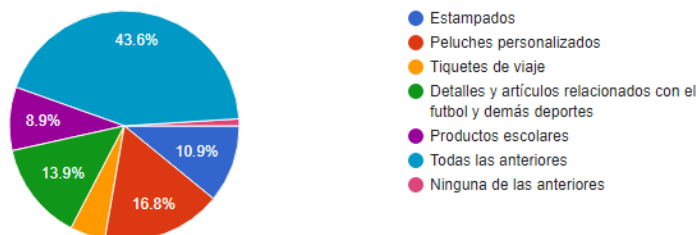
## JHOCA DETALLES

**Grafica 8. PREGUNTA 7**

7. ¿Qué le gustaría encontrar en Jhoca que sea diferente a otros negocios similares de detalles?

 Cop

101 respuestas



*Fuente: Elaboración propia.*

**Grafica 9. PREGUNTA 8**

8. ¿Qué piensa de los productos personalizados?

 Copi

101 respuestas



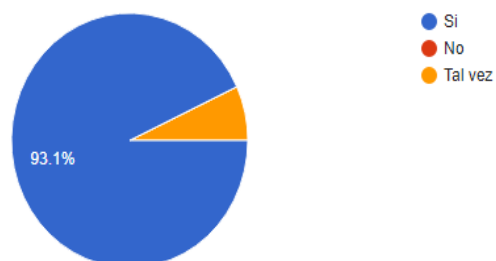
*Fuente: Elaboración propia.*

## JHOCA DETALLES

**Grafica 10. PREGUNTA 9**

9. ¿ Le gustaría saber un poco mas de JHOCA Detalles?

101 respuestas

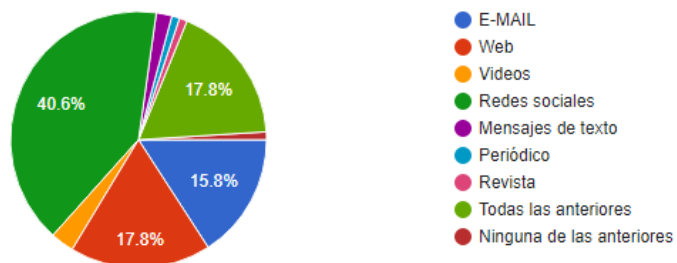


*Fuente: Elaboración propia.*

**Grafica 11. PREGUNTA 10**

10. ¿Por que medio le gustaria recibir información de nuestros productos?

101 respuestas

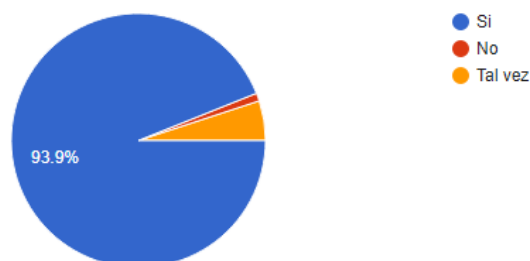


*Fuente: Elaboración propia.*

**Grafica 12. PREGUNTA 11**

11. ¿Usted estaría dispuesto a comprar detalles en esta empresa?

99 respuestas



*Fuente: Elaboración propia.*

**Análisis de encuesta realizadas**

Se realizó una encuesta a 102 personas de las cuales se determinó la siguiente información:

- Teniendo en cuenta la pregunta 1, 6 y 8 se nota una gran aceptación de parte de las personas por los detalles personalizados, teniendo en cuenta que la mayor parte de los comentarios fueron positivos.
- De acuerdo en las pregunta 2 y 3 se percibe que la mayoría de las personas tendrían más en cuenta los detalles personalizados al momento de dar un detalle.
- Tomando en cuenta la pregunta 4 se observa que los precios los cuales se están ofertando de los productos personalizados son aceptados por la mayoría de las personas, aunque no todas escogieron el mismo valor, las personas están dispuestas en invertir en un detalle personalizado.
- En base a la pregunta 5 y 7 se analiza que las personas quieren encontrar en Jhoca

## JHOCA DETALLES

detalles, diversos artículos para el complemento del detalle o simplemente dar un detalle más sencillo. Es por eso que en Jhoca encontraras diversas opciones.

- A raíz de la pregunta 10 la mayoría de las personas prefieren las redes sociales y la web para recibir más información de Jhoca es por esto que por medio de nuestra plataforma llegaremos a más público interesado en nosotros.
- En función de la pregunta 9 y 11 gran parte de las personas encuestadas están interesadas en conocer y saber un poco más de Jhoca y están dispuestas a recomendarnos con más personas.

**Tabla 1. LIENZO CANVAS**

8. SOCIOS CLAVE	7. ACTIVIDADES CLAVE	2. PROPUESTA DE VALOR	4. RELACIÓN CON CLIENTES	1. SEGMENTO DE CLIENTES
Los proveedores clave serán aquellos que nos brindan las materias primas para la realización de los productos personalizados, así como los que nos brinden otros productos para complementar los detalles. También aquellos proveedores que se encarguen de surtir la cacharrería.	Servicio de realización de productos personalizados, gestión diaria de la cacharrería, proveedores, clientes, pedidos, domicilios, marketing.	Se prestarán los servicios y asesoría para regalar un detalle único y especial para cada ocasión, entre ellos encontrará una variedad de productos y asesoría para lo que pueda tener esté; tanto en fotos, imágenes, frases, decoración completa de cada detalle, empaçado de detalles y mucho más	A través de teléfono, correo electrónico, redes sociales y whatsapp.	Son todas las personas entre 20 y 40 años, las cuales cuentan con ingresos económicos, especialmente las mujeres debido a que son las que generalmente más detalles suelen dar.
	6. RECURSOS CLAVE		3. CANALES	
	Una persona con conocimientos en detalles y mucha creatividad encargada de la		Se tendrá un local en físico donde se prestarán los servicios y se	



## JHOCA DETALLES

	realización de los productos personalizados, un vendedor, impresora, computador, fotocopidora, y los implementos necesarios para la realización de cada detalle.	dependiendo de su necesidad.	realizaran la venta de los detalles y productos a ofrecer, además de que se podrán hacer pedidos por vía whatsapp, por Facebook o por nuestra página web.	
<b>9. ESTRUCTURA DE COSTES</b>		<b>5. FLUJO DE INGRESOS</b>		
Sueldo de los empleados, agua, luz, internet, proveedores, alquiler del local.		Los ingresos estarán relacionados con la realización de detalles personalizados, empaque, venta de otros detalles realizados, impresiones, fotocopias, venta de variedad de productos tanto de papelería como de complementos para los detalles y chocolates. Además del servicio a domicilio de los productos encargados por nuestros medios de comunicación.		

## 1. Estudio de Mercado

### 1.1 Producto

Es importante por medio de esta idea de negocio dar a conocer la creatividad e innovación que diferencia a Jhoca detalles con fin de suplir la necesidad de los clientes en cuanto al servicio y producto en el momento de brindar un detalle cuyas características lo harán único y especial, se realiza la transformación de materia prima en un producto terminado y procesado para entrega directamente al consumidor, el cliente puede adquirir este tipo de producto en cualquier fecha especial u oportunidad para hacer de ese día mágico.

#### **Ilustración 1.**

*LOGO JHOCA DETALLES*



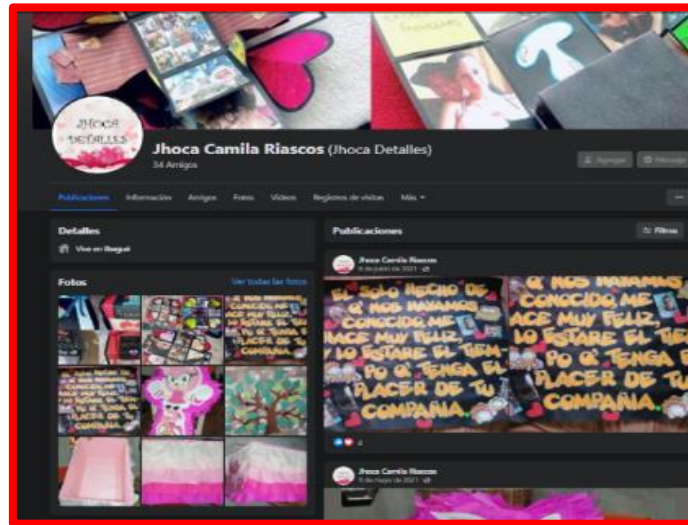
***LA MAGIA ERES TÚ***

*Fuente: Elaboración propia.*

JHOCA DETALLES

## Ilustración 2.

PAGINA DE JHOCA DETALLES



*Fuente: Elaboración propia*

Para Jhoca detalles es fundamental la confianza que el cliente deposita en la empresa por tal motivo se elige el color rosa como fondo del logo generando también empatía, dulzura, elegancia y compromiso por parte de ella.

Productos con mayor demanda en el mercado que elabora directamente esta idea de negocio.

JHOCA DETALLES

**Ilustración 3.**  
*PRODUCTO 1 ANCHETAS*



*Fuente: Elaboración propia*

**Ilustración 4.**  
*PRDUCTO 2 CAJA EXPANDIBLE*



*Fuente: Elaboración propia*

JHOCA DETALLES

**Ilustración 5**  
*PRODUCTO 3 PIN DE FOMY*



*Fuente: Elaboración propia*

**Ilustración 6.**  
*CAJA SORPRESA*



*Fuente: Elaboración propia*

## JHOCA DETALLES

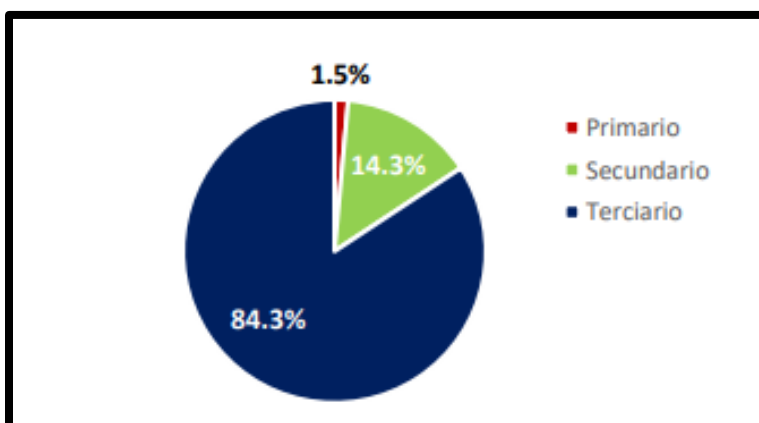
**1.2 Análisis del sector económico**

Al realizar el análisis del sector económico, de acuerdo al emprendimiento y a la clasificación del CIIU (Cámara y comercio de Bogotá, s.f.), este corresponde al sector de comercio al por menor y su código es el 4719 el cual corresponde a (Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) y tabaco.).

