



**PLAN DE MERCADEO DE LA EMPRESA ARTPLASTIC SITUADA EN LA  
CIUDAD DE BOGOTÁ  
FABRICADORA DE CUADROS ARTESANALES**

**JENNY MILENA AREVALO  
ADRIANA QUINTERO GACHA  
JOSE ALFREDO MEDINA DIAZ**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA TECNOLOGIA EN GESTION DE MERCADEO  
2011**



**PLAN DE MERCADEO DE LA EMPRESA ARTPLASTIC SITUADA EN LA  
CIUDAD DE BOGOTÁ  
FABRICADORA DE CUADROS ARTESANALES**

**JENNY MILENA AREVALO  
ADRIANA QUINTERO GACHA  
JOSE ALFREDO MEDINA DIAZ**

**Trabajo de grado para optar al título:  
Tecnólogo en Gestión de mercadeo**

**Directora  
Martha Obregón**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PROGRAMA TECNOLOGIA MERCADEO  
2011**



## Nota de aceptación

---

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del presidente del jurado

Bogotá, 28 Noviembre de 2011



## **DEDICATORIA**

En primera instancia damos infinitamente gracias a Dios, por habernos dado fuerza y valor para terminar nuestros estudios

Agradecemos también la confianza y el apoyo de nuestros padres, porque han contribuido positivamente para llevar a cabo este periodo de aprendizaje y recopilación de nuevos conocimientos durante todo este tiempo

A todos los docentes de la Universidad Minuto de Dios que nos asesoraron, porque cada uno, con sus valiosas aportaciones, nos ayudaron a crecer como personas y como profesionales.



## Resumen Ejecutivo

Art Plastic es una empresa dedicada a la producción y comercialización de cuadros artesanales, en el sector de Usaquén en la ciudad de Bogotá; Art plastic busca poner en el mercado pinturas innovadoras conservando el estilo artístico a precios competitivos ofreciendo calidad.

El presente plan de mercadeo tiene como fin analizar las oportunidades de mercado, la competencia, las estrategias de promoción, distribución, precios, los materiales que se van a necesitar para la elaboración de nuestro producto y se realizara un estudio financiero como la proyección de ventas, costos directos e indirectos, administrativos y estados financieros.

Art Plastic maneja artesanías decorativas con gran importancia cultural del país puesto que los cuadros artesanales que Art plastic maneja refleja una faceta de identidad, cultura y tradiciones de un país.

Art Plastic diseñara nuevos productos partiendo de la pieza principal mejorando las técnicas y materias primas para así asegurar un acceso a nuevos mercados más competitivos y mejorar la demanda de los productos.

Art Plastic Se realizo una investigación de mercados con el fin de identificar la demanda del mercado potencial que está dirigido a hombres y mujeres entre los 25 a 45 años de estratos 3,4, 5 y 6 de la localidad de Usaquén en el sector de santa barbará con una personalidad que exprese y muestre gusto por las artesanías, que usen este producto exhibiéndolo en cualquier lugar por ahora residentes en la localidad de Usaquén.

Art Platic analizo la competencia, las estrategias de promoción, distribución, precios, los materiales que vamos a necesitar para la elaboración de nuestro producto y se realizo un estudio financiero como la proyección de ventas, costos directos e indirectos, administrativos y estados financieros.

La población que intervino fue en la localidad de Usaquén de **469.635** personas 51.221 personas del sector santabarbara el 30% asisten a las ferias artesanales (15.366 personas)

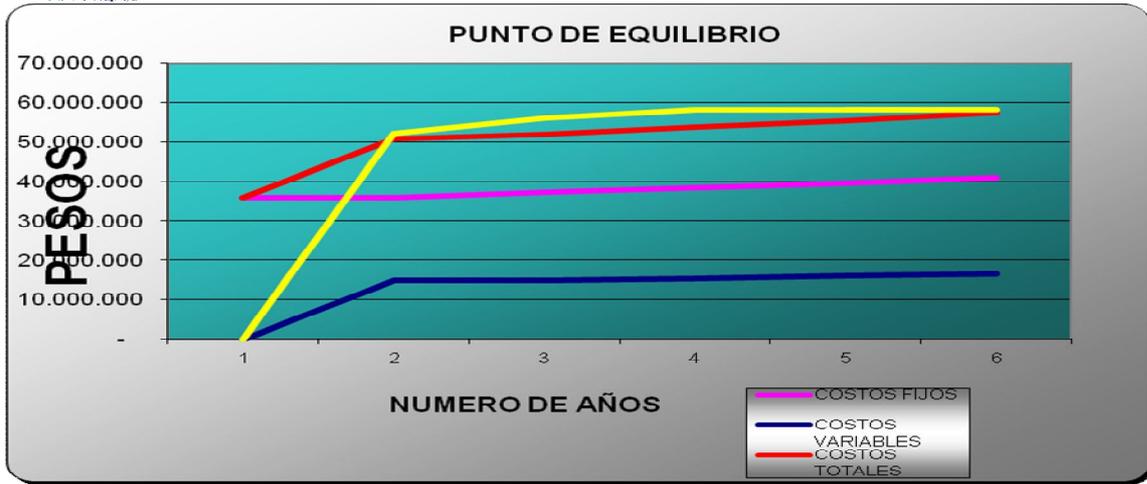
El costo de las materias primas por la elaboración de un cuadro es de 4900



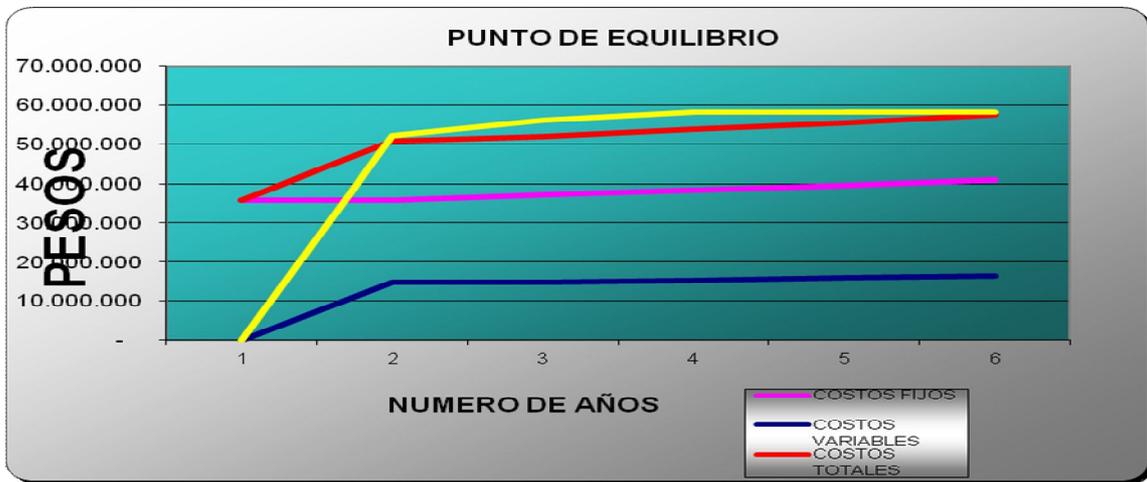
Dentro del plan de producción para el año se tiene proyectado 744 unidades para las ventas

En cuanto a en el área financiera se requiere inicialmente una inversión de 3.000.000 para el año 1 será un préstamo a una entidad financiera

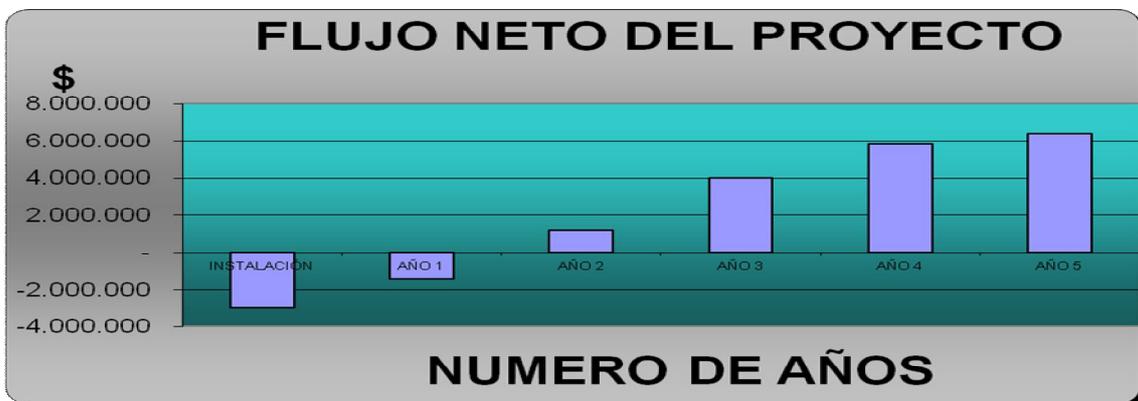




Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón.



Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón.



Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón.



## Tabla de contenido

Página

<b>1 INTRODUCCIÓN</b>	<b>13</b>
<b>2 Planteamiento del problema</b>	<b>13</b>
3 Justificación	13
<b>4 Objetivo General</b>	<b>14</b>
<b>4.1 Objetivos específicos</b>	<b>14</b>
Objetivos específicos a corto plazo	14
Objetivos específicos a mediano plazo	14
Objetivos específicos a largo plazo	14
<b>MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>16</b>
Glosario de Términos	16
<b>5 TIPO DE ESTUDIO (exploratoria)</b>	<b>19</b>
<b>6. Antecedentes</b>	<b>20</b>
<b>7. Historia de la Pintura al Oleo</b>	<b>21</b>
<b>8. Estado de Desarrollo</b>	<b>22</b>
<b>9. Misión</b>	<b>22</b>
<b>10. Visión</b>	<b>23</b>
<b>11. Valores Corporativos</b>	<b>23</b>
<b>11.1 CREATIVIDAD</b>	<b>23</b>
<b>11.2 SERVICIO</b>	<b>23</b>
<b>11.3 TALENTO HUMANO</b>	<b>23</b>
<i>12. Ciclo de vida del producto</i>	<i>24</i>
<b>13. FICHA TÉCNICA DE LA EMPRESA</b>	<b>24</b>
13.4 Breve descripción	25
<b>14 Las tendencias del mercado</b>	<b>25</b>
<b>14.1 Nuevos usos del producto</b>	<b>25</b>
<b>14.2 Nuevas formas de consumo</b>	<b>26</b>
<b>15 Especificar si fue un artículo, una publicación del sector, o de un gremio.</b>	<b>26</b>
Asignación proporcional de los 2 géneros	28
Consumidor final	28
Tamaño del mercado	28
<i>Identifique el tipo y muestra que usará en su investigación.</i>	<i>29</i>



<b>Pasos para realizar la encuesta</b>	<b>30</b>
<i>Pasos para un muestreo aleatorio simple</i>	<i>30</i>
<b>Otra forma de explicar los pasos para elegir la muestra son:</b>	<b>30</b>
<b>Proceso de Producción Art Plástico</b>	<b>31</b>
<b>Diagrama de flujo</b>	<b>32</b>
<b><i>NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS</i></b>	<b>33</b>
<i>Costo de producción para un cuadro</i>	<i>34</i>
<i>Plan De Producción</i>	<i>35</i>
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>36</b>
<b>Inventario en cantidades</b>	<b>37</b>
<b>REQUERIMIENTO DE MATERIALES</b>	<b>37</b>
<b>Servicios públicos</b>	<b>38</b>
<b>BALANCE GENERAL</b>	<b>39</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>40</b>
<b>FORMULAS</b>	<b>41</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO GRAFICA</b>	<b>42</b>
<b>FLUJO NETO DEL PROYECTO DE INSTALACIÓN</b>	<b>42</b>
<b>FLUJO NETO DEL PROYECTO GRAFICA</b>	<b>43</b>
<b>VENTA DE COSTOS</b>	<b>43</b>
<b>VENTAS Vs COSTOS</b>	<b>44</b>
<b>Fondo emprender</b>	<b>44</b>
<b>Fondo premio Santander al emprendimiento</b>	<b>46</b>
<b>Especificación de producto</b>	<b>46</b>
<b>Estudio Administrativo</b>	<b>47</b>
<b>Objetivo General en las actividades</b>	<b>47</b>