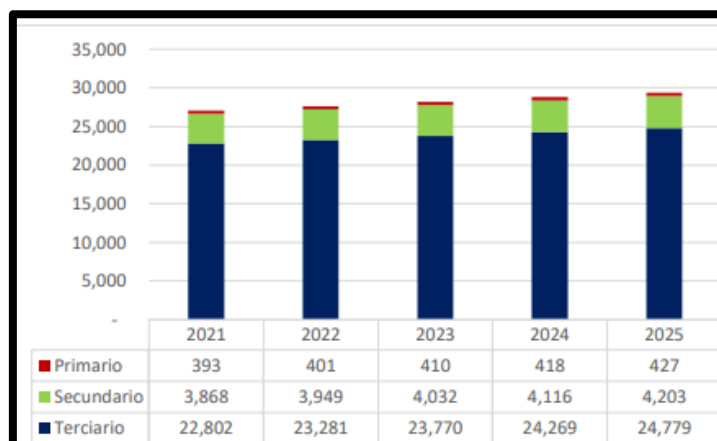
Desde la Cámara de Comercio de Ibagué para la vigencia 2020 se detalla la estimación del crecimiento del tejido empresarial por sectores económicos desde el año 2021 hasta el año 2025 teniendo en cuenta la base de datos total de matriculados y renovados a 31 de diciembre, para la categorización del CIIU en la que se encuentra ubicado Jhoca Detalles tiene una participación del 3,9010% en el mercado lo que significa que estaríamos en crecimiento económico por tal motivo esto con lleva a una gran de demanda de consumo por los productos fabricados.

A nivel sectorial el terciario el cual corresponde a esta idea de negocio cuenta con mayor participación de un 84,3 lo que significa que sería el sector más influyente.

**Grafica 13. PARTICIPACION POR SECTOR AÑO 2020**



*Fuente: Cámara de comercio de Ibagué*

**Grafica 14. PROYECCION POR SECTOR SERIE 2021-2025**

*Fuente: Cámara de comercio de Ibagué*

Se puede determinar y analizar que en Ibagué el crecimiento económico va en forma positiva a pesar de la pandemia que se presentó durante el año 2020. Todo esto se apoya por la Ley de emprendimiento 2069 de 2020 para lograr y superar estas proyecciones de crecimiento y de los jóvenes que hoy en día quieren tener un negocio con fines educativos y fomentando a la disminución de desempleados en la ciudad.

### ***1.3 Cliente***

Son todas las personas de 15 a 60 años las cuales cuentan con ingresos económicos de un salario mínimo legal vigente en adelante, estudiantes que laboran activamente y cuentan con ahorros propios o ayuda de sus padres para comprar este tipo de detalles, especialmente las mujeres ya que son estas las que más suelen dar detalles a sus seres queridos.

## **2. Mercado**

Se realiza a fin de conocer, analizar e identificar al prospecto del cliente para conocer a que segmentación se debe llegar, diagnosticar quienes pueden ser los competidores tanto directos como indirectos a fin de buscar estrategias y mitigar errores en los precios ofrecidos lo cual se obtiene de fuentes primarias y secundarias.

### ***2.1 la oferta***

En Jhoca Detalles se ofrece una amplia variedad de productos y servicios entre ellos está la elaboración de detalles completamente personalizados al gusto del cliente por la cual tienen la opción de armar su propia ancheta o diseños para el detalle a gusto directamente por la página web.

Frente a la competencia se ofrece una excelente atención y asesoría personalizada para poder brindar la mejor alternativa y lograr satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

### ***Competencia***

La competencia que Jhoca Detalles puede tener son las otras empresas que están dedicadas a la fabricación de detalles personalizados que ya están en formalizadas y cuentan con tecnología avanzada para hacer de sus productos innovadores.

- **Directa:**

Esta competencia se pueden evidenciar porque en el mercado se elabora productos personalizados en el instante con fin de cubrir las necesidades del cliente, sin embargo para ello es importante contar con excelente calidad y servicio logrando competir en este sector.

Por ejemplo están las empresas que tiene la publicidad directamente por la página de Facebook.



**Tabla 2. COMPETENCIA DIRECTA**

NOMBRE DEL NEGOCIO	UBICACIÓN	CONTACTO
<p data-bbox="277 296 618 394"><b>Ilustración 7.</b> <i>DELLALI DESAYUNOS Y DETALLES</i></p>  <p data-bbox="396 680 496 709"><i>Fuente:</i></p> <p data-bbox="207 716 688 785"><a href="https://web.facebook.com/delialidesayunosydetalles">https://web.facebook.com/delialidesayunosydetalles</a></p>	<p data-bbox="764 436 997 506">Kra 5sur83-200 Ibagué, Colombia</p>	<p data-bbox="1166 401 1333 430">311 8371222</p> <p data-bbox="1068 478 1430 548"><a href="http://Instagram.com/deliali_desayunosydetalles">http://Instagram.com/deliali_desayunosydetalles</a></p> <p data-bbox="1101 590 1398 619"><a href="mailto:alibemu@hotmail.com">alibemu@hotmail.com</a></p>
<p data-bbox="342 932 548 1001"><b>Ilustración 8.</b> <i>DULCE AMOR</i></p>  <p data-bbox="396 1346 496 1375"><i>Fuente:</i></p> <p data-bbox="207 1381 688 1451"><a href="https://web.facebook.com/Dulceamordesayunossorpresa/">https://web.facebook.com/Dulceamordesayunossorpresa/</a></p>	<p data-bbox="776 1220 987 1249">Ibagué - Tolima</p>	<p data-bbox="1166 968 1333 997">3007459064</p> <p data-bbox="1073 1045 1425 1115"><a href="mailto:dulceamoribague@gmail.com">dulceamoribague@gmail.com</a></p> <p data-bbox="1068 1157 1430 1255"><a href="https://web.facebook.com/Dulceamordesayunossorpresa/about">https://web.facebook.com/Dulceamordesayunossorpresa/about</a></p>

## JHOCA DETALLES

<p><b>Ilustración 9.</b> <i>ANTOJITOS CON AMOR ALIS</i></p>  <p><i>Fuente:</i> <a href="https://web.facebook.com/101096071637450/photos/a.101380158275708/104136558000068">https://web.facebook.com/101096071637450/photos/a.101380158275708/104136558000068</a></p>	<p>CI 42 N 11 05 Barrio Triunfo Ibagué Tolima</p>	<p><a href="https://web.facebook.com/Antojitos-Con-Amor-Alis-101096071637450">https://web.facebook.com/Antojitos-Con-Amor-Alis-101096071637450</a> +57 320 4325938 <a href="mailto:thatys_90@hotmail.com">thatys_90@hotmail.com</a></p>
<p><b>Ilustración 10.</b> <i>MUNDO DETALLES IBAGUE</i></p>  <p><i>Fuente:</i> <a href="https://web.facebook.com/unregaloparatodaocasion/photos/a.976834535852938/1800151006854616/">https://web.facebook.com/unregaloparatodaocasion/photos/a.976834535852938/1800151006854616/</a></p>	<p>Calle 39ª N 9- 36 Ibagué - Tolima</p>	<p><a href="https://web.facebook.com/unregaloparatodaocasion/">https://web.facebook.com/unregaloparatodaocasion/</a> <a href="https://api.whatsapp.com/send?phone=573023553105">https://api.whatsapp.com/send?phone=573023553105</a> 302 3553105</p>
<p><b>Ilustración 11.</b> <i>LILI CREACIONES</i></p>  <p><i>Fuente:</i> <a href="https://web.facebook.com/101891098272111/photos/a.101891154938772/106588477802373/">https://web.facebook.com/101891098272111/photos/a.101891154938772/106588477802373/</a></p>	<p>Ibagué – Tolima</p>	<p><a href="https://web.facebook.com/Lili-Creaciones-101891098272111">https://web.facebook.com/Lili-Creaciones-101891098272111</a> <a href="https://walink.co/340cee">https://walink.co/340cee</a> 314 4754918</p>

*Fuente: Elaboración propia*

Estas empresas se dedican a la creación de detalles personalizados contando con diversidad en servicios como; desayunos sorpresas, papelerías y cacharrerías que actualmente ya están posicionadas en el mercado, por consiguiente tienen tecnologías más avanzadas para la realización de diversos productos o simplemente clientes frecuentes.

- **Indirecta:**

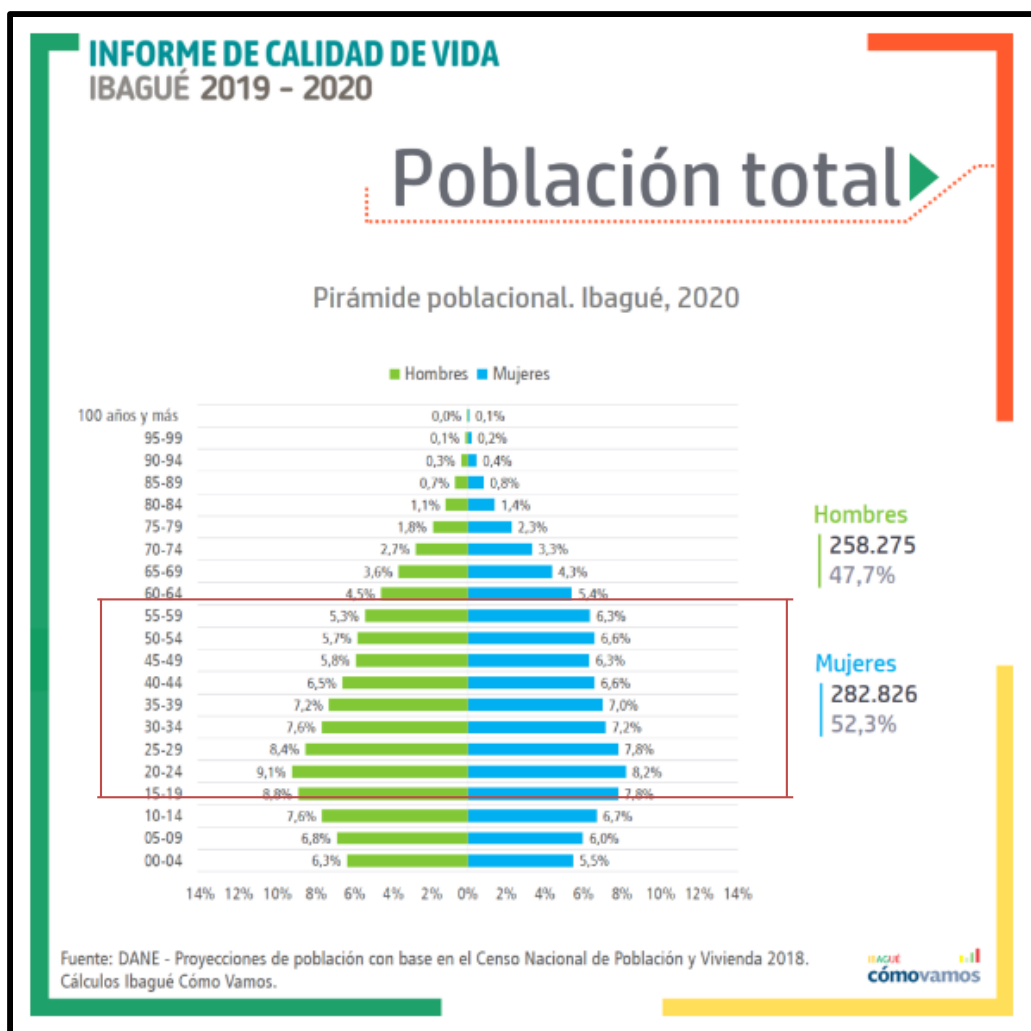
En esta competencia se pueden ver los locales más pequeños que aunque no tienen ventas tan altas manejan servicios o productos similares como tiendas de regalos y peluches, estos obsequios son más fáciles a la hora de encontrar por disponibilidad de las personas.

## **2.2 Demanda**

- ***Análisis de la demanda***

Jhoca tiene una segmentación en cuanto a las personas que pueden participar en el mercado ante la compra de este producto que sería aproximadamente entre una edad de 15 y 60 años entre hombres y mujeres, las cuales cuentan con ingresos económicos de estrato 2,3,4 ya sea por medio laboral o estudiantes con ahorros o trabajos adicionales.

### **Grafica 15. POBLACION TOTAL IBAGUÉ- TOLIMA**



*Fuente: DANE- Proyecciones de población con base en el Censo Nacional de población y vivienda 2018. Cálculos Ibagué Como Vamos.*

- **Mercado potencial:**

Ibagué es un municipio ubicado en el centro-occidente de Colombia, el cual ha convertido en una de las ciudades con mayor nicho de mercado en el sector de detalles personalizados.

Según el censo realizado en el año 2018 por el DANE Ibagué cuenta con un total de 541.101 habitantes, donde el mercado potencial serían las personas entre edades de 15 y 60 años

## JHOCA DETALLES

con el 64,3% corresponde a hombres 166.070 y 63,8% corresponde a mujeres para un total de 180.442 como posibles clientes en la actividad que desarrolla Jhoca detalles.

### **MERCADO POTENCIAL: 346.512**

- ***Estacionalidad en ventas:***

La estacionalidad de Jhoca detalles está enfocada en las siguientes celebraciones anuales (San Valentín, día de la mujer, día del hombre, día de la madre, día del padre, amor y amistad, Halloween, diciembre, graduaciones tanto escolares como universitarias, etc...), las cuales nos van a permitir tener mayores ventas.

**Tabla 3. ESTACIONALIDAD DE VENTAS**

<p style="text-align: center;"><b>Ilustración 12.</b> <i>FEBRERO</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: La republica</i></p>	<p>En esta fecha se celebra una de las más románticas veladas en el mundo para las parejas enamoradas. DIA DE SAN VALENTIN.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Ilustración 13.</b> <i>MARZO</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Centro Internacional de Idiomas</i></p>	<p>8 de Marzo se celebra el día internacional de la mujer, en conmemoración a la lucha de las mujeres trabajadoras en la sociedad.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Ilustración 14.</b> <i>19 DE MARZO</i></p> 	<p>El día 19 de Marzo se celebra esta fecha por la iglesia católica como principal por Jose el esposo de María.</p>

<p><i>Fuente: Pinterest</i></p>	
<p><b>Ilustración 15.</b> MAYO</p>  <p><i>Fuente: Stock</i></p>	<p>Es una celebración que se genera el segundo domingo de mayo en honor a todas las madres de mundo, DIA DE LA MADRE.</p>
<p><b>Ilustración 16.</b> JUNIO</p>  <p><i>Fuente: Dreamstime</i></p>	<p>Se celebra el tercer domingo del mes de Junio en honor a los padres por tradición católica.</p>
<p><b>Ilustración 17.</b> SEPTIEMBRE</p>  <p><i>Fuente: Quien</i></p>	<p>Este día se conmemora en Colombia el 17 de septiembre. Es uno de los meses en los cuales más se presenta demanda respecto a los detalles que quieren regalar para amistad también.</p>

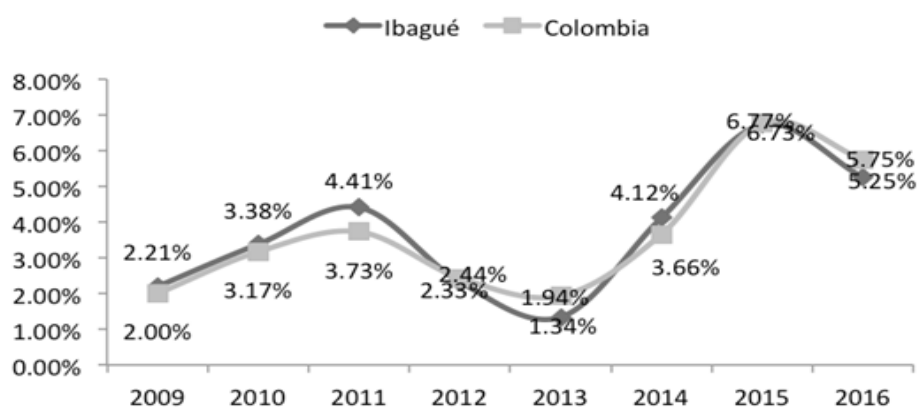
<p style="text-align: center;"><b>Ilustración 18.</b> <i>OCTUBRE</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Bebes y mas</i></p>	<p>Halloween se celebra la noche del 31 de octubre principalmente en el mundo anglosajón: Estados Unidos, Canadá, Irlanda y Reino Unido, con la excepción de Australia y Nueva Zelanda donde la tradición no está tan arraigada.</p> <p>Es una de las noches más importantes para los estadounidenses y canadienses cuyos niños salen a las calles disfrazados de fantasmas, duendes y demonios, para pedir dulces y golosinas a sus vecinos.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Ilustración 19.</b> <i>DICIEMBRE</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Revista Semana</i></p>	<p>La navidad es una de las celebraciones más bonitas en el mundo entero, siempre se generan muchas manualidades a mano de navidad y regalos personalizados.</p>

*Fuente: Elaboración propia*

- **Proyección de ventas**

De acuerdo al lugar en el cual, se va a encontrar ubicado el local y el tipo de época del año, se determina el siguiente presupuesto de ventas de acuerdo a una investigación realizada sobre la población en los datos del DANE, (DANE, 2018) (DANE, 2017).



**Grafica 16. PROYECCIÓN DEL PIB EN IBAGUÉ EN EL SECTOR DE COMERCIO**

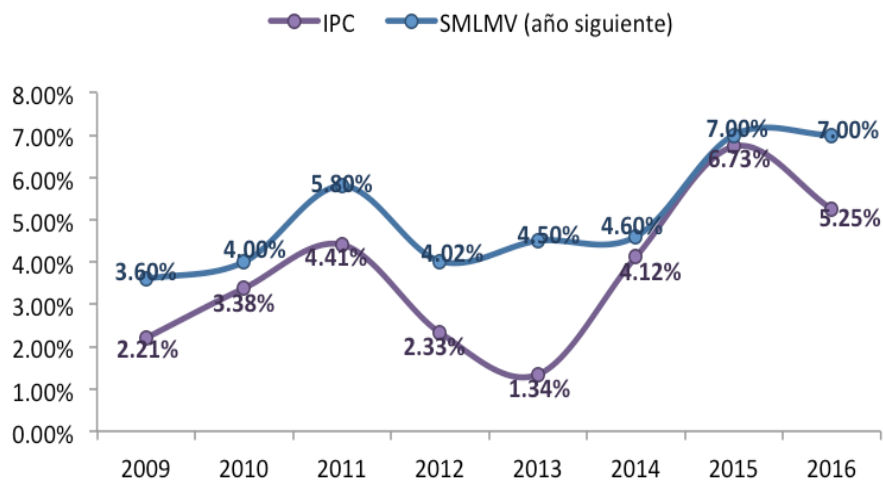
Fuente: Ibagué como vamos

**Tabla 4. PROYECCION DEL PIB EN IBAGUE EN EL SECTOR DE COMERCIO**

AÑO	VALOR DE LA SERIE DE TIEMPO (PORCENTAJE IPC)	PRONOSTICO DE LA I-ESTIMA AÑO CON PROMEDIOS MOVILES PARA 5 AÑOS
2009	2,21	
2010	3,38	
2011	4,41	
2012	2,33	
2013	1,34	
2014	4,12	
2015	6,73	
2016	5,25	3,95
2017	3,95	4,28
2018	4,28	4,87
2019	4,87	5,02
2020	5,02	4,67
2021	4,67	4,56
2022	4,56	4,68
2023	4,68	4,76
2024	4,76	4,74
2025	4,74	4,68
2026	4,68	4,68
2027	4,68	4,71

Fuente: Elaboración propia

**Grafica 17. PROYECCIÓN DEL DANE EN EL CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN TOTAL DE IBAGUE**



*Fuente: Ibagué como vamos*

**Tabla 5. PROYECCION DEL DANE EN EL CRECIMIENTO DE LA POBLACION EN IBAGUE**

AÑO	VALOR DE LA SERIE DE TIEMPO (PORCENTAJE DANE)	PRONOSTICO DE LA I-ESTIMA AÑO CON PROMEDIOS MOVILES PARA 5 AÑOS
2009	1,08	
2010	1,06	
2011	1,04	
2012	1,02	
2013	1,01	
2014	0,98	
2015	0,97	
2016	0,95	
2017	0,94	0,97
2018	0,97	0,96
2019	0,96	0,96
2020	0,96	0,96
2021	0,96	0,96

## JHOCA DETALLES

2022	0,96	0,96
2023	0,96	0,96
2024	0,96	0,96
2025	0,96	0,96
2026	0,96	0,96
2027	0,96	0,96