<b>Objetivos Específicos en las actividades</b>	<b>47</b>
<b>ORGANIGRAMA</b>	<b>47</b>
<b>Funciones Perfil cargo</b>	<b>48</b>
<b>Gerencia General: José Medina</b>	<b>48</b>
<b>Las funciones Específicas de esta Área</b>	<b>48</b>
<b>Área de Mercadeo: Adriana Quintero</b>	<b>48</b>
<b>Elaborar un plan de trabajo</b>	<b>49</b>
<b>Departamento de Producción: José Alfredo Medina</b>	<b>49</b>
<b>Equipo de Finanzas: Jenny Arévalo</b>	<b>50</b>
<b>Recursos humanos: Adriana Quintero</b>	<b>51</b>
<b>Políticas operativas de la empresa</b>	<b>51</b>
<b>Tipos de contratos que se utiliza en la empresa</b>	<b>52</b>
<b>¿Como es el proceso del producto?</b>	<b>52</b>
<b>Aspectos laborales que se deben considerar</b>	<b>52</b>
<b>ANÁLISIS SOCIAL</b>	<b>52</b>
<b>Ayudar socialmente</b>	<b>53</b>
<b><i>ANÁLISIS DEL MEDIO AMBIENTE</i></b>	<b>53</b>
<b>Logros Ecológicos</b>	<b>54</b>
<b>ANÁLISIS TRIBUTARIO</b>	<b>54</b>
<b>Constitución Empresa Y Aspectos Legales</b>	<b>54</b>
<b>MARCO LEGAL</b>	<b>54</b>
<b>ANÁLISIS ECONÓMICO</b>	<b>56</b>
<b>La inflación</b>	<b>56</b>
<b>Inducción</b>	<b>56</b>
<b>La persona que realiza la inducción</b>	<b>56</b>
<b>MATERIAL QUE UTILIZARA EN EL PROCESO DE INDUCCIÓN</b>	<b>56</b>
<b>Desarrollo del personal</b>	<b>57</b>



<b>Evaluación del desempeño de los operativos de producción</b>	<b>57</b>
<b>Relaciones de trabajo</b>	<b>57</b>
<b>Trámites fiscales</b>	<b>57</b>
<b>La parte Legal para los gastos de puesta En marcha</b>	<b>58</b>
<b>Documentos requeridos</b>	<b>58</b>
<b>Estatutos de la Sociedad:</b>	<b>59</b>
<b>Las políticas de compras</b>	<b>61</b>
<b>Política de producto</b>	<b>61</b>
<b>Política de proveedores</b>	<b>62</b>
<b>Política de ahorros</b>	<b>62</b>
<b>Política de procurement</b>	<b>62</b>
<b>Política de sistemas de información</b>	<b>62</b>
<b>Política de ventas</b>	<b>63</b>
<b>Infraestructura</b>	<b>63</b>
<b>CUADRO Y EMPAQUE IMAGEN</b>	<b>64</b>
<b>MATRIZ DOFA</b>	<b>64</b>
<b>Hoja de vida de la Empresa</b>	<b>65</b>
<b>Estudio de mercado</b>	<b>66</b>
<b>Objetivo General de la investigación</b>	<b>66</b>
<b>Objetivos Específicos de la investigación:</b>	<b>66</b>
<b>Análisis del Mercado</b>	<b>66</b>
<b>Características de la Segmentación de mercado</b>	<b>66</b>
<b>Segmentación</b>	<b>67</b>
<b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b>	<b>67</b>
<b>Análisis de la Competencia</b>	<b>68</b>
<b>Productos art plastic</b>	<b>68</b>
<b>Especificación de los productos</b>	<b>69</b>
<b>Cuadros abstractos (figuras geométricas)</b>	<b>69</b>
<b>Cuadros contemporáneos</b>	<b>69</b>
<b>Cuadros paisajes</b>	<b>70</b>
<b>Replica de objetos</b>	<b>70</b>
<b>Figuras humanas</b>	<b>70</b>
<b>FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO DE ART PLATIC</b>	<b>71</b>



<b>Canal de distribución</b>	<b>72</b>
<b>Estrategias de Mercadeo</b>	<b>72</b>
<b>Estrategias de precio</b>	<b>73</b>
<b>Precio basado en la exclusividad del producto, valor agregado</b>	<b>73</b>
<b>Estrategia de Precio de acuerdo al ciclo de vida</b>	<b>74</b>
<b>Estrategia de precio basado en la forma de pago.</b>	<b>74</b>
Control de precios	74
<b>1 Objetivos de plaza</b>	<b>75</b>
<b>Estrategias de plaza</b>	<b>75</b>
<b>Estrategia de Distribución</b>	<b>76</b>
<b>1.1. Estrategia de promoción</b>	<b>7</b>
Objetivo de la estrategia	77
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>77</b>
<b>Estrategias de publicidad</b>	<b>77</b>
<b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b>	<b>79</b>
<i>Estrategia De Imagen Corporativa Y Publicidad</i>	<i>80</i>
<b><i>FIGURA 2. FOLLETO</i></b>	<b><i>81</i></b>
<b>Figura 3. Factura</b>	<b>82</b>
Figura 4 <i>calendarios</i>	82
Figura 5 Brochure	83
<b>PÁGINA WEB</b>	<b>83</b>
<b>Resultados investigación de mercados</b>	<b>84</b>
<b>ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS</b>	<b>88</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>90</b>
<b>Recomendación de clientes</b>	<b>91</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>92</b>
<b>1: Modelo de Encuesta</b>	<b>94</b>
<b>2: Cotización de materiales</b>	<b>94</b>
<b>3: cotizaciones de muebles y enseres</b>	<b>94</b>

## **1 INTRODUCCIÓN**

Cuando se pierde el interés por lo cultural y lo artístico se debe dar a conocer las maravillas del mundo del arte, que trata en este caso de cuadros artesanales donde lo que se pretende es realizar un análisis de acuerdo a un estudio de mercados el cual se piensa hacer una elaboración y comercialización de manualidades hechas en oleo,

Los materiales principales de los cuadros artesanales son los siguientes: el lienzo, el oleo, la laca, palos de balsa, el cartón paja, la lamina de acetato, y la etiqueta. Con este producto se desarrollaron destrezas en mercadeo, publicidad, en procesos de producción y medidas de control de calidad, los cuales aseguran ofrecer al cliente productos de alta calidad.

El propósito de ese proyecto es conocer la necesidad y gustos del cliente según los principios del marketing con sus objetivos y aplicabilidad, en razón de que es un área amplia y del diario vivir Se ha realizado de una manera clara y sencilla posible, para darla con el menor esfuerzo de entendimiento, además de que incluye una explicación detallada que nos inducen a querer conocerlo.

## **2 Planteamiento del problema**

El presente proyecto resulta de la oportunidad de crear una empresa promotora y comercializadora de cuadros artesanales, debido a que en el mercado de las artesanías en Bogotá, no hay muchas empresas que se dediquen a producir y comercializar cuadros artesanales con relieve. Por eso nació Art platic que pretende cubrir este mercado en la capital del país ya que es una ciudad económica, social y cultural.

## **3 Justificación**

La presente investigación se hace con el ánimo de verificar y evidenciar la puesta en marcha de un plan de mercadeo de artesanías, por esta razón el tema fue escogido pensando en recuperar la cultura pasada de la actualidad pintándola en los cuadros de arte con relieve. Por esta razón la clave del tema es identificar los gustos y las preferencias del cliente dentro de los tres modelos o estilos que pintan. Se pueden



visualizar las pinturas artesanales en la forma de 3D o en un relieve que tienen los cuadros.

#### **4 Objetivo General**

Formular y evaluar la factibilidad de la producción y comercialización de los cuadros artesanales con relieve.

##### **4.1 Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado para alcanzar la viabilidad del producto
- Identificar los lugares más apropiados para la exhibición de las manualidades.
- Conocer el precio que estaría dispuesto a pagar un cliente por una manualidad hecha en oleo.
- Determinar el tamaño del cuadro, preferido por los clientes potenciales.
- Establecer la frecuencia de compra del producto
- persuadir las tendencias que tiene el cliente y ligar una relación a futuro poderlos fidelizar.

##### **Objetivos específicos a corto plazo**

- Presentar nuestro proyecto ante una entidad financiera o persona natural que apoye económicamente y/o intelectualmente al desarrollo del proyecto.
- Adoptar nuevos socios que contribuyan al fortalecimiento y desarrollo del ideal.
- Registrar la organización ante las instituciones de control y regulación comercial.
- Dar a conocer a la organización por medio de herramientas culturales.

##### **Objetivos específicos a mediano plazo**

- Darnos a conocer en el mercado nacional como una empresa comprometida con el medio ambiente, joven e innovadora.
- Consolidar la empresa con el fin de prestar nuestros servicios e imponer una imagen de alta competitividad.
- Ser reconocidos como una empresa que fomenta el desarrollo social, y económico del sector.



## Objetivos específicos a largo plazo

- Ser reconocidos como un ente económico líder en pinturas artesanales aportando al desarrollo social y económico de la comunidad.
- Incursionar con nuestras novedosas pinturas en nuevos mercados extranjeros.
- Posicionar nuestra marca a nivel nacional e internacional.

## MARCO CONCEPTUAL

### Glosario de Términos

- **Mercadeo:** El Análisis de un Mercado y sus necesidades, la determinación del Producto adecuado, sus Características y Precio, la Selección de un Segmento dentro del mismo, y como comunicar nuestro Mensaje y la logística de la Distribución del producto, son parte del arte conocido como Comercialización, Mercadeo o Marketing.
- **BRANDING.** La práctica de crear prestigio y gran valor a un producto con apoyo de marketing; dicha marca puede estar asociado o no al nombre de la empresa.
- **BIODEGRADABLE:** tomémoslo como una sustancia química que se descompone por un proceso natural biológico:
- **COMPOSICIÓN:** de lo que se forma en este caso los materiales o el mismo producto
- **ARMONÍA:** Conveniente proporción y correspondencia de unas cosas con otras, integrando un todo conjunto. En el lenguaje coloquial, acertada combinación de sonidos o colores, grata a los sentidos
- **BOCETO** Proyecto de una pintura, dibujo, escultura u otra obra decorativa.
- **COMPOSICIÓN** Técnica de distribuir armónicamente los elementos de una obra de arte (volúmenes, pesos, colores, etc.). Los elementos básicos de la composición son la unidad, la variedad, el movimiento, el orden, la simetría, el color, etc.
- **DIBUJO** Técnica gráfica basada en la línea. Se realiza normalmente sobre papel, cartón, etc. Puede emplearse para guiarnos en las esculturas
- **DISEÑO** Denominación con la que se conoce el *trabajo de proyección de objetos de uso cotidiano*



- **LOGOTIPO** Grupo de letras o abreviaturas que agrupadas en un bloque sirve de representación de una marca. En sentido amplio se denomina logo a cualquier imagen representativa de una entidad, bien sea comercial o social.
- **MODELADO** Conjunto de recursos que utiliza el artista para representar las ondulaciones de un objeto.
- **MODELO** Proyecto o reproducción a escala reducida o no de una pieza escultórica.
- **RELIEVE** Escultura trabajada sobre una superficie, con respecto a la cual se define y sólo es visible por uno de sus lados; puede ser hueco, bajo o altorrelieve.
- **RÉPLICA** Copia de una obra hecha por su mismo autor.
- **TALLADO** Técnica escultórica de trabajar la madera o cualquier otra materia
- **TEMA** Asunto tratado en una escultura o pintura; suele dar nombre a los distintos géneros pictóricos.
- **VACIADO** Técnica de reproducir objetos de bulto redondo por medio, generalmente, de moldes de oleo. Se emplea para obtener copias de esculturas y también como medio de creación veraz de anatomías de seres vivos, por ej. En la escultura pop.
- **ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.** Evaluación financiera del potencial de ganancia de precios alternativos,
- **BROCHURE.** Folleto, catálogo, prospecto. Impreso a color para presentar productos o servicios.
- **ESLOGAN:** Fórmula breve y original, utilizada para publicidad, propaganda política, etc.
- **ESTRATEGIA:** Arte de dirigir operaciones. Arte, traza para dirigir un asunto.
- **ESTRATEGIA DE MERCADEO.** Plan general para usar los elementos de la mezcla de mercadeo con el fin de desarrollar el programa correspondiente.
- **LOGOTIPO:** Abreviado "Logo". Es la marca, el símbolo de una empresa.