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 6. CÁLCULO DE PARTICIPACIÓN DE LA DEMANDA**

<b>% participación de la competencia</b>	42%
<b>% de participación sobre la brecha de mercado</b>	5% - 10%

\*\* Revisa anexo 1. Guía de aproximaciones de porcentajes de participación del mercado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Crecimiento anual del sector (0 al 5%)</b>	4,56	4,68	4,76	4,74	4,68
<b>Crecimiento anual de la población (%)</b>	0,9	0,96	0,96	0,96	0,96

<b>Grado de aceptación</b>	72%
<b>Unidades promedio de compra</b>	1 Unidades
<b>Frecuencia de compra</b>	Cada 2 meses

\*\* Estos datos son resultado de la aplicación de la encuesta a la población objetivo (se realizan entre 100 y 150 encuestas)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
--	-------	-------	-------	-------	-------

## JHOCA DETALLES

Clientes potenciales	346.512	249.489	251.884	254.302	256.743
	*	*	*	*	*
	72%	(1+0,96%)	(1+0,96%)	(1+0,96%)	(1+0,96%)
	=	=	=	=	=
	249.489	251.884	254.302	256.743	259.208
Clientes potenciales por brecha de mercado	249.489	14.470	14.609	14.750	14.891
	*	*	*	*	*
	0,58	(1+0,96%)	(1+0,96%)	(1+0,96%)	(1+0,96%)
	*	=	=	=	=
	0,1	14.609	14.750	14.891	15.034
	=	14.470			
Unidades a vender	14.470	86.822	90.885	95.211	99.724
	*	*	*	*	*
	1	(1+4,68%)	(1+4,76%)	(1+4,74%)	(1+4,68%)
	*	=	=	=	=
	6	90.885	95.211	99.724	104.392
	=	86.822			

**GUÍA DE APROXIMACIONES DE PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO**

N°	¿Qué tan grandes son sus competidores?	¿Qué tantos competidores tienen?	¿Qué tan similares son los productos de ellos a los suyos?	Porcentaje de participación competencia	¿Cuál parece ser su porcentaje sobre la brecha de mercado?
1	Grandes	Muchos	Similares	90%	0% - 5%
2	Grandes	Algunos	Similares	82%	0% - 5%
3	Grandes	Uno	Similares	74%	0,5% - 5%
4	Grandes	Muchos	Diferentes	66%	0,5% - 5%

## JHOCA DETALLES

5	Grandes	Algunos	Diferentes	58%	0,5% - 5%
6	Grandes	Uno	Diferentes	50%	10% - 15%
7	Pequeños	Muchos	Similares	42%	5% - 10%
8	Pequeños	Algunos	Similares	34%	10% - 15%
9	Pequeños	Muchos	Diferentes	26%	10% - 15%
10	Pequeños	Algunos	Diferentes	18%	20% - 30%
11	Pequeños	Uno	Similares	10%	30% - 50%
12	Pequeños	Uno	Diferentes	2%	40% - 80%
13	Sin competencia	Sin competencia	Sin competencia	0%	80% - 100%

*Fuente: Elaboración propia*

***Punto de equilibrio***

En Unidades:

## Producto 1

$$\text{Pe:} = \text{Costos Fijos} / \left( \text{Precio De Venta} - \text{Costo De Venta} \right)$$

$$\text{Pe:} = \$31.483 / \left( \$47.590 - \$31.726 \right)$$

$$\text{Pe:} = \$31.483 / \$15.863$$

$$\text{Pe:} = 1,98467802$$

## Producto 2

$$\text{Pe:} = \text{Costos Fijos} / \left( \text{Precio De Venta} - \text{Costo De Venta} \right)$$

$$\text{Pe:} = \$20.900 / \left( \$33.538 - \$22.358 \right)$$

$$\text{Pe:} = \$20.900 / \$11.179$$

$$\text{Pe:} = 1,869549012$$

## Producto 3

$$\text{Pe:} = \text{Costos Fijos} / \left( \text{Precio De Venta} - \text{Costo De Venta} \right)$$

## JHOCA DETALLES

Pe: = \$11.217 / ( \$17.554 - \$11.703 )

Pe: = \$11.217 / \$5.851

Pe: = 1,916923807

## Producto 4

Pe: = Costos Fijos / ( Precio De Venta - Costo De Venta )

Pe: = \$27.400 / ( \$43.288 - \$28.858 )

Pe: = \$27.400 / \$14.429

Pe: = 1,898931562

## Total

Pe: = Costos Fijos / ( Precio De Venta - Costo De Venta )

Pe: = \$91.000 / ( \$141.969 - \$94.646 )

Pe: = \$91.000 / \$47.323

Pe: = 1,922958398

En Valor:

## Producto 1

Pe: = Costos Fijos / ( 1 - Costo De Venta / Precio  
De Venta )

Pe: = \$31.483 / ( 1 - \$31.726 / \$47.590 )

Pe: = \$31.483 / ( 1 - 0,666666667 )

Pe: = \$31.483 / 0,333333333

## JHOCA DETALLES

Pe: = \$94.450

## Producto 2

Pe: = Costos Fijos / ( 1 - Costo De Venta / Precio  
De Venta )

Pe: = \$20.900 / ( 1 - \$22.358 / \$33.538 )

Pe: = \$20.900 / ( 1 - 0,666666667 )

Pe: = \$20.900 / 0,333333333

Pe: = \$62.700

## Producto 3

Pe: = Costos Fijos / ( 1 - Costo De Venta / Precio  
De Venta )

Pe: = \$11.217 / ( 1 - \$11.703 / \$17.554 )

Pe: = \$11.217 / ( 1 - 0,666666667 )

Pe: = \$11.217 / 0,333333333

Pe: = \$33.650

## Producto 4

Pe: = Costos Fijos / ( 1 - Costo De Venta / Precio  
De Venta )

Pe: = \$27.400 / ( 1 - \$28.858 / \$43.288 )

Pe: = \$27.400 / ( 1 - 0,666666667 )

Pe: = \$27.400 / 0,333333333

Pe: = \$82.200

## Total

## JHOCA DETALLES

Pe:	=	Costos Fijos	/	(	1	-	Costo De Venta	/	Precio
De Venta		)							
Pe:	=	\$91.000	/	(	1	-	\$94.646	/	\$141.969
									)
Pe:	=	\$91.000	/	(	1	-	0,666666667	)	
Pe:	=	\$91.000	/				0,333333333		
Pe:	=	\$273.000							

### 3. Cliente

El cliente es toda persona detallista que tenga la intención de brindar un regalo o enamorar, o que busca la necesidad de cumplir con sus necesidades.

#### 3.1 Segmentación de mercado

Nuestro mercado va dirigido principalmente a las personas de 15 a 60 años, las cuales cuentan con ingresos económicos, especialmente las mujeres debido a que son las que generalmente más detalles suelen dar.

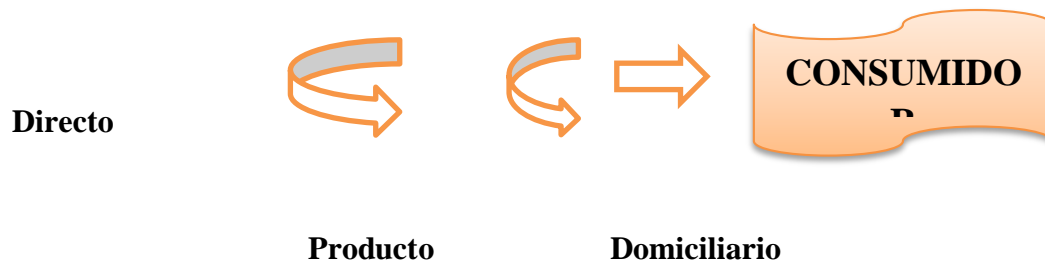
#### 3.2 Perfil del cliente

El producto será dirigido a todo tipo de población en edades ya anteriormente mencionadas sin excepción de religión, sexo o raza ya que el objetivo principal es lograr volver a la era del romanticismo con detalles totalmente personalizados llegando al corazón del cliente.

#### 3.3 Distribución

El canal de distribución será corto porque su venta será directamente al consumidor final. Utilizaremos un domiciliario para que transporte el producto desde el lugar de fabricación hasta el destino del comprador asumiendo el costo de este el cliente.



**Grafica 18. PROCESO DE DISTRIBUCIÓN**

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.4 Estrategia de mercadeo**

Para (Tomas, Cyberclick, 2020, p. 1) “Una estrategia de marketing es el proceso que permite que una empresa se centre en los recursos disponibles y los utilice de la mejor manera posible para incrementar las ventas y obtener ventajas respecto de la competencia.”

#### **Objetivos SMART**

##### **1. Especifico**

Formalizar la empresa Jhoca detalles que se dedica a la elaboración de detalles personalizados directamente por medio de una página web en la ciudad de Ibagué.

##### **2. Medibles**

Las herramientas a las cuales se emplearan para lograr el objetivo será la promoción por medio de redes sociales, y como pilar fundamental la página web de Jhoca Detalles.

##### **3. Alcanzables**

Al posicionar la idea de negocio y por medio de las estrategias mencionadas anteriormente de marketing se propone aumentar las ventas a nivel local con nuevas alianzas en cacharrerías y papelerías ofreciendo productos al por mayor como al detal.

#### 4. Relevante

A través de las redes sociales y la página principal de Jhcoa detalles se lograra el éxito por la calidad en los productos elaborados y publicados con fin de trasmitir confianza y enamoramiento por medio de imágenes, fotografías, vídeos que serán atractivos e interesantes para el cliente.

#### 5. A tiempo

Incrementar el desarrollo y crecimiento de equipos de trabajo a fin de crear un entorno laboral armonioso e incrementar medidas para la creación de nuevos productos por medio de la opinión contribuyendo a la toma de decisiones.

#### Ilustración 20.

##### *OBJETIVOS SMART*



*Fuente: Dircomfidencial*

## JHOCA DETALLES

Para llevar a cabo los objetivos mencionados es necesario implementar algunas estrategias de marketing con el fin de llegar al cliente potencial y así lograr posicionamiento y utilidad en el mercado.

- **Publicidad**

Los productos serán ofrecidos por las diferentes plataformas virtuales tales como Facebook, Twitter, Instagram, whatsapp, además de la página web de Jhoca detalles.

- **La promoción**

Las estrategias que se manejan para la promoción de los diferentes productos, serán la publicación por las diferentes volantes, afiches y cualquier medio de comunicación el cual podamos informar y expresar el servicio que se está prestando ya que es muy importante darlo a conocer por cualquier medio de información para lograr el reconocimiento.

- **Plaza:**

Los productos serán ofrecidos por las diferentes plataformas virtuales tales como Facebook, Twitter, Instagram, whatsapp, además de las diferentes páginas de internet como blog.

- **Precio:**

Existen distintos valores y precios, gracias a la variedad de productos a escoger, entre ellos podemos encontrar de 30.000 en adelante hasta 100.000 con el fin de ser accesible a jóvenes de 15 años en adelante.

- ***Estrategias de aprovisionamiento***

Se proyecta la compra de materia prima (papelería, computador, impresora, marcadores todo aquello que tiene que ver con el procesamiento y fabricación de los detalles de

## JHOCA DETALLES

personalizados, compra de detalles como peluches, accesorios, y demás para cualquier detalle) se van a realizar en la ciudad de Ibagué con la papelería Alba y Artesco los cuales sean proveedores, por otra parte de tecnologías con los almacenes de cadena como Alkomprar, Mercacentro.

La realización de compras en ciudades principales debido a que se puede encontrar mucho más económico estos materiales por la gran cantidad que se puede manejar en las diversas ciudades, igual que las tecnologías, aprovechando fechas oportunas para cualquier tipo de descuento por temporada.

## 4. Estudio técnico

### *4.1 Tamaño proyecto*

El tamaño del proyecto es la capacidad que deberá instalarse para atender satisfactoriamente a la demanda del mercado objetivo y se expresa en volumen de producción o número de unidades que puede alojar, recibir, almacenar o producir una instalación en un periodo de tiempo específico. (Urtecho Aguilar, 2019, p. 1).

Se determinó el tamaño de este proyecto de acuerdo su estructura organizacional y funcional por la cual se tuvo en cuenta la relación dentro del alcance de los objetivos establecidos logrando así mismo su enfoque a corto, mediano y largo plazo.

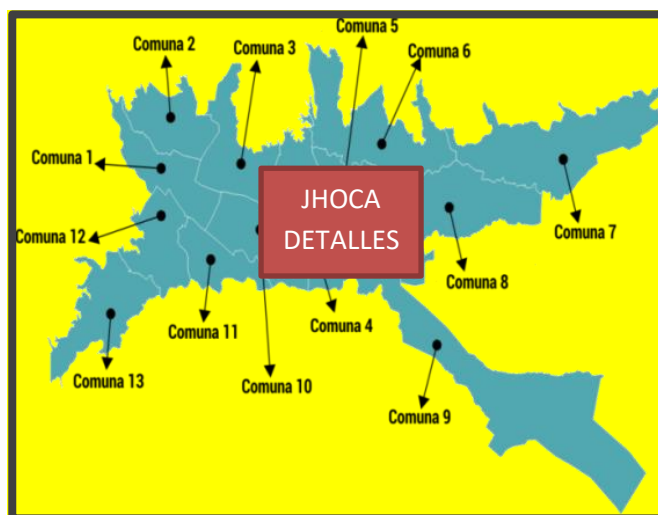
### *4.2 Localización del proyecto*

- *Macro localización*

La tienda personalizada Jhoca detalles estará ubicado en la ciudad de Ibagué, satisfaciendo las necesidades de los ciudadanos.

## JHOCA DETALLES

**Ilustración 21.**  
**MAPA DE IBAGUE POR COMUNAS**

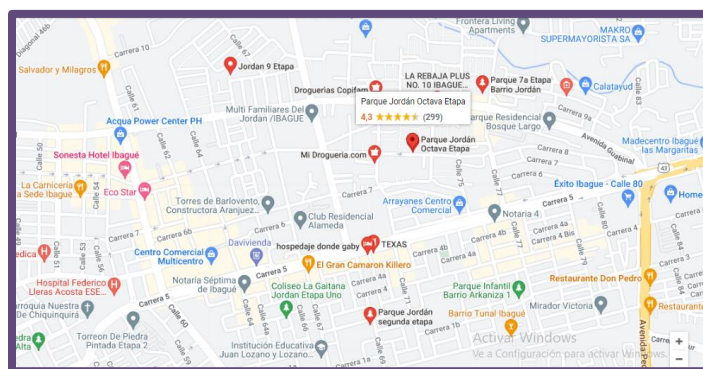


*Fuente: Pinterest*

- **Micro localización**

El local de Jhoca detalles se encontrará en el barrio Jordán 8 etapa solo el local de fabricación y administración teniendo en cuenta que será una tienda virtual, teniendo en cuenta la alta cantidad de afluencia de público en este lugar, además de que la mayoría de personas son adultas con mayor probabilidad de compra.

**Ilustración 22.**  
**UBICACION BARRIO JORDAN**



*Fuente: Google Maps*

### 4.3 Ingeniería del proyecto

- *Desarrollo de las especificaciones del producto y/o servicio*

**Materias primas:** son los productos, elementos utilizados por la empresa para la elaboración del producto terminado.

**Materias Auxiliares:** son aquellos que durante el proceso se pueden extender durante la elaboración por fallas en la maquinaria.

**Material de envase y embalaje:** son los elementos utilizados para la entrega final del detalle como son las cajas personalizadas y frascos de líquidos.

**Transporte:** el servicio de transporte para la entrega de los detalles se realiza por una empresa tercera en este caso domiciliaria.

- *Selección y descripción del proceso productivo*

**Material prima:**

**Papelería:** nuestros productos están fabricados con hojas, marcadores, cartulinas, y demás elementos, los cuales son de alta calidad, marca, y duración lo que garantiza un acabado elegante y duradero en el detalle, teniendo como proveedor principal la papelería Alba, con el fin satisfacer las necesidades del cliente.

**Personalización:** para este proceso se manejan impresoras multifuncionales marca HP, la cual maneja una alta resolución en imágenes y duración de las mismas, resultando en el producto la mejor calidad.

**Producción:** el cliente entrega las imágenes o motivos que desea en el detalle, dependiendo de lo que el cliente desea se comienza a validar el tipo de papel a utilizar, los colores a implementar, las cajas al estilo de la decoración, y durante el proceso se realizan diferentes

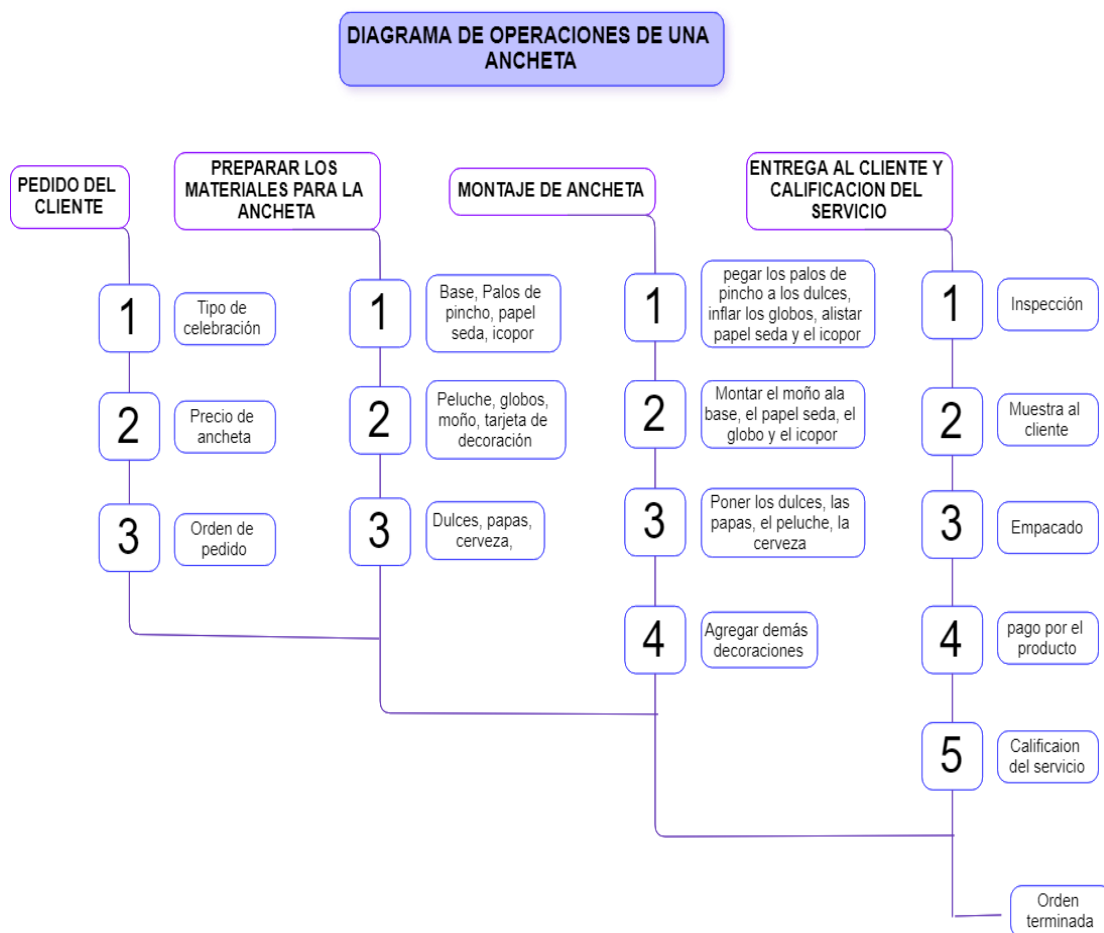
## JHOCA DETALLES

diseños para darle a conocer al cliente diferentes opciones para que pueda escoger la que más le gusta y así personalizar su detalle.