- **MARCA:** Un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o la combinación de todos ellos, que tiende a identificar bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlo de los la competencia.
- **MERCADO META.** Segmentos del mercado seleccionado por la empresa para ofrecer sus productos o servicios. Grupo de compradores potenciales a los cuales la empresa espera cumplir sus necesidades.
- **MERCADO OBJETO.** Grupo de compradores que comparten necesidades o características comunes, a los cuales una empresa decide servir.
- **MERCADO POTENCIAL.** Grupo de consumidores que se estima han mostrado un nivel de interés en un producto o servicio.
- **BTL MARKETING:** Mercadeo Bajo la Línea. Es cualquier forma creativa, pagada de llegar al consumidor, que se enfoca en medios directos de comunicación: correo directo, e-mail, y cualquier otra que utilizando listas bien segmentadas y escogidas de nombres, para maximizar la respuesta. El BTL es lo mismo que se ha estado llamando por muchos años "Mercadeo Directo". En marketing, otros gastos que no corresponden a publicidad en medios ni a la producción de la misma (correo directo, exposiciones, demostraciones, material de punto de venta)
- **CAPITAL HUMANO.** Capacidades, talentos, aptitudes, actitudes, destrezas y conocimientos que cada miembro de la organización aporta a esta.
- **CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO:** El periodo de tiempo en el cual un producto produce ventas y utilidades. Se entiende que incluye cinco diferentes fases: Introducción, crecimiento, turbulencia, madurez y declive.
- **CRM, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT.** Un sistema integrado de información que se utiliza para planificar, programar y controlar las actividades de preventa y posventa en una organización. CRM abarca todos los aspectos de tratar con clientes y clientes potenciales, incluyendo el centro de llamadas, la fuerza de ventas, marketing, soporte técnico y servicio de campo. El objetivo principal de CRM es mejorar el crecimiento a largo plazo y la rentabilidad mediante una mejor comprensión del comportamiento de los clientes. CRM tiene como objetivo



proporcionar información más eficaz y una mejor integración para medir mejor el retorno de la inversión (ROI) en estas áreas.

- **DEMOGRAFÍA.** Estudio de la población humana en términos de tamaño, densidad, ubicación, edad, sexo, raza, ocupación y otras variables similares. Se aplica a las estadísticas que describen a compradores potenciales en función de factores tales como edad sexo, educación y nivel de ingresos.
- **ENCUESTA.** Estudio de investigación de mercado que se desarrolla preguntándoles a los participantes asuntos concretos. Tiene la finalidad de conseguir información sobre actitudes, motivos y opiniones. Esta clase de estudios se efectúan en visitas personales, por teléfono o por correo.

## **5 TIPO DE ESTUDIO (exploratoria)**

### **MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN A REALIZAR**

**Método deductivo** ya que se tienen en cuenta las cualidades, los estilos que se pintan con los cuadros, además permite deducir qué medidas, tamaños y la descripción de cada cuadro. Con el método inductivo permite visualizar e investigar que estilos actuales son presentados en la actualidad. Además permite el diseño detallado de lo que se está haciendo con los diferentes métodos utilizados.

El método de investigación de las artesanías, en el cual se utiliza.

Una descripción detallada de cuales estilos que busca el cliente, o el consumidor, además permite describir y dar la explicación de cada proceso del cuadro, a base de oleo. Con la experiencia del arte y la cultura que se plasman en los cuadros se interactúa con las costumbres del consumidor.

El método también exploratorio el cual nos permite

**La Observación** no es Directa pero si es **indirecta** porque nos basamos en observaciones realizadas por libros como Philip Kotler, fuentes de internet y se busca información a través de encuestas recogemos los datos obtenidos para concluir en base a los datos Y superar las opiniones subjetivas de cada uno.



## 6. Antecedentes

El sector productivo artesanal se ha convertido en una base importante para el desarrollo del país en la medida en que involucra, según información del Censo Económico Nacional del Sector Artesanal, "aproximadamente 350.000 personas en áreas urbanas y rurales e indígenas, afro descendientes, campesinos, raizales, etc., que se dedican a diferentes oficios artesanales, representando alrededor de 15% del empleo de la industria manufacturera. A su vez, existen 1.200.000 personas vinculadas al sector de manera indirecta ya sea como fabricantes de cuadros artesanales impresos, agentes comerciales o prestadores de servicios de desarrollo”

Esta variedad de oficios y productos en diferentes regiones de Colombia hace complejo y pertinente el aproximarse a nuestra realidad social; el lograr que estas comunidades puedan tener elementos comunes, respetando las diferencias que los hagan parte de una cadena de valor que beneficie su economía y su entorno cultural, haciéndolos a su vez partícipes del desarrollo del país.

Gracias a los esfuerzos de Artesanías de Colombia, el sector artesanal ha venido posicionándose a nivel nacional e internacional, a través de programas enfocados en la asistencia técnica y formación en aspectos puntuales que cobijan a todos los eslabones de la cadena productiva artesanal. Por su parte, las universidades ligadas a la Alianza Artesanías han venido realizando diferentes acercamientos al sector artesanal desde las perspectivas propias de su región.

Es por esto que tanto Artesanías de Colombia como las universidades que forman parte de esta Alianza, buscan aunar esfuerzos con el fin de encontrar puntos de encuentro entre las necesidades del sector productivo y las ofertas de la academia, abordando temas que les permitan convertirse en socios estratégicos en el diseño, implementación y desarrollo de programas técnicos profesionales y tecnólogos para el sector artesanal.

Al lograr fortalecer la cadena de valor, se pueden mitigar problemas como la informalidad del sector y la falta de interés de las nuevas generaciones por incursionar



en el negocio de la artesanía, ofreciéndoles oportunidades de involucrarse en los talleres familiares o incluso formar sus propias empresas al mostrar al sector artesanal

## **7. Historia de la Pintura al Oleo**

Antes se creía que la pintura al óleo había sido inventada por el pintor flamenco Jan van Eyck a principios del siglo XV, pero hoy se sabe que ya existía con anterioridad. Van Eyck investigó esta técnica dentro de los convencionalismos lineales del temple, haciendo un dibujo detallado en una tabla cubierta de yeso y aplicando sucesivas capas de veladuras de óleo transparentes. En Italia, el pintor siciliano Antonello da Messina popularizó esta técnica, de la que se aprovecharon los pintores del renacimiento.

Los venecianos dieron el siguiente paso de pintar sobre lienzo, con el que se conseguía una superficie mucho más grande y permitía además enrollarlo para facilitar el transporte. Desarrollaron un estilo más libre basado en una pintura subyacente, monocroma y tosca, realizada al temple y añadiendo veladuras oleosas. Los pintores holandeses como Rembrandt y Frans Hals y el pintor español Diego Velázquez hicieron ensayos con la aplicación de empastes. Los artistas más ortodoxos de los siglos XVIII y XIX hacían la pintura subyacente en óleo negro y gris y después repintaban en color. Sin embargo, la gama de colores era limitada y muchos se han desvanecido. Toda la obra se llevaba a cabo en el taller.

Los avances de la química proporcionaron nuevos y brillantes pigmentos en el siglo XIX. La invención de los tubos plegables, que venían a sustituir a las bolsitas de tripa de carnero donde se guardaban los pigmentos hasta entonces, permitió a los pintores trabajar al aire libre copiando directamente de la naturaleza. Los aditivos químicos, que mantenían la pintura fresca, hicieron posible que se hiciera un mayor uso de los empastes.

La pintura subyacente desapareció prácticamente. Los impresionistas franceses aplicaban, directamente sobre el lienzo, una gran cantidad de pequeñas pinceladas de colores brillantes. Con el desarrollo de la pintura no figurativa en el siglo XX, los pintores han experimentado con nuevas técnicas, aumentando las texturas con arena, ceniza o escayola, manchando los lienzos y trabajando con pinturas comerciales y con aerosoles; también han combinado la pintura con fotografías y material impreso para



formar collages. La versatilidad de la pintura al óleo ha hecho de ella el mejor medio de expresión para el artista del siglo XX; sin embargo, desde la década de 1960 son muchos los pintores que consideran que la pintura acrílica se ajusta mejor a sus necesidades.

## **8. Estado de Desarrollo**

El proyecto Art Plastic inició como idea de negocio en el primer periodo del año 2009, por tres estudiantes de primer semestre en la tecnología en gestión de mercadeo; nació de la programación de algunas materias en las cuales exigían un proyecto integrador que tuviera un valor agregado y no estuviera en el mercado, con el pasar de los meses se fue creando la misión, visión, objetivos, la demanda, la oferta, el punto de equilibrio y una investigación de mercados en la cual se realizaron 188 encuestas las cuales arrojaron un resultados favorables, pero como en todo proyecto integrador nada es completo, se obtuvo ciertas falencias en diferentes áreas y materias en el transcurso de los semestres, por ejemplo en la calidad del producto que no era resistente y demás.

Con el transcurso del tiempo se fue aprendiendo mas sobre todo lo que se necesita para conformar una empresa y todo esto se fue implementando en el proyecto integrador, pero en la materia de plan de mercados se hizo una retroalimentación y se llevo a la conclusión de formular nuevas encuestas por que las que se tenían había que actualizarla no sea que las tendencias hayan cambiado.

Uníminuto brindo varios tutores en la formulación de estas encuestas hasta que se llevo al punto de formular las encuestas a nuestro público objetivo; en el presente año el proyecto ha avanzado en gran manera, como es saber su clasificación y su sector económico, entidades bancarias que pueden ser prestadoras del capital para el desarrollo de esta, su objeto social, su micro entorno y macro entorno, su investigación de mercados y medios publicitarios que se deben utilizar para la promoción del establecimiento, de igual forma se continúa con el progreso de este en cuanto a su plan operativo y la proyección a futuro en cuanto a ventas y utilidades.

## **9. Misión**

Elaborar Cuadros artesanales de excelente calidad y a un precio razonable, ofreciéndole al cliente una exclusiva pieza de arte que satisfaga las necesidades de nuestros clientes amantes del arte.



## **10. Visión**

Art Plastic en el 2015 será una empresa líder en el sector de la artesanía en Colombia capaz de lograr un desarrollo económico sostenible, siendo el principal productor de cuadros artesanales con relieve en Colombia.

## **11. Valores Corporativos**

### **Trabajo en equipo**

- Respeto
- Responsabilidad
- Calidad
  
- Servicio
- Talento humano
- Liderazgo
- Espíritu de equipo
- Excelencia
- Voluntad
- Compromiso
- Competitividad
- Solidaridad
- Eficiencia
- Lealtad

### **11.1 CREATIVIDAD**

Desarrollar ideas que contribuyan al mejoramiento de nuestra empresa y la innovación de nuestro portafolio

### **11.2 SERVICIO**

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes a tiempo y cumpliendo con todo lo ofrecido

### **11.3 TALENTO HUMANO**



Generar un estímulo constante para el principal activo de Art plastic transmitiendo nuestro agradecimiento, contribuyendo a mejorar la calidad de vida por aportar al crecimiento de la empresa.

## *12. Ciclo de vida del producto*

### **INTRODUCCIÓN (en este ciclo se encuentra el proyecto actualmente)**

ART PLASTIC sabe adquirir las artesanías e invertir en lo posible promocionándolo con folletos, portafolio y demás informando a todos acerca de su beneficio ofreciendo espectáculos gratis realizando el producto y demostrando su calidad. Exhibiéndolo en ferias.

### **CRECIMIENTO**

Como podemos ver fuertes cambios por el interés de unos y desinterés de otros podemos respaldar los cuadros de arte de algún daño por el que sufra y a cambio ofrecerle otro de su gusto, mientras vemos la forma de arreglarlo así garantizar la satisfacción del cliente.

### **MADUREZ**

Muy seguramente no tengamos mucha utilidad, pero en el momento de Expandirnos en otras ferias como Usaquén e invertir y darle un valor adicional a las artesanías como un marco, con el fin de garantizar una mejor calidad y expulsar nuevos estilos culturales y si es posible buscar materiales que vallan más de la mano con el ambiente y mejorar su presentación.

### **DECLINACIÓN**

Una vez el consumidor haya dejado el interés por el producto tenemos dos opciones contar con un valor adicional o estrategias de promoción que analizaremos en ese periodo en el caso de que no funcionen buscar la forma para garantizarle al cliente respaldo de las cuentas pendientes.

## **13. FICHA TÉCNICA DE LA EMPRESA**



### **13.1 Razón Social:** Art plastic SAS

### **13.2 Objeto Social:** Elaboración y comercialización de cuadros artesanales

### **13.3 Título Art Platic**

#### **13.4 Breve descripción**

Art Plastic es un proyecto dedicado a la producción y comercialización de cuadros artesanales, en el sector de Usaquén en la ciudad de Bogotá; Art plastic busca poner en el mercado pinturas innovadoras conservando el estilo artístico a precios competitivos ofreciendo calidad.

El presente plan de mercadeo tiene como fin analizar las oportunidades de mercado, la competencia, las estrategias de promoción, distribución, precios, los materiales que vamos a necesitar para la elaboración de nuestro producto y se realizara un estudio financiero como la proyección de ventas, costos directos e indirectos, administrativos y estados financieros.

Art Plastic maneja artesanías decorativas con gran importancia cultural del país puesto que los cuadros artesanales que Art plastic maneja refleja una faceta de la identidad, cultura y tradiciones de un país.

Art Plastic diseñara nuevos productos partiendo de la pieza principal mejorando las técnicas y materias primas para así asegurar un acceso a nuevos mercados más competitivos y mejorar la demanda de los productos.

#### **14 Las tendencias del mercado**

Las últimas tendencias del arte están impulsando estos últimos estilos dados a conocer por las nuevas instituciones creadas en museos, galerías, ferias y exposiciones internacionales, tendencias como el expresionismo y los tipos de arte describimos más adelante y están vinculadas al gusto del cliente.

CODIGO CIU: 2422 fabricación de las pinturas)- 2010 (fabricación de madera) 2695 (fabricación de madera)-

#### **14.1 Nuevos usos del producto**



Ahora para componer el cuadro de arte ya no solo es cuestión de pintar ahora gusta mucho es que tenga cosas que se le adicionen a él cuadro de arte cómo telas, y varias clase de objetos que le den una mayor estética que para nuestro caso adicionamos relieves y una especie de laca que logra un brillo dando así más impacto en el mercado.

## 14.2 Nuevas formas de consumo

Alcanzar una postura crítica de la sociedad para lograr una nueva estética de consumo

Utilizar pinturas actuales imágenes pintadas como:

- **Arte pop:** que supone la realidad del arte urbana y de la sociedad capitalista
- **Arte cinético:** arte que conlleva a representar el movimiento
- **Arte mínima:** trabaja con la poesía, la danza, la música
- **Arte conceptual:** conserva todo el trabajo, concepto e ideas tradicionales

## 15 Especificar si fue un artículo, una publicación del sector, o de un gremio.

### Los nuevos cuadros de pintura

Las ideas del artista dependerán cada vez más de las opiniones que den en las publicaciones de las ferias o galerías de arte

### 1. *Describa la población de su investigación*

## CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN DE LA LOCALIDAD DE USAQUEN

	Población 2010	<b>469635</b> habitantes USAQUEN Santa Barbará 51.221.
Población	Porcentaje de la población de Bogotá	
	Hombres	45%
	Mujeres	55%
Barrios	Número total de barrios	317
Estratificación socioeconómica	Estrato 1	4.90%



	Estrato 2	12.20%
	Estrato 3	16.40%
	Estrato 4	20.50%
	Estrato 5	23.30%
	Estrato 6	22.70%
	Viviendas	70,558
Necesidades Básicas Insatisfechas	Hogares	74,564
	Hogares con Necesidades Básicas Insatisfechas NBI.	12.23%
	Establecimientos públicos de educación básica	93
Servicios públicos comunitarios	Hospitales públicos	1
	Centros médicos públicos	13
Economía local	Establecimientos productivos	17,220
	Establecimientos industriales	6.00%
	Establecimientos comerciales	32.20%
	Establecimientos de servicios	19.70%
	Otras establecimientos	42.10%
		5.90%

Cuadro 1. población

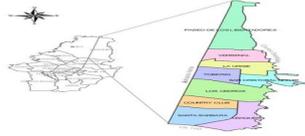
Participación en la economía

*En base a la anterior tabla tenemos*

Que de **469.635** personas en la localidad de Usaqué

51.221 personas del sector santabárbara el 30% asisten a las ferias artesanales (15.366 personas)

**Mapa de la localidad de Usaqué.**



Fuente: DANE

### Asignación proporcional de los 2 géneros

<b><i>nuestra población</i></b> <b>Estrato/genero</b>	<b>Hombres</b> <b>45%</b>	<b>mujeres</b> <b>55%</b>	<b>total</b>	<b>corresponde a</b>
<b>Estrato 4</b>	1417	1732	3150	20.50%
<b>Estrato 5</b>	1607	1965	3573	23.30%
<b>Estrato 6</b>	1569	1918	3488	22.70%

Fuente DANE, SPD

### Consumidor final

Amas de casa, estudiantes, trabajadores dependientes e independientes y pensionados con ingresos económicos iguales o mayores a un salario mínimo legal vigente, personas de carácter y poder para decidir, de gustos marcados, persuasión visual, atracción por lo atrevido, aventurero, arriesgado. Que vivan en el estrato socioeconómico número 3, 4,5 y 6 que les guste el arte.

### Tamaño del mercado

Según la cámara de comercio de Bogotá, existen en la ciudad, un total de 28.433 pymes las cuales están categorizadas en los diferentes tipos de constitución legal del comercio Colombiano.

<b>CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DE LOS</b>	<b>MERCADOS DE LOS CONSUMIDORES</b>
<b>CRITERIOS DE SEGMENTACION</b>	<b>SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO</b>
<b>geográfico</b>	
Región	Usaquén territorio local Urbana- rural
Clima	Todos los climas
<b>Demográfico</b>	
Ingreso	Promedio \$ 1200600- \$2500000
Edad	De los 25 a 45 años de edad
Genero	Hombre, Mujer
Ciclo de vida familiar	Jóvenes, y personas adultas

La siguiente grafica muestra el total de empresas según su organización jurídica y tamaño en la ciudad de Bogotá:

ORGANIZACIÓN JURÍDICA	Tamaño				Total
	Microempresa	Pequeña	Mediana	Grande	
Empresa Unipersonal	10714	819	52	6	11591
Empresas Asociativas	163	10	1	0	174
Persona Natural	148127	3467	283	31	151908
Sociedad Anónima	6004	4539	2616	1136	14295
Sociedad Colectiva	30	10	4	1	45
Sociedad en Comandita	215	283	107	31	636
Sociedad en Comandita	2630	1625	279	32	4566
Sociedad Extranjera	412	189	137	87	825
Sociedad Limitada	44661	12230	1782	211	58884
<b>Total</b>	<b>212956</b>	<b>23172</b>	<b>5261</b>	<b>1535</b>	<b>242924</b>

Fuente: Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Bogotá.  
Cálculos: Dirección de Estudios e Investigaciones, Cámara de Comercio de Bogotá.

Figura 4

Los porcentajes de participación de acuerdo al tamaño de las empresas se ven representados en la siguiente tabla, donde las pequeñas y medianas empresas, representan el 11%.

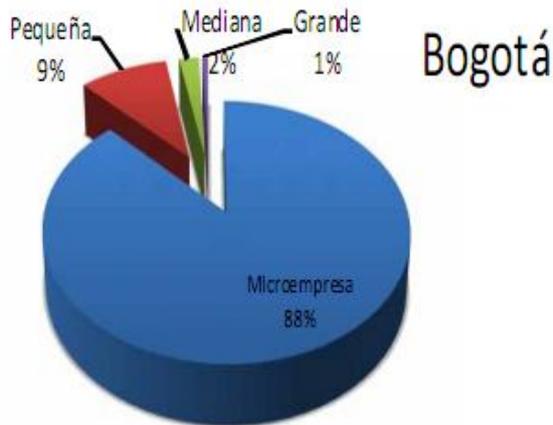


Figura 5

### 3 Identifique el tipo y muestra que usará en su investigación.

Es un tipo de muestreo aleatorio simple donde fue a la asar donde al tabular salió este perfil de estratos 3, 4,5 y 6 y cumplen con el rango de edad los 25 a 45 con una personalidad que expresen y muestren un gusto por las artesanías, que usen este producto exhibiéndolo en cualquier lugar por ahora residentes en la localidad de



Usaquén también de a nivel sociocultural un medio que ven las manualidades una experiencia de arte y la contemplación de lo estético.

### **Pasos para realizar la encuesta**

- identificar la población hacia el grupo al que se dirigirá ARTPLASTIC
- expresar cuales son los objetivos por lo que realizaremos la encuesta
- plantear unas preguntas cuantitativas que vallan de la mano con los objetivos
- se realizara la investigación a la población selecta
- tabular los datos y analizarlos para luego buscar estrategias y lograr los objetivos.

### ***Pasos para un muestreo aleatorio simple***

- i. se determina el tamaño de la muestra y cuál es el total de la población.
- ii. determinar el número de unidades de análisis que conforman cada estrato.
- iii. multiplicar el valor resultante del paso "b" por la razón obtenida en el paso "a" y el resultado representará el número de unidades en la muestra correspondientes al estrato en cuestión.

### **Otra forma de explicar los pasos para elegir la muestra son:**

Para la encuesta de cuadros artesanales realizada en la localidad de Usaquén en el sector de santa barbará en este año, agosto, con el propósito de estimar los gustos y preferencias de los clientes

- i. Determinar los gustos y preferencias de los clientes
- ii. Población objetivo: Personas mayores en entre los 25 a 45 años. En la localidad de Usaquén sector santa barbará
- iii. Elemento muestra: hombres y mujeres
- iv. Alcance: en la ciudad de Bogotá
- v. Tiempo: 2011
- vi. Marco muestra: Mapa cartográfico de la ciudad de Bogotá Localidad de Usaquén
- vii. Seleccionar un procedimiento
- viii. Definir el tamaño de la muestra