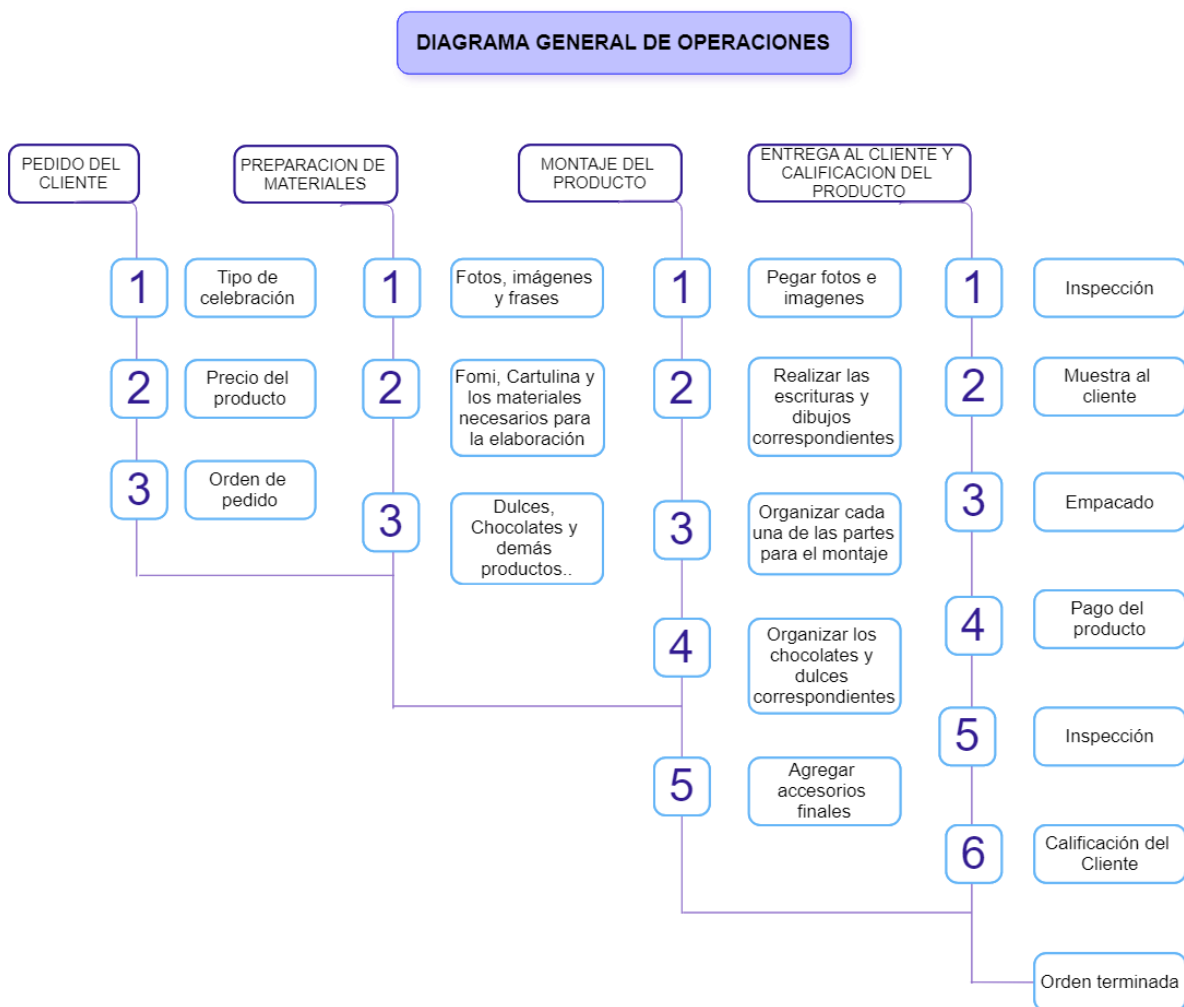
**Adaptación al producto:** ya terminado el producto en su debida caja, decoración y demás, se le brinda la opción al cliente de enviarle el detalle por medio de una empresa domiciliaria con el fin de dar cumplimiento a la hora y fecha acordada, o de pasar a recógello el mismo.

- *Determinación del programa de producción o prestación de servicio*

**Grafica 19. DIAGRAMA DE LA ANCHETA**



*Fuente: Elaboracion propia*



**Grafica 20. DIAGRAMA DEL DETALLE PERSONALIZADO**

*Fuente: Elaboración propia*



**Tabla 7. MAQUINARIA Y EQUIPO**

Maquinaria y Equipo	Especificaciones
<p><b>Ilustración 23.</b> <i>IMPRESORA MULTIFUNCIONAL EPSON</i></p>  <p><i>Fuente: Epson Colombia</i></p>	<p><b>Tipo de Escáner:</b> Cama plana con sensor de líneas CIS de color  <b>Resolución Óptica:</b> 1200 dpi  <b>Resolución de Hardware:</b> 1200 x 2400dpi</p>
<p><b>Ilustración 24.</b> <i>TABLET HUAWEI MATEPAD T 8</i></p>  <p><i>Fuente: Huawei</i></p>	<p>Peso: 310gr  Tamaño: 8,0 pulgadas  Color: 16,7 millones de colores  Tasa de saturación de color (NTSC): 60% (valor típico)  Tipo: LCD  Resolución: 1.280 x 800  Densidad de píxeles de pantalla: 189 PPP  Memoria: RAM: 2 GB* ROM: 32 GB*</p>
<p><b>Ilustración 25.</b> <i>COMPUTADOR</i></p>  <p><i>Fuente: Éxito</i></p>	<p>Referencia: 14-cf2518la  Sistema Operativo: Windows  Marca Procesador: Intel  Modelo de Procesador: Core i3  Tipo de disco duro: Disco de estado solido (SSD)  Puerto HDMI: Si  Número De Puertos USB: 3  Versión sistema operativo: Windows 10 Home 64  Batería: 3 celdas y 41 Wh  Peso: 1.47 kg  Resolución: Hd  Tamaño de Pantalla: 14 Pulgadas  Generación del procesador: 10 th</p>

<p style="text-align: center;"><b>Ilustración 26.</b> <b>ESCRITORIO MULTIFUNCIONAL</b></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Compumuebles</i></p>	<p>Escritorio para oficina y/o trabajo en casa elaborado en madera sintética o laminado de alta presión. Perfecto para largas jornadas de estudio y laborales.</p> <p>Se utilizara para el área administrativa y el área operaria al momento de elaboraciones.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Ilustración 27.</b> <b>SILLA ESCRITORIO NEUMATICA ECOCUERO BRAZOS</b></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fuente: Mercado libre</i></p>	<p>Apoyabrazos: Si Material: Ecocuero/Nylon Ancho: 55 centímetros Largo: 50 centímetros Alto: 85-95 centímetros</p> <p>Material estructura: 35% PVC ,40% polipropileno, 15% metal, 10% mdf Capacidad (resistencia - carga): 90 kilogramos Peso del producto: 9.5 kilogramos Giro: 360 grados</p>

*Fuente: Elaboración propia*

- ***Determinación del personal necesario para la operación de la planta***

Jhoca detalles cuenta con 2 personas en el negocio 1 en la creación de los detalles personalizados que sería (ventas, producción, elaboración, recepción de pedidos y despacho de pedidos) y el 2 administrador encargado del área financiera que será contratado por prestación de servicios.

**Tabla 8. PERSONAL PARA LA OPERACIÓN DE PLANTA**

Cargo	Tipo de Vinculación	Salario	Auxilio de Transporte	Seguridad Social	Parafiscales	Prestaciones sociales
Administrador	Contrato a término indefinido	\$1.000.000	\$117.172	EPS: \$85.000  ARL: \$5.200  Pensión: \$120.000	Caja compensación familiar: \$40.000  ICBF: \$30.000  SENA: \$20.000	Cesantías 8,33% \$ 93.060  Vacaciones 4,17% \$ 41.700  Prima servicios 8,33% \$ 93.060  Intereses sobre cesantías 12% \$ 11.167
Operario 1	Contrato a término indefinido	\$1.000.000	\$117.172	EPS: \$85.000  ARL: \$5.200  Pensión: \$120.000	Caja compensación familiar: \$40.000  ICBF: \$30.000  SENA: \$20.000	Cesantías 8,33% \$ 93.060  Vacaciones 4,17% \$ 41.700  Prima servicios 8,33% \$ 93.060  Intereses sobre cesantías 12% \$ 11.167

*Fuente: Elaboración propia.*

- **Definición de los costos indirectos del proceso productivo**

Jhoca detalles tiene como costos indirectos de producción el servicio del agua, energía, implementos de aseo, internet, arriendo del local que se usara como bodega de almacenamiento.

## JHOCA DETALLES

- ***Distribución en planta en función del proceso productivo***

En la planta física adecuamos un espacio con medidas de 4x5 para el almacenamiento de los insumos, materia prima y lugar de trabajo de los 2 empleados para llevar a cabo todas las creaciones de Jhoca detalles, con muebles y enseres acordes a la labor.

## **5. Estudio administrativo y legal**

### ***5.1 Forma y organizacional legal***

Jhoca detalles, es una empresa que se encuentra enmarcada dentro del sector de la economía de los Servicios como personal natura no responsable de IVA, dedicada a la elaboración de regalos y elaboración de detalles personalizados. Para constituir la empresa es necesario agotar todos los requerimientos que se describen en la Cámara de Comercio de Ibagué. En este punto es importante resaltar que antes de constituir una empresa se debe definir el tipo de sociedad, quien a su vez define las obligaciones o responsabilidades en aspectos contables y tributarios, las cuales deben estar muy claras antes de tomar esta decisión. Teniendo en cuenta lo anterior la tienda personalizada constituirá bajo la legislación colombiana vigente, por medio de documento privado inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.

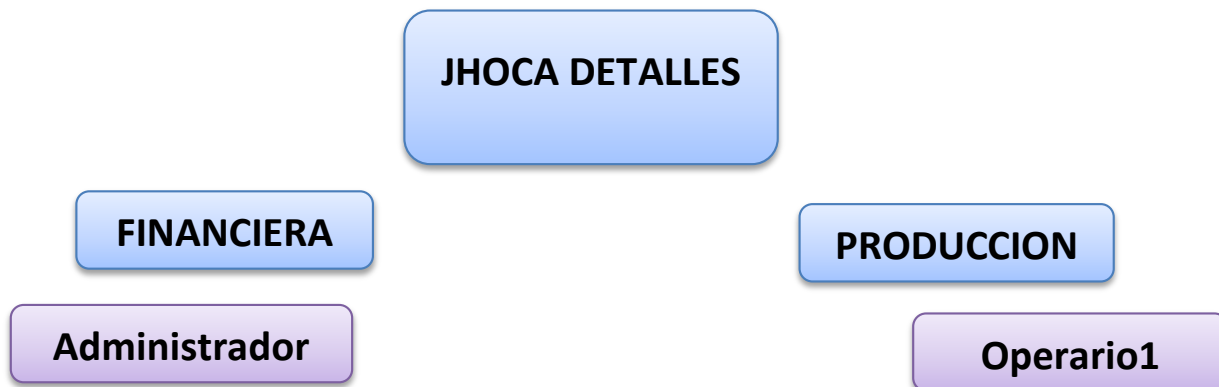
Para la formalización de esta idea de negocio se realizara el registro de forma virtual ante la cámara de comercio como persona natural anexando la siguiente documentación:

- Fotocopia de documento de identidad del representante legal
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formulario RUES (Registro único empresarial y social)

JHOCA DETALLES

## 5.2 Estructura organizacional para la operación de la empresa

**Grafica 21. ORGANIGRAMA**



*Fuente: Elaboración propia*

## 5.3 Definición de perfiles y funciones de cargo

**Tabla 9. MANUAL DE FUNCIONES # 1**

IDENTIFICACIÓN DE CARGO	
Nombre del Cargo	Administrador
Dependencia	Financiera
N° de Cargos	1

Reporta a ( Nombre del Cargo)	Dueño
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
Requisitos de Formación	Técnico o tecnólogo
Requisitos de Experiencia	Mínimo de 6 meses en ventas y en locales de detalles
<b>OBJETIVO PRINCIPAL:</b>	
Concretar las mayores ventas posibles, para el mejor rendimiento del negocio.	
<b>FUNCIONES ESENCIALES:</b>	
Ofrecer a los clientes los diversos productos a ofrecer, además de mostrar nuestro catálogo de productos personalizados por encargo.	

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 10. MANUAL DE FUNCIONES # 2**

<b>IDENTIFICACIÓN DE CARGO</b>	
Nombre del Cargo	Operario de producción
Dependencia	Área de producción
N° de Cargos	1
Reporta a ( Nombre del Cargo)	Operario
<b>REQUISITOS MÍNIMOS</b>	
Requisitos de Formación	Tener conocimientos en la elaboración de manualidades en diversos ámbitos.
Requisitos de Experiencia	Ninguna

<b>OBJETIVO PRINCIPAL:</b>
Realizar los diversos órdenes de pedidos realizados por los clientes.
<b>FUNCIONES ESENCIALES:</b>
Elaborar los diferentes productos encargados por los clientes como: cajas, carteles y anchetas. Además de realizar los detalles manuales que se van a tener para la venta.

*Fuente: Elaboración propia*

## 6. Presupuesto

### *Presupuesto inicial*

**Tabla 11. PRESUPUESTO DE MARKETING**

PUBLICIDAD	VALORES
Página WEB	\$ 83.333
Volante impresión	\$ 30.000
Facebook	\$ 100.000
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 213.333</b>

*Fuente: Elaboración propia*

**Nota:** Se imprimen 1,000 volantes mensuales

\$50 Pesos por volante

600 Cantidad de volantes

\$30.000



**Tabla 12. PRESUPUESTO DE CONSTITUCIÓN**

<b>DOCUMENTOS DE CONSTITUCION</b>	<b>VALORES</b>
Pago de formularios:	\$ 6.500
Matricula persona natural:	\$ 38.000
Matricula establecimiento de comercio:	\$ 103.000
Certificado:	\$ 3.200
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 150.700</b>

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 13. PRESUPUESTO INICIAL MAQUINARIA Y EQUIPO**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO - MUEBLES Y ENCERES</b>	<b>VALORES</b>
Computador	\$ 1.200.000
Mesa Computador y proyectos	\$ 350.000
Impresora	\$ 450.000
Tablet	\$ 300.000
Sillas	\$ 200.000
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 2.500.000</b>

*Fuente: Elaboración propia*

## JHOCA DETALLES

*Presupuesto de costos de producción***Tabla 14. PRESUPUESTO COSTO DE ELABORACIÓN DE ANCHETAS**

COSTOS UNITARIOS ANCHETAS						
PRODUCTOS	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO			
Jugo	Unidad	1	1500	MATERIA PRIMA:	\$	29.400
Pan hawaiano	Unidad	1	2000			
gelatinas	Unidad	10	1500	VALOR FABRICACION:	\$	31.483
paquete gomas	Unidad	1	1300	50% RENTABILIDAD:	\$	15.742
Chocolatina Jumbo	Unidad	1	4000	PRECIO DE VENTA:	\$	47.225
mani	Unidad	1	1300			PROMEDIO MENSUAL
papas de pollo	Unidad	1	1500	ANCHETAS	16	480
Piazza	Unidad	5	1000			
<b>Total</b>			<b>14100</b>			
INSUMOS	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO			
Cajas de madera	Unidad	1	7000			
Base para globos	Unidad	2	400			
globos	Unidad	2	4000			
cintas	Unidad	2	1000			
silicona	Unidad	1	500			
sticker	Unidad	1	2000			
Papel cometa	Unidad	2	400			
<b>Total</b>			<b>15300</b>			
MANO DE OBRA	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO			
Personal	Minutos	30	2.083			

*Fuente: Elaboración propia***Tabla 15. PRESUPUESTO COSTO DE ELABORACIÓN DE CAJA EXPANDIBLE**

COSTOS UNITARIOS CAJA EXPANDIBLE						
PRODUCTOS	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO			
Chocolates burbuved	Unidad	6	3000			
<b>Total</b>			<b>3000</b>	MATERIA PRIMA:	\$	8.400
INSUMOS	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR FABRICACION:	\$	20.900
Marcadores	Unidad	3	1500	50% RENTABILIDAD:	\$	10.450
lapiz, borrador y sacapunta	Unidad	1	200	PRECIO DE VENTA:	\$	31.350
Ega en barra	Unidad	1	100			PROMEDIO MENSUAL
Tijeras y regla	Unidad	1	100	CAJA EXPANDIBLE	5	75
Cartulina de colores	Unidad	2	600		EN 2 DIAS	
Cartulina negra	Unidad	1	2500			
Papel iris	Unidad	2	400			
<b>Total</b>			<b>5400</b>			
MANO DE OBRA	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO			
Personal	Horas	3	12.500			

*Fuente: Elaboración propia*

## JHOCA DETALLES

**Tabla 16. PRESUPUESTO COSTO DE ELABORACIÓN PIN DE FOMY**

COSTOS UNITARIOS PINES DE FOMI					
INSUMOS	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO		
Tizas	Unidad	3	250	MATERIA PRIMA:	\$ 7.050
lapiz, borrador y sacapunta	Unidad	1	200		
Silicona en barra	Unidad	1	2000	VALOR FABRICACION:	\$ 11.217
Tijeras y regla	Unidad	1	100	50% RENTABILIDAD:	\$ 5.608
Palos de pincho	Unidad	1	100	PRECIO DE VENTA:	\$ 16.825
Fomi	Unidad	10	4000		PROMEDIO MENSUAL
Temperas	Unidad	4	400	PINES	8 240
<b>Total</b>			<b>7050</b>		
MANO DE OBRA	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO		
Personal	Horas	1	4.167		

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 17. PRESUPUESTO COSTO DE ELABORACIÓN DE CAJA SORPRESA**

COSTOS UNITARIOS CAJA SORPRESA					
PRODUCTOS	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO		
Chocolates burbuyed	Unidad	6	3000		
<b>Total</b>			<b>3000</b>		
INSUMOS	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO		
Marcadores	Unidad	3	1500	MATERIA PRIMA:	\$ 14.900
lapiz, borrador y sacapunta	Unidad	1	200		
Ega en barra	Unidad	1	100	VALOR FABRICACION:	\$ 27.400
Silicona Liquida	Unidad	1	1000	50% RENTABILIDAD:	\$ 13.700
Impresiones papel fotografi	Unidad	5	5000	PRECIO DE VENTA:	\$ 41.100
Papel seda	Unidad	2	400		PROMEDIO MENSUAL
Cinta moños	Unidad	1	500	CAJA	5 75
Tijeras y regla	Unidad	1	100	EN 2 DIAS	
Cartulina de roja	Unidad	1	200		
Cartulina negra	Unidad	1	2500		
Cartulina de colores	Unidad	2	400		
<b>Total</b>			<b>11900</b>		
MANO DE OBRA	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO		
Personal	Horas	3	12.500		

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 18. PRESUPUESTO CIF**

DESCRIPCION	VALOR X MES	VALOR AÑO	
Energia	30.000	360.000	41,66666667
Agua	20.000	240.000	27,77777778
Internet	70.000	840.000	97,22222222
Implementos de aseo	30.000	360.000	41,66666667
Bodega	200.000	2.400.000	277,777778
<b>Total</b>	<b>350.000</b>	<b>4.200.000</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

## 7. Módulo financiero

## JHOCA DETALLES

Es de gran importancia para toda empresa tener en cuenta el aspecto financiero debido a que es la encargada de ver la viabilidad de la empresa para perdurar en el tiempo y realizar el control estricto de los recursos económicos, el estudio financiero es indispensable para la empresa, así se puede cuantificar activos y todo lo que se requiere para la puesta en marcha de la empresa, conociendo el valor de la inversión que requiere el proyecto para luego detallarlo y determinar su flujo de caja proyectado para poder darle un panorama más claro al inversionista si el proyecto que se plantea es viable.

Tabla 19. BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activo</b>						
Efectivo	3.379.440	141.276.264	242.084.486	349.070.801	462.539.209	582.788.550
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	120.560	90.420	60.280	30.140	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>3.500.000</b>	<b>141.366.684</b>	<b>242.144.766</b>	<b>349.100.941</b>	<b>462.539.209</b>	<b>582.788.550</b>
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	1.950.000	1.755.000	1.560.000	1.365.000	1.170.000	975.000
Muebles y Enseres	550.000	440.000	330.000	220.000	110.000	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	0	0	0	0	0	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>2.500.000</b>	<b>2.195.000</b>	<b>1.890.000</b>	<b>1.585.000</b>	<b>1.280.000</b>	<b>975.000</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>6.000.000</b>	<b>143.561.684</b>	<b>244.034.766</b>	<b>350.685.941</b>	<b>463.819.209</b>	<b>583.763.550</b>
<b>Pasivo</b>						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	45.395.356	48.136.584	51.079.961	54.190.366	57.464.453
Acreedores Varios	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP	0	0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingent)	0	0	0	0	0	0
<b>PASIVO</b>	<b>0</b>	<b>45.395.356</b>	<b>48.136.584</b>	<b>51.079.961</b>	<b>54.190.366</b>	<b>57.464.453</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Utilidades Retenidas	0	0	89.166.328	186.898.182	290.605.980	400.628.844
Utilidades del Ejercicio	0	92.166.328	97.731.953	103.707.799	110.022.964	116.670.253
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
<b>PATRIMONIO</b>	<b>6.000.000</b>	<b>98.166.328</b>	<b>195.898.182</b>	<b>299.605.980</b>	<b>409.628.844</b>	<b>526.299.097</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>6.000.000</b>	<b>143.561.684</b>	<b>244.034.766</b>	<b>350.685.941</b>	<b>463.819.209</b>	<b>583.763.550</b>