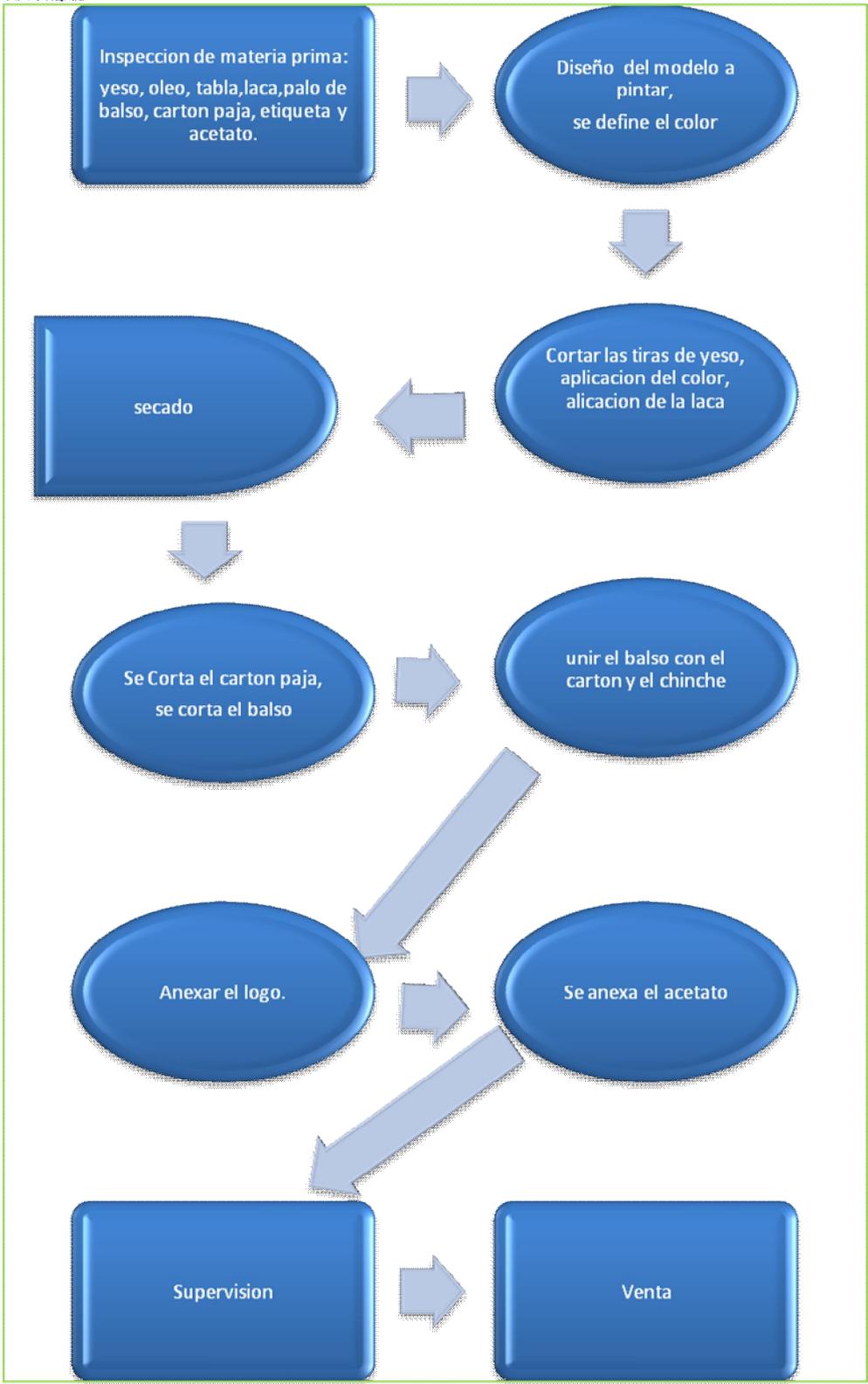
- ix. Seleccionar las unidades muestrales: en este caso se van a definir el método aleatorio simple.

### **Proceso de Producción Art Plástico**

#### **Descripción del proceso de la fabricación de las pinturas.**

1. Se coloca varias tiras de yeso
2. Se hace bosquejo de la idea a plasmar
3. Se definir color
4. Se aplica color
5. Se aplicar laca
6. Se deja secar
7. Se toman las medidas del cartón paja y se corta
8. Se toman las medidas del balsa y se corta
9. Se une el balsa y el cartón con chinche
10. Se pega el acetato a la parte superior de la caja  
Se pega un stiker con el logo de la empresa

#### **Diagrama de flujo.**



*Fuente autor*



## *NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS*

### **REQUERIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS PARA LA**

### **ELABORACIÓN DE 62 CUADROS:**

<b>MATERIAS PRIMAS</b>	<b>UNIDAD COMERCIAL</b>	<b>CANTIDAD REQUERIDA</b>
<b>Yeso</b>	paquete	81
<b>Oleo</b>	caja	4
<b>Tabla (triplex)</b>	Lámina	1,125
<b>Laca</b>	frasco	4
<b>palo de balso</b>	unidad	65
<b>cartón paja</b>	unidad	62
<b>Etiqueta</b>	unidad	62
<b>Acetato</b>	unidad	62

Fuente: autor



*Costo de producción para un cuadro*

<b>NOMBRE DEL INSUMO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD PARA UNA UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>
YESO	PAQUETE	1,5	\$ 1.050
OLEO	CAJA	0,06	\$ 870
TABLA (TRIPLEX)	LAMINA	0,02	\$ 691
LACA	FRASCO	0,06	\$ 1.020
PALO DE BALSO	UNIDAD	1,2	\$ 720
CARTÓN PAJA	UNIDAD	1	\$ 200
ETIQUETA	UNIDAD	1	\$ 100
ACETATO	UNIDAD	1	\$ 250
<b>Total</b>			<b>\$ 4.901</b>

*Fuente: autor*

El costo de la materia prima de cada cuadro es de \$4.900



*Plan De Producción*

DESCRIPCIÓN	VENTAS	INV. INICIAL	INV. FINAL	PPTO DE PRODUCCIÓN
CUADROS ARTESANALES	744	0	20	764
<b>TOTAL</b>	<b>744</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>764</b>

**PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN DEL AÑO 2**

DESCRIPCIÓN	VENTAS	INV. INICIAL	INV. FINAL	PPTO DE PRODUCCIÓN
CUADROS ARTESANALES	772	20	25	777
<b>TOTAL</b>	<b>772</b>	<b>20</b>	<b>25</b>	<b>777</b>

**PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN DEL AÑO3**

DESCRIPCIÓN	VENTAS	INV. INICIAL	INV. FINAL	PPTO DE PRODUCCIÓN
CUADROS ARTESANALES	801	25	30	806
<b>TOTAL</b>	<b>801</b>	<b>25</b>	<b>30</b>	<b>806</b>



**PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN DEL AÑO 4**

DESCRIPCIÓN	VENTAS	INV. INICIAL	INV. FINAL	PPTO DE PRODUCCIÓN
CUADROS ARTESANALES	831	30	35	836
<b>TOTAL</b>	831	30	35	836

**PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN DEL AÑO 5**

DESCRIPCIÓN	VENTAS	INV. INICIAL	INV. FINAL	PPTO DE PRODUCCIÓN
CUADROS ARTESANALES	862	35	40	867
<b>TOTAL</b>	862	35	40	867

Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón

**GASTOS GENERALES**

<b>PRESUPUESTO DE VENTAS EN UNIDADES</b>						
NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
CUADROS ARTESANALES	744	772	801	831	862	<b>4.010</b>

Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón



### Inventario en cantidades

<b>AÑO 1</b>		<b>AÑO 2</b>	
INVENTARIO INICIAL	0	INVENTARIO INICIAL	20
INVENTARIO FINAL	20	INVENTARIO FINAL	25
<b>AÑO 3</b>		<b>AÑO 4</b>	
INVENTARIO INICIAL	25	INVENTARIO INICIAL	30
INVENTARIO FINAL	30	INVENTARIO FINAL	35
<b>AÑO 5</b>			
INVENTARIO INICIAL	35		
INVENTARIO FINAL	40		

Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón

### REQUERIMIENTO DE MATERIALES

MAXIMO 10 ARTICULOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD PARA	COSTO UNITARIO
		UNA UNIDAD	
YESO	PAQUETE	1,50	\$ 700,00
OLEO	CAJA	0,06	\$ 14.500,00



TABLA (TRIPLEX)	LAMINA	0,02	\$ 34.530,00
LACA	FRASCO	0,06	\$ 17.000,00
PALO DE BALSO	UNIDAD	1,20	\$ 600,00
CARTON PAJA	UNIDAD	1,00	\$ 200,00
ETIQUETA	UNIDAD	1,00	\$ 100,00
ACETATO	UNIDAD	1,00	\$ 250,00

Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón

### Servicios públicos

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
ARRENDAMIENTO	2.400.000,00
ACUEDUCTO	360.000,00
ENERGIA	300.000,00
TELEFONO	432.000,00

Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón





DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT./UNIDAD	COSTO		AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
			UNITARIO						
YESO	PAQUETE	1,5	700		94.500	103.600	114.100	125.300	137.900
OLEO	CAJA	0,06	14.500		87.000	101.500	116.000	130.500	145.000
TABLA (TRIPLEX)	LAMINA	0,02	34.530		69.060	103.590	138.120	172.650	207.180
LACA	FRASCO	0,06	17.000		102.000	119.000	136.000	153.000	170.000
PALO DE BALSO	UNIDAD	1,2	600		64.800	71.400	78.600	86.400	94.800
CARTÓN PAJA	UNIDAD	1	200		18.000	19.800	21.800	24.000	26.400
ETIQUETA	UNIDAD	1	100		100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
ACETATO	UNIDAD	1	250		22.500	24.750	27.250	30.000	33.000
0	0	0	0		0	0	0	0	0
0	0	0	0		0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>					557.860	643.640	731.870	821.850	914.280

Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón

### PUNTO DE EQUILIBRIO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>COSTOS FIJOS</b>	35.830.870	35.830.870	37.150.702	38.488.733	39.475.801	40.949.326
<b>COSTOS VARIABLES</b>	-	14.834.462	14.830.007	15.384.224	15.958.026	16.553.082
<b>COSTOS TOTALES</b>	35.830.870	50.665.332	51.980.709	53.872.957	55.433.827	57.502.408
<b>VENTAS TOTALES</b>	-	52.196.261	56.106.164	58.157.356	58.170.384	58.182.898

Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón



## FORMULAS

### MARGEN DE CONTRIBUCIÓN EN UNIDADES

MC1= PRECIO DE VENTA UNITARIO - COSTO VARIABLE UNITARIO

MC1=	70.156	19.417	-	50.739
------	--------	--------	---	--------

### PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

PE1= COSTOS FIJOS TOTALES / MC1

PE1=	35.830.870	50.739	706,17	UNIDADES
------	------------	--------	--------	----------

### MARGEN DE CONTRIBUCIÓN EN PESOS

MC2= (VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL) / VENTAS TOTALES

MC2=	52.196.261	14.834.462	-	52.196.261	0,72
------	------------	------------	---	------------	------

### PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS

PE2= COSTOS FIJOS TOTALES / MC2

PE2=	35.830.870	0,72	50.057.478	PESOS
------	------------	------	------------	-------

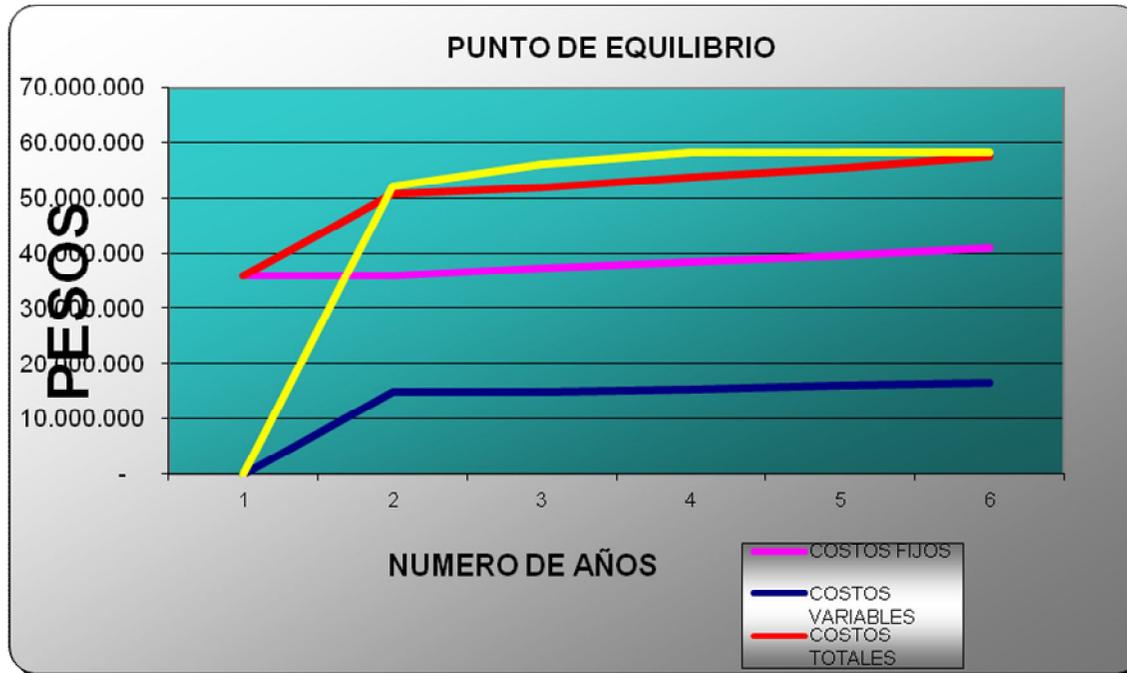
### PRUEBA

PE2/PE1= PVU	70.885
--------------	--------

Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón



## PUNTO DE EQUILIBRIO GRAFICA

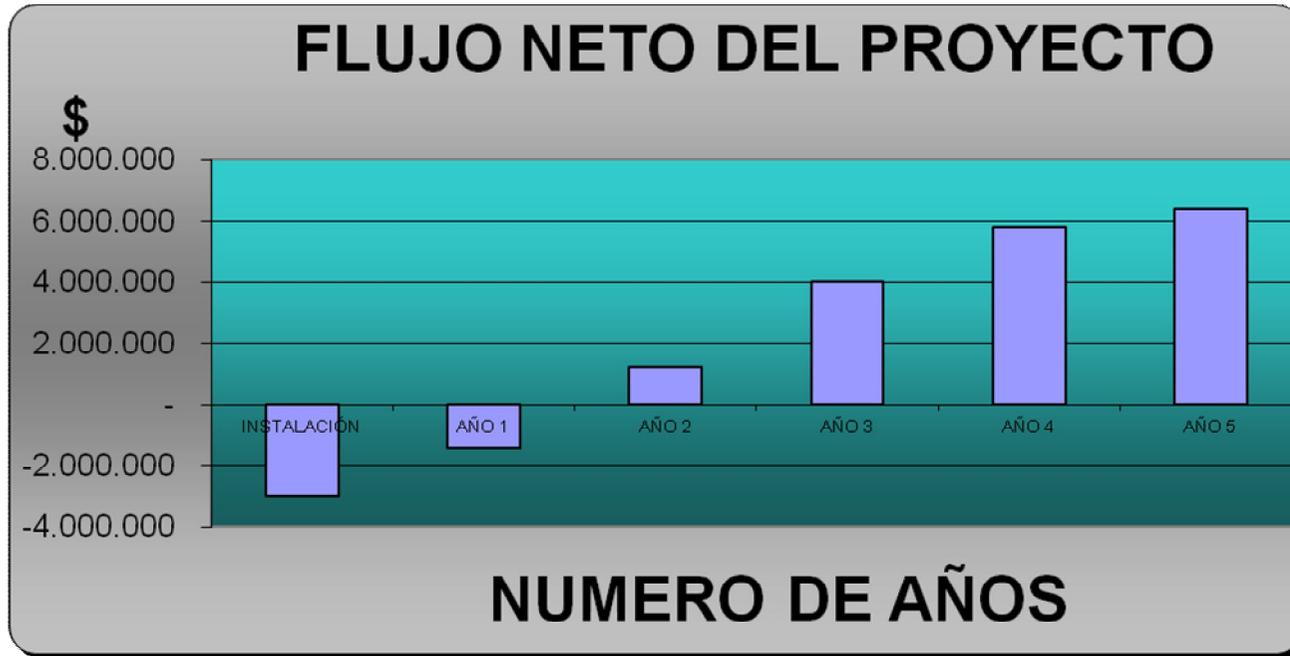


Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón

## FLUJO NETO DEL PROYECTO DE INSTALACIÓN

FLUJO NETO DEL PROYECTO INSTALACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-	-	1.244.717,30	4.012.736,86	5.831.248,63	6.387.418,92

Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón



Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón

#### VENTA DE COSTOS

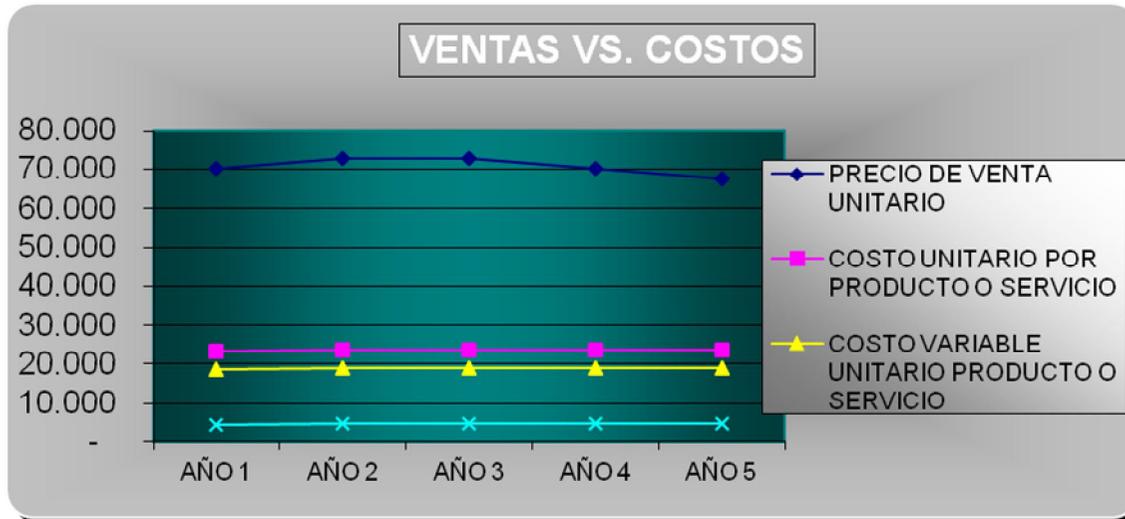
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO DE VENTA UNITARIO	70.156	72.676	72.606	70.000	67.498
COSTO UNITARIO POR PRODUCTO O SERVICIO	23.311	23.678	23.639	23.642	23.647
COSTO VARIABLE UNITARIO PRODUCTO O SERVICIO	18.687	18.963	18.964	18.966	18.971
COSTO FIJO UNITARIO POR PRODUCTO					



O SERVICIO	4.625	4.715	4.675	4.675	4.676
------------	-------	-------	-------	-------	-------

Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón

### VENTAS Vs COSTOS



Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón



## **Fondo emprender**

Es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por alumnos del SENA que haya finalizado la etapa lectiva de un programa de formación, alumnos o egresados de cursos del SENA en el programa jóvenes rurales y línea de formación de líderes del desarrollo, estudiantes que se encuentren cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994, personas que hayan concluido materias dentro de los últimos doce (12) meses, profesionales universitarios cuyo primer título haya sido obtenido durante los últimos 24 meses, estudiantes o egresados que se encuentren cursando especialización y/o maestría que hayan culminado y obtenido la certificación dentro de los últimos 12 meses. Las condiciones de beneficiarios del Fondo Emprender se establecen ampliamente en el Acuerdo 004 del 26 de marzo del 2009.

Dada la anterior reseña, donde se describe la característica general para aplicar al fondo emprender, él equipo de art plastic aplica para la postulación del plan de mercados en busca de la financiación de sus operaciones iniciales...

El fondo emprender cuenta con cuatro etapas para el proceso de selección de procesos, estos son los siguientes:

1. Formulación del plan de negocio
  - a. Registro y Asesoría
  - b. Aprobación Técnica
  - c. Presentación a Convocatoria
  
2. Evaluación y asignación de recursos
  - a. Evaluación del plan de negocios
  - b. Asignación de recursos
  - c. Legalización del contrato
  
3. Ejecución
  - a. Ejecución del plan de negocio



- b. Seguimiento y acompañamiento
- c. Evaluación de indicadores de gestión
- d. Decisión sobre reembolso de recursos

### **Fondo premio Santander al emprendimiento**

El banco Santander lleva a cabo una convocatoria la cual tiene como finalidad, la financiación de ideas de emprendimiento, ciencia e innovación. Art plastic se presentara a este premio por medio de su segmento de emprendimiento, el cual tiene como característica principal ser estudiante de pregrado o posgrado de una institución de educación superior en Colombia, presentar ante el ente regulador un plan de negocios en el cual se especifique y se de desarrollo a un plan de negocio. Existen dos modalidades para participar del proceso, en la modalidad industrial y la modalidad de servicios donde aplica la organización y su objeto social, en esta categoría pueden participar todos los planes de negocio que se relacionen con la venta de servicios, entendidos como bienes intangibles que se suelen producir y consumir al mismo tiempo. Aquí clasifican tanto las industrias que provean exclusivamente servicios, como las que apoyen la producción de los bienes o de industrias autónomas para la producción de servicios.

Existen 4 premios los cuales de acuerdo al orden ascendente de ganadores reciben un monto económico para la implantación de la idea de negocio, los premios se catalogan de la siguiente manera:

Primer lugar modalidad Servicios: \$35.000.000\*\*

Segundo lugar modalidad Servicios: \$15.000.000.

En las páginas de internet de las anteriores entidades financiadoras de proyectos de emprendimiento, se debe descargar el modelo de plan de negocios exigidos, diligenciarlos y presentarlos respectivamente, donde estas lo indiquen y como lo indiquen.

### **Especificación de producto**



Los productos que pretende elaborar Art Plastic serán 100% artesanales hechos a mano, los diseños que Art Plastic maneja son figuras abstractas, diseños contemporáneos, según las tendencias de nuestro segmento de mercado.

En nuestra empresa no se utilizara tecnología en cuanto a maquinarias, porque el producto que se pretende comercializar es 100% manual.

Art Plastic contara con un software para inventarios, compras, financieros y producción.

### **Estudio Administrativo**

En Este capítulo se establecerá los criterios de cultura organizacional de Art Plastic, se diseñara y se realizara la descripción de las actividades de cada área de la empresa, las políticas del personal e institucionales de Art Plastic.

#### **Objetivo General en las actividades**

Definir y determinar los aspectos legales y jurídicos con el fin de actuar frente los parámetros legales del gobierno Colombiano.

#### **Objetivos Específicos en las actividades**

- Establecer una adecuada distribución de responsabilidades
- Definir las actividades de cada área de la empresa

### **ORGANIGRAMA**



**Fuente: autor**



## **Funciones Perfil cargo**

- **Gerencia General:** José Medina

Es el encargado de seleccionar el personal a través de detectar la necesidades y planes de formación del mismo Se encarga de analizar la parte de lo presupuestado anual y se quedan desarrollando los objetos comerciales.

Esta Área de la empresa se encargara de la administración, el control y el desarrollo económico de esta.

### **Las funciones Específicas de esta Área son:**

- Coordinar los Equipos de trabajo
- Llevar el direccionamiento de la empresa
- Definir los objetivos y las metas de la empresa y así mismo determinar cómo se van a cumplir
- Determinar y planear la proyección de la empresa y la industria
- Controlar la ventaja competitiva empresarial

**Requisitos:** tener una clara definición y asignación de lo que desempeña de cada área.

- **Área de Mercadeo:** Adriana Quintero

Esta Área se encargara de las estrategias de mercadeo como publicidad, promoción y las ventas con el fin de posicionar y se reconocidos en el mercado

- Es encargada de la parte publicitaria y desarrolla estrategias comerciales que intervengan con la imagen corporativa de la empresa
- Se encarga de seleccionar el personal a través de detectar la necesidades y planes de formación del mismo
- Desarrollar las propuestas comerciales
- Tiene la función de distribuir mediante anuncios ideas o productos de carácter comercial con el fin de vender un servicio
- En la organización esta toma liderazgo para apoyar en las propuestas publicitarias

Las funciones Específicas de esta Área son:



- Elaborar estrategias de promoción, publicidad.
  - Analizar e investigar el mercado para observar nuevas tendencias y cambios
  - Desarrollar estudios de mercado para así identificar nuevos nichos de mercado
- **Cargo:** asesor comercial y publicista
- **Requisitos:** Inventario llevando un control de las propuestas y requerimientos esta área
- **Tiempo:** semanal

### **Elaborar un plan de trabajo**

- generar ideas y promociones que atraigan al cliente y lo acompañen en el proceso de publicidad venta y postventa. Para difundir de manera más rápida el producto.
- evaluar el mercado potencial
- planear el sistema de distribución
- determinar la política de precios (en conjunto con los departamentos de producción y finanzas)
- definir el mercado meta

### **Departamento de Producción: José Alfredo Medina**

Seleccionar la materia prima requerida para la elaboración de cada cuadro, será el responsable de la calidad de los cuadros.