Fuente: Formato fondo emprender

Tabla 20  
ESTADO DE RESULTADO

**Tabla 20. ESTADO DE RESULTADO**

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	513.647.460	542.847.948	574.146.911	607.134.544	641.649.706
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	329.238.000	347.954.943	368.016.967	389.161.397	411.284.942
Depreciación	305.000	305.000	305.000	305.000	305.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	4.200.000	4.396.560	4.605.836	4.824.153	5.049.923
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>179.904.460</b>	<b>190.191.445</b>	<b>201.219.107</b>	<b>212.843.994</b>	<b>225.009.841</b>
Gasto de Ventas	2.559.996	2.679.804	2.807.362	2.940.431	3.078.044
Gastos de Administracion	39.752.640	41.613.064	43.593.845	45.660.194	47.797.091
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	30.140	30.140	30.140	30.140	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>137.561.684</b>	<b>145.868.438</b>	<b>154.787.759</b>	<b>164.213.229</b>	<b>174.134.706</b>
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>137.561.684</b>	<b>145.868.438</b>	<b>154.787.759</b>	<b>164.213.229</b>	<b>174.134.706</b>
Impuestos (35%)	45.395.356	48.136.584	51.079.961	54.190.366	57.464.453
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>92.166.328</b>	<b>97.731.853</b>	<b>103.707.799</b>	<b>110.022.864</b>	<b>116.670.253</b>

Fuente: Elaboración propia

## 8. Cronograma

**Tabla 21. CRONOGRAMA**

TITULO DEL PROYECTO	Diagrama de planificacion de actividades													
Fecha de inicio:	01 de Agosto del 2020													
Fecha estimada de finalizacion:	30 de Abril del 2022													
ACTIVIDADES	MESES													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Resumen	■													
Objetivos	■													
Introducción y justificación	■													
Marco teórico y legal		■	■	■										
Metodología					■	■	■							
Presupuesto								■	■	■				
Diapositivas											■			
Conclusiones y resultados												■		
Entrega final													■	■

Fuente: Elaboración propia

### **Conclusiones**

Por medio del estudio que se realizó durante el proyecto se pudo evidenciar que la creación de los detalles personalizados en la ciudad de Ibagué es factible tendrá gran acogida por clientes entre segmentación de 15 a 60 años.

Durante los factores principales en cuanto a oferta y demanda se determinó el mercado potencial sobre el cual se obtiene gran oportunidad en el sector, adicional con la proyección de ventas se calcula una rentabilidad positiva para el funcionamiento de la empresa y así lograr cumplir con los objetivos proyectados.

Con base a la constitución legal de la empresa quedara constituida como personal natural no responsable de IVA con beneficio tributario, los socios que son 2, darán el aporte inicial por medio de ahorros para temas de constitución y parte de la operación sin tener necesidad de acceder a créditos bancarios ya que esto genera intereses.

A través del resultado del estudio financiero se genera utilidades, podemos notar una utilidad desde el primero año, teniendo en cuenta que la empresa inicia con el aporte de socios a fin de no tener deudas y evitar pagar valores adicionales como intereses y demás.

## Referencias

- Alcaide , J. (2017). Personalización de productos y servicios: Una quimera posible. *Blog Expansion*, 1.
- Arriola Mairén, G. (2010). *El estudio de viabilidad en un proyecto*. GUATEMALA.
- balliache, D. (s.f.). *El problema y su demilitación* .
- Camara de Comercio de Bogota. (01 de 12 de 2012). *CIIU*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-el-Codigo-CIIU>
- Camara de Comercio de Bogota. (s.f.). *Google*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Normativa-Registros-Publicos/Ley-de-Emprendimiento-Juvenil>
- CAMARA DE COMERCIO DE IBAGUE. (2021). *ESTIMACIÓN CRECIMIENTO DEL TEJIDO EMPRESARIAL 2021-2025*. Ibagué.
- Contreras Garcia, J. (07 de 12 de 2021). *salesforce blog*. Obtenido de <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/11/punto-de-equilibrio-que-es-y-como-calcularlo.html>
- Contreras Marin, L. (2019). *Corporacion Universitaria Minuto de Dios*. Obtenido de [https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/10622/1/UVDT.CP\\_ContrerasMarinLuzAngela\\_2019](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/10622/1/UVDT.CP_ContrerasMarinLuzAngela_2019)
- Cruz Cardenas, J., & Gonzalez Reyes, G. (2016). COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA DISPOSICIÓN DE REGALOS NO GUSTADOS. *Revista Brasileira de Marketing*, 2.
- DANE . (10 de 2021). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>
- Editorial Etece. (2020). Tecnología. *Concepto*, 1.
- El romanticismo*. (2014).
- ENCOLOMBIA. (02 de 11 de 2019). *Google*. Obtenido de <https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/emprendimiento/normativa/>
- ESTADO SIMPLE COLOMBIA AGIL. (s.f.). Obtenido de <https://www.colombiaagil.gov.co/tramites/intervenciones/ley-de-emprendimiento#:~:text=La%20Ley%20069%20de%202020,el%20tama%C3%B1o%20de%20sus%20negocios>.
- Feigenbaum, B. (2011).
- Gamez Gutierrez, J., & Cortes Barrera, J. (2018). *Emprendedores sociales, como hacer la diferencia*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO.

## JHOCA DETALLES

Garcia Herreros, R. (s.f.). *Corporacion Universitaria Minuto de Dios*. Obtenido de <https://www.uniminuto.edu/centro-progresa>

Gerencie.com. (26 de 02 de 2022). *Google*. Obtenido de <https://www.gerencie.com/que-es-el-analisis-financiero.html>

GONZALEZ, E. H. (2004). *ELABORACIÓN DE UN ARTÍCULO CIENTÍFICO DE INVESTIGACIÓN*.

Hurtado Barrera, A. (03 de 03 de 2020). *Ibague Vibra*. Obtenido de <https://ibague.gov.co/portal/admin/archivos/publicaciones/2020/30196-PLA-20200303111237.pdf>

Ibague como vamos. (04 de 2018). *Alcaldia de Ibague*. Obtenido de <https://ibaguecomovamos.org/wp-content/uploads/2018/04/Bolet%C3%ADn-6.-Poblaci%C3%B3n-en-Ibague%C3%A9-Din%C3%A1mica-y-estructura.pdf>

Kato Vidal, E. (2019). Productividad e innovación en pequeñas y medianas empresas. *Estudios Gerenciales*, 1.

Kennedy., J. F. (s.f.).

Kiyosaki , R. (1997). *Padre Rico Padre Pobre*. USA: AGUILAR.

Mejia Angulo, K. (2022). *Corporacion Universitaria Minuto de Dios*. Obtenido de [https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/10445/1/T.A\\_MejiaAnguloKaren\\_2019.pdf](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/10445/1/T.A_MejiaAnguloKaren_2019.pdf)

Monje Alvarez, C. (2011). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CUANTITATIVA Y CUALITATIVA*. Neiva. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Montero, R. C. (2006). *Etapas del proceso de la investigacion*.

Moreno Castro, T. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Chile: RIL.

Orozco Torres, J. (1996). *Google Academico*. Obtenido de [http://jotvirtual.ucoz.es/COSTOS/LA\\_CONTABILIDAD\\_DE\\_COSTOS.pdf](http://jotvirtual.ucoz.es/COSTOS/LA_CONTABILIDAD_DE_COSTOS.pdf)

Pardo Martinez, C. (08 de 04 de 2020). La importancia de la innovación para la productividad y competitividad en las regiones. *Portafolio*, pág. 1.

Peiro, R. (2019). Innovación. *Economipedia*, 1.

Perez, A. (22 de 04 de 2021). *OBS Business School*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-de-viabilidad-de-un-proyecto-estructura-e-importancia>



## JHOCA DETALLES

Pursell, S. (14 de 03 de 2022). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/5-ejemplos-de-metas-inteligentes-para-tu-empresa>

quindeblue. (19 de 09 de 2018). *Tienda quindeblue*. Obtenido de <https://quindeblue.com/preferir-regalos-personalizados/>

Quintanilla, L. (11 de 10 de 2017). *Escuela emprendedores*. Obtenido de <https://escuela-emprendedores.alegra.com/administracion-finanzas/tipos-de-empresas-en-colombia/>

*Repositorio Corporacion Universitaria Minuto de Dios*. (04 de 2021). Obtenido de [https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:w:/r/personal/lmorenoroj1\\_uniminuto\\_edu\\_co/\\_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7BF47BD4A9-F4DD-426C-9EBA-B053C212276B%7D&file=Orientador.docx&action=default&mobileredirect=true&cid=b052349a-1c91-4a61-80e2-061048fd500e](https://uniminuto0-my.sharepoint.com/:w:/r/personal/lmorenoroj1_uniminuto_edu_co/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7BF47BD4A9-F4DD-426C-9EBA-B053C212276B%7D&file=Orientador.docx&action=default&mobileredirect=true&cid=b052349a-1c91-4a61-80e2-061048fd500e)

Revels Lopez, R. (2019). *Análisis de los elementos del costo*. Mexico.

Reyes, J. E. (4 de 09 de 2017). *Ibague como vamos*. Obtenido de <https://ibaguecomovamos.org/desarrollo-economico-como-va-ibague/>

Roldan, P. (2017). Tecnología. *Economipedia*, 1.

Santiago Chavez, N., & Gamboa Salinas, J. (2017). *GESTIÓN FINANCIERA EMPRESARIAL*. Ambato: UTA.

Terrazas Pastor, R. (2009). MODELO DE GESTIÓN FINANCIERA PARA UNA ORGANIZACION. *PERPESCTIVAS*, 5.

Tikitakas. (2021). *Qué es Halloween, cuál es su origen y desde cuándo se celebra*.

Tomas, D. (22 de 10 de 2020). *Cyberclick*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>

Tomas, D. (22 de 10 de 2020). *Cyberclick*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategia-de-marketing-que-es-tipos-y-ejemplos>

Urtecho Aguilar, A. (14 de 04 de 2019). *Wix.Com*. Obtenido de <https://proyectoslean.wixsite.com/emprendimientolean/post/tama%C3%B1o-del-proyecto#:~:text=El%20tama%C3%B1o%20del%20proyecto%20es,un%20periodo%20de%20tiempo%20espec%C3%ADfico.>

Velez Romero, X., & Ortiz Restrepo, S. (2016). Emprendimiento e innovacion: Una aproximacion teorica. *Revista científica dominio de las ciencias*, 1.

Westreicher, G. (11 de 04 de 2022). *Economipedia Haciendo fácil la economía*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