Las funciones Específicas de esta Área son:

- Seleccionar la materia prima
- fabricación y elaboración de obras de arte utilizando estilos variados.
- Definir metas de producción estableciendo puntos críticos así como la forma de medirlos y registrarlos.
- Determinar los niveles de producción con base a la estimación de la demanda
- Ejecuta planes de formación en el personal con el fin de establecer una buena elección.



➤ Elabora los diseños de los cuadros artesanales con relieves

- **Cargo:** operario en el control de calidad
- **Requisitos:** tener los insumos y conocimientos de fabricación necesarios
- **Tiempo:** teniendo un mensual

### **Equipo de Finanzas: Jenny**

Área será responsable de manejar eficientemente las finanzas de la empresa, las operaciones financieras, así como mantener la contabilidad al día y reportar mensualmente los estados financieros al gerente general.

- Se encarga de analizar la parte del presupuestal anual con la que se quedan desarrollados los objetos comerciales
- Es quien orienta sobre la forma de ofrecer las propuestas al mercado para el crecimiento y mejores resultados

Las funciones Específicas de esta Área son:

- Prestar informes como inventarios, estados financieros, indicadores financieros y cuenta en bancos.
- Realizar proyecciones financieras
- Estar al día de pago de impuestos y trámites legales
- llevar un soporte contable teniendo un control de los costos y gastos manteniendo equilibrio.
- Llevar un estado financiero, balance general y flujo de efectivos e indicadores financieros
- Realizar comparaciones con periodos anteriores y proyecciones financieras
- Establecer la estructura legal para la operación de la empresa
- Planear inversiones y relación a futuro con fondo emprender
- Planear y controlar todas las actividades contables y financiera
- **Cargo:** contador publico
- **Requisitos:** tener al día los formatos del balance general y estado P y G.



- **Tiempo:** teniendo un control mensual

### **Recursos humanos: Adriana**

Esta Área se encargara de las relaciones laborales, reclutamiento del personal y adiestramiento, así mismo de las capacitaciones.

- Promover respeto e igualdad de todos los trabajadores
  - Se encargara del proceso de adiestramiento y capacitación del personal
  - Evaluar el desempeño laboral
  - Cumplir con todos los requisitos legales de la contratación
- **Requisitos:** tener pendiente que se cumplan los pagos de nomina incluyendo prestaciones sociales.
- **Tiempo:** teniendo control quincenal y/o mensual.
- Es el encargado de atender las sugerencias o reclamos por parte del cliente con el fin de resolverlos buscando de un acuerdo justo con el cliente
  - Control contratación y capacitación del personal
  - Responsabilizarse de las funciones laborales encargándose que sean cordiales y respetuosos
  - Realiza proceso de inducción adiestramiento y capacitación
  - Evaluar el desempeño del personal

<b>CARGOS O ACTIVIDADES</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>	<b>PREST. SOC.</b>	<b>SUB. TRANSP.</b>	<b>TOTAL</b>
PINTOR	6.427.200,00	3.342.144,00	763.200,00	10.532.544,00
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR ANUAL</b>			
<b>GERENTE</b>	10.532.544,00			
<b>VENDEDOR</b>	10.532.544,00			
<b>HOSTING Y DOMINIO</b>	200.000,00			

Fuente: Datos autor y tablas, formato proporcionado por la profesora Martha obregón.

### **Políticas operativas de la empresa**

Presentar una visión de conjunto de la organización para su adecuada organización.



- Precisar expresiones generales para llevar a cabo acciones que deben realizarse en cada unidad administrativa.
- Proporcionar expresiones para agilizar el proceso decisorio.
- Ser instrumento útil para la orientación e información al personal.
- Servir de base para una constante y efectiva revisión administrativa.

### **Tipos de contratos que se utiliza en la empresa**

- **Contrato fijo;** el personal actual de la empresa están definidos todos con este contrato
- **Contrato indefinido:** no se necesita actualmente
- **Aspectos laborales que se deben considerar**

**Generar empleo con el siguiente Perfil del artesano:** ser ágil en el proceso de los cuadros y Contar con los suficientes conocimientos y creatividad para pintar en oleo y es capaz de desempeñarse dentro de una empresa que produzca diversos cuadros de arte que se pinten, puede llegar a capacitar a personas interesadas.

**El trato del personal:** que se motive con días compensatorios y comisiones donde reciba algo más de su salario.

### **¿Como es el proceso del producto?**

Pintor de los Cuadros- pasos:

- Se toma la tabla y se coloca varias tiras de yeso, hasta cubrirla totalmente
- Se hace el bosquejo de la idea a plasmar
- definir color
- aplicar laca
- se deja secar

### **Aspectos laborales que se debe considerar**

## **ANÁLISIS SOCIAL**

**Costumbres del cliente:** están acostumbrados que cuando compran artesanías se basan en paisajes dando estética que exprese cosas que los clientes gusten



## Ayudar socialmente

- que a futuro el artesano esté dispuesto a mostrar sus conocimientos enseñando técnicas pintar.
- Generar empleo con este perfil del artesano que sepa pintar en oleo y que maneje varios estilos de pintura

### *Conocimiento del artesano*

El artesano tiene la habilidad y destreza de hacer diferentes variedades de estilos ya que permite contemplar el arte con las manualidades hechas en oleo

Año	Tasa de desempleo	Posición	Cambio Porcentual	Fecha de la Información
2003	17,40 %	58		2002 est.
2004	14,20 %	72	-18,39 %	2003 est.
2005	13,60 %	121	-4,23 %	2004 est.
2006	11,80 %	119	-13,24 %	2005 est.
2007	11,10 %	124	-5,93 %	2006 est.
2008	11,20 %	129	0,90 %	2007 est.
2009	11,30 %	132	0,89 %	2008 est.
2010	12,00 %	132	6,19 %	2009 est.
2011	11,80 %	123	-1,67 %	2010 est.

### Fuente dane

**Tasa de desempleo:** 11,8% (2010 est.) 12% (2009 est.)

Esta variable incluye el porcentaje de la fuerza laboral que está sin empleo. Sustancial subempleo es a veces indica

## *ANÁLISIS DEL MEDIO AMBIENTE*

### **AYUDAR AMBIENTALMENTE**



- **REDUCIR** los materiales que estén compuestos por químicos serán reemplazados ambientalmente preferiblemente como el yeso y madera
- **RECICLAR**: están comprometidos al uso de materiales reciclados como yeso reciclable para el relleno del relieve y una laca hecha en aceite

#### **Logros Ecológicos:**

- Rediseño del material utilizado en madera y el yeso etc.
- Reducción del bóxer, colbon
- Pintar mensajes para concientizar la conservación de recurso para ayudar al ambiente

### **ANÁLISIS TRIBUTARIO**

#### **Constitución Empresa Y Aspectos Legales**

El uso de ciertos materiales - oleo específicamente- para las pinturas, deben cumplir con características de fabricación que no afecten o contaminen el producto. El obviar estos requerimientos en la fase de fabricación, provocaría malestar social y multas por parte de entes de control.

### **MARCO LEGAL**

Será una microempresa de sociedad por acciones simplificada, ya que al ser una idea de negocio de un grupo de emprendimiento será constituida como una pequeña empresa.

Según las leyes 590 de 2000, 905 de 2004 y el artículo 75 de la ley 1151 de 2007, sobre mi-pymes se entiende por microempresa, incluidas las fami-empresas, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos de los siguientes parámetros:

- 1) Planta de personal no superior a 10 trabajadores.



- 2) Activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a 500 salarios mínimos legales vigentes.

La ley 1258 de Diciembre 5 de 2008 dispone en su artículo 1o “La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes”

Así mismo la ley dispone:

**ARTÍCULO 2o. PERSONALIDAD JURÍDICA.** La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

- 1o. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- 2o. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;
- 3o. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- 4o. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- 5o. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.



6o. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

7o. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

#### **13.4 Aspectos tributarios, de registro y protección intelectual**

- ✓ Inscripción en el RUT y Secretaría Distrital
- ✓ Responsabilidad régimen común.
- ✓ Expedición de resultados
- ✓ Obligaciones parafiscales, Sena, ICBF y Cajas.

#### **ANÁLISIS ECONÓMICO**

##### **La inflación**

Registró en el año 2010 un crecimiento del 3,17%, superior en 1,17 puntos porcentuales a la registrada en el año anterior (2,00%).

En diciembre de 2010 el IPC presentó una variación de 0,65%

Nos afecta si dado el caso se hace el pago a crédito. Si en ese momento están los costos altos y después de un tiempo por ejemplo de 3 años y se venda tocaría pagarlo al precio inicial.

##### **Inducción**

##### **La persona que realiza la inducción**

Adriana Quintero encargada del departamento de recursos humanos en conjunto con la dirección proceso de inducción presentación de la misión, visión y valores de la empresa carácter del puesto que va a desempeñar la persona a conocer las políticas llevar a cabo una capacitación



## **MATERIAL QUE UTILIZARA EN EL PROCESO DE INDUCCION**

- Se utilizara un computador y video beam para proyectar información específica de la empresa.
- Folletos de información Genérica de la empresa

### **Desarrollo del personal**

La empresa va a tener pocos empleados, tres de los cuales somos nosotros mismos, por lo que entrenaremos a nuestros empleados, recibiremos de parte del pintor el conocimiento de cómo pintar los cuadros de arte.

**Adiestramiento:** Este Proceso de omite puesto que el personal vendrá con habilidades y conocimiento en las labores que van a desempeñar esto se hace para reducir tiempo y costos

**Capacitación:** La realizara el jefe de producción, junto con el diseñador de los cuadros artesanales y el jefe de mercadeo, que son los encargados de la capacitación del vendedor tendrá una duración de máximo dos días.

### **Evaluación del desempeño de los operativos de producción**

**Objetivo semana 1:** elaboración de pinturas

**Objetivo semana 2:** uso de materias primas

**Objetivo semana 3:** trabajo en equipo producción.

**Objetivo del mes:** ser capaz de una mayor producción a fin de satisfacer una mayor demanda

### **Relaciones de trabajo**

La empresa tiene como política un trato cálido y cordial entre todos los empleados, evitar discusiones o diferencias entre ellos, sancionar cualquier tipo de comportamiento en contra de las normas establecidas, como se sabe los tres emprendedores iniciales especialmente la compañera encargada de asesoría comercial tendrá contacto directo con el cliente, lo que proporcionará una visión más clara de sus necesidades



## Trámites fiscales

1. Acudir a la secretaría de hacienda
2. Adquirir un formulario de registro en una papelería
3. Llenarlo con letra de molde ( legible) según lo que pida el folleto
4. Esperar la contestación de que están los datos de alta
5. No tiene costo
6. Para dar de alta a los trabajadores se usa el mismo formato

### La parte Legal para los gastos de puesta En marcha

DOCUMENTO	ENTIDAD	COSTO
Rut	DIAN	• no tiene costo
Certificado de seguridad (Bomberos)	DIAN	\$ 5.706.66
Registro de Información Tributaria ( RIT)	DIAN	• no tiene costo
Registro Mercantil	Cámara de comercio	\$ 58.000
Registro de establecimiento público	Cámara de comercio	\$ 60.000

Fuente: las páginas de las empresas

### Documentos requeridos:

1. Certificado de existencia y representación legal de la sociedad inversionista, expedido por el funcionario competente del domicilio de la sociedad. En caso de tratarse de una persona natural, deberá hacerse llegar una copia del pasaporte o cédula de extranjería.
2. Poder autorizando a un abogado o persona natural para actuar en nombre del inversionista.
3. Definir los estatutos de la sociedad que va a ser constituida.

### PASÓ 2 - Obtención del NIT o RUT para los accionistas extranjeros:



1. Certificado de existencia y representación legal de la sociedad inversionista, expedido por el funcionario competente del domicilio de la sociedad. En caso de tratarse de una persona natural, deberá hacerse llegar una copia del pasaporte.
2. Poder autorizando a un abogado o persona natural para actuar en nombre del inversionista.

### **PASÓ 3 - Protocolizar el contrato en documento privado:**

#### **Estatutos de la Sociedad:**

Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.

1. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;
2. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
3. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
4. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
5. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
6. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.



\* La autenticación del documento genera el pago por cada socio de USD 0,63.

#### **PASO 4- Efectuar el Registro Único Tributario (RUT)**

Este trámite se puede hacer personalmente o a través de apoderado, ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para así obtener el NIT de la sociedad.

El documento privado de constitución, las cartas de aceptación, el NIT de los inversionistas extranjeros, y el formulario adicional para fines tributarios (RUT y NIT si es el caso) diligenciado indicando los impuestos a los que la compañía estará sujeta, deberán inscribirse en la Cámara de Comercio del domicilio de la compañía. Para ello debe diligenciarse el formulario de matrícula mercantil. Dicha entidad expedirá un certificado de existencia y representación legal de la compañía.

La inscripción en la Cámara de Comercio está sujeta al pago del impuesto de registro equivalente al 0,7% del monto del capital de la compañía, y al pago de derechos de matrícula mercantil por un valor de entre USD 13,5 y USD 669 dependiendo del capital.

Dicha inscripción debe renovarse anualmente ante la misma entidad, lo cual tiene un valor de entre USD 13,5 y USD 669 dependiendo del capital.

\*Tasa de Referencia: USD 1 = COP 2.000. Valores para 2010.

#### **PASO 5 - Obtener las cartas de aceptación de los cargos de la sociedad:**

Deberán obtenerse cartas de aceptación al cargo de las personas nombradas en los estatutos de la compañía, cuando haya lugar a cada nombramiento. Dichas cartas deben incluir el nombre completo de la persona que acepta el cargo, el cargo, el tipo documento y número de identificación de la persona y su firma.



## **PASO 6 - Registrar los libros de la compañía en la Cámara de Comercio.**

Toda sociedad deberá tener los libros corporativos y de contabilidad. Entre los libros que se deben registrar se encuentran los siguientes:

1. Libro de registro de accionistas.
2. Libro de actas de la asamblea general de accionistas.
3. Libro de actas de la junta directiva, si hay lugar a ello.
4. Libro diario.
5. Libro mayor de balance.
6. Libro de inventarios

\* Valor de la inscripción para cada libro es de USD 4,5. Valores para 2010.

## **PASO 7 - Abrir una cuenta bancaria en la entidad de su elección.**

Toda compañía debe abrir una cuenta a su nombre en una entidad bancaria. En esta cuenta se hará el depósito del capital por parte de los inversionistas. Para información sobre las entidades financieras en Colombia puede visitar la página de la superintendencia financiera.

## **PASO 8 - Registrar la inversión extranjera en el Banco de la República.**

Una vez efectuada la inversión, es decir una vez se cubra el capital asignado a la compañía, y posteriormente en cada aumento del mismo, deberá efectuarse el registro de la inversión extranjera ante el Banco de la República. El procedimiento de registro de la inversión varía dependiendo del tipo de sociedad. Para información detallada sobre este procedimiento consultar el procedimiento de cómo registrar la inversión.

### **Las políticas de compras**

- Liderando el proceso de relación con proveedores definiendo las mejores propuestas
- Siendo expertos del mercado y sus tendencias
- Colaborando con los socios internos desde una visión global de las necesidades.

### **Política de producto**



- Comprar bajo especificación funcional y no por marca comercial.
- Estandarización de referencias.
- Comprar por costo total (CT)

### **Política de proveedores**

- Cumpliendo los compromisos pactados.
- fomentando la pro-actividad de los proveedores como ventaja competitiva.

### **Política de ahorros**

- Reducción de precio: disminución de precios de compra
- Reducción de costo: en este concepto se incluyen todos los otros componentes de costos de propiedad, a parte del precio.
- Eliminación de costo: se incluyen bajo este concepto todas las acciones promovidas por Compras que eliminen componentes de costo
- Costo evitado: aplica a las contenciones de incrementos de precio propuestos por los proveedores
- Incremento de valor: este concepto aplica a los incrementos de valor o prestaciones que por el mismo precio de compra, se obtienen en una operación

### **• Política de procurement**

- El objetivo de Compras es agilizar el proceso de procurement, tanto interno como externo para conseguir la máxima eficiencia en la relación con proveedores.
- En este proceso se incluyen una serie de pasos con diferentes aplicaciones electrónicas que se resumen en el diagrama adjunto.

### **• Política de sistemas de información**

Permitir una comunicación electrónica fluida a través de una página web entre usuarios y compradores, entre la organización y proveedores, generando y almacenando el mínimo posible de documentación escrita en el proceso.



Para ello se busca maximizar la automatización de la gestión interna del proceso compra y de aprovisionamiento, mediante herramientas de e-procurement.

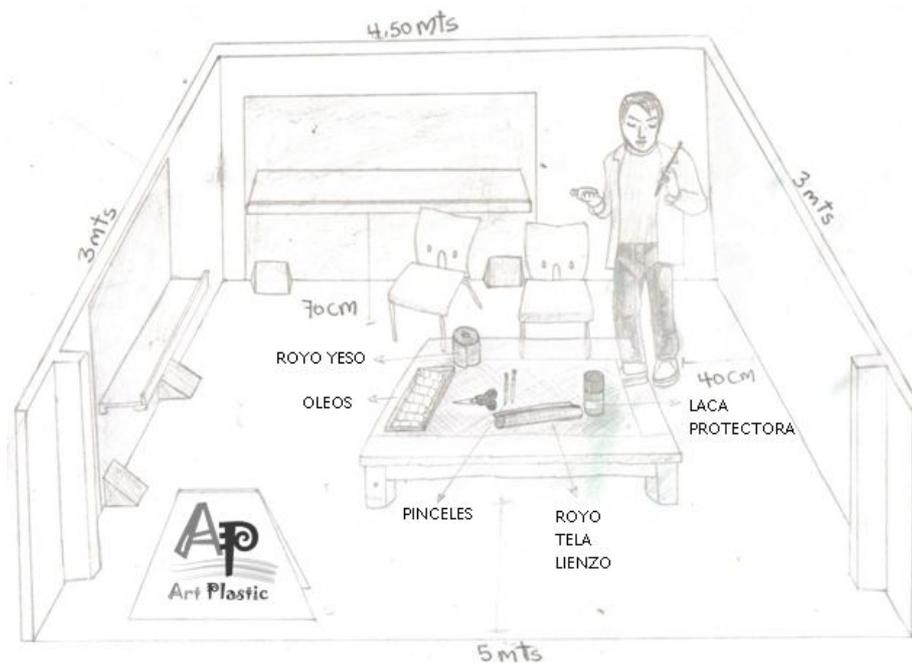
### Política de ventas

- Se hará descuento por volumen de ventas.
- Si el producto presenta deficiencias técnicas, se reconocerá un porcentaje por el defecto o se cambiará el producto.
- Los precios están sujetos a cambios sin previo aviso

### Generación de pedidos y la recepción de factura.

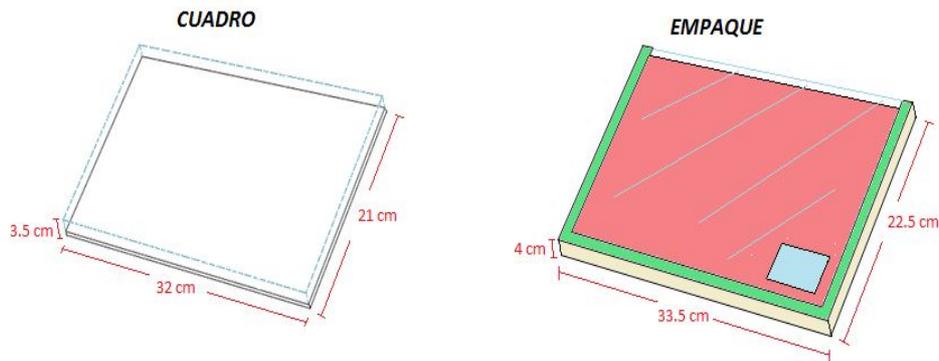
### Infraestructura

Diseño de planta (a escala) para el montaje de la empresa.



Los insumos Se ubicaran en el stand como se ve en el diseño del plano.

## CUADRO Y EMPAQUE IMAGEN



## MATRIZ DOFA

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboración de pinturas por medio de artistas</li> <li>2. Los artistas son expertos en la manipulación de oleo</li> <li>3 manejar pocos son los materiales para presentar producción y gastos generales</li> <li>4. Control de calidad en los procesos de mejoramiento del producto</li> <li>5. Conocimiento del mercado</li> <li>6. Producto con impacto ambiental</li> <li>7.precios competitivos</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 no poder implementar tecnologías directas para el producto</li> <li>2 procesos de producción extenso para hacer los cuadros</li> <li>3.la pintura no resiste factores como el agua el polvo</li> <li>4 Precaución en la elaboración de los cuadros</li> <li>5 Altos costos de intereses para la empresa</li> <li>6 costos altos de la materia prima</li> <li>7 falta de aprovisionamiento de la marca</li> </ol>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ferias artesanales y empresariales en la</li> </ol>	



<p>localidad de Usaquén de arte hechas en oleo</p> <p>2 interés y admiración por las obras de arte hechas en oleo</p> <p>3. Auge de productos artesanales en el país y el exterior</p> <p>4 pocos costos de producción y gastos generales</p> <p>5 el turismo es beneficioso, pues hay más empleos y mas comercio para la venta de pinturas</p> <p>6 alianzas estratégicas</p> <p>7 falta capital del trabajo</p> <p>8 nuevos centros comerciales empresas</p>	<p>1 escasez del recurso de materia prima</p> <p>2. Restricción del uso de cuadros artesanales para niños</p> <p>4 preferencias por artesanías a base de plásticos, recursos naturales y resistentes</p> <p>5 competencia de diferentes mercados artesanales como collares y demás artículos-</p> <p>6. Altos costos de importación</p> <p>7 tendencias del mercado</p>
<p>D.O D407 Identificar una base de datos de proveedores Alianzas estratégicas con los proveedores</p>	<p>DA D1.A5 Diseño de la campaña publicitaria Desarrollo de promoción</p>
<p>F.O <u>F6O1</u> Desarrollo del mercado <u>F7O5</u> Creación de nuevos puntos de venta</p>	<p>F.A <u>F5A7</u> Investigación de mercados para identificar nuevos nichos de mercados F4A6 Investigación de la competencia para la determinación de precios</p>

Fuente: Autor

### Hoja de vida de la Empresa

**Razón Social:** Art Plastic

**Objeto Social:** Producción y Comercialización de cuadros artesanales con relieve

**Dirección:** calle 116 con k7

**Nombre y teléfono de Contacto:** José Medina

Teléfono: 6881570



Celular: 3213434129

**Adriana Quintero**

Teléfono: 6304978

Celular: 3203312967

**Jenny Arévalo**

Teléfono: 4337981

Celular: 3204136902

**Estudio de mercado**

- El mercado local en Bogotá como el público objetivo para la comercialización de Cuadros artesanales.
- Se revisarán las variables como, aspectos demográficos, edad, sexo, aspectos culturales, religiosos, económicos, políticos y sociables para la identificación del nicho de mercado.
- Para este estudio se analizaran páginas como el DANE, Se realizaran 255 encuestas en la localidad de Usaquén de la ciudad de Bogotá

**Objetivo General de la investigación**

Conocer las características del mercado, con el fin de analizar la competencia y el perfil del consumidor a quien le vamos a ofrecer los cuadros artesanales.

**Objetivos Específicos de la investigación:**

1. Determinar si los cuadros son atractivos para el público objetivo
2. Diagnosticar si las personas están dispuestas a comprar las pinturas
3. Determinar cuánto están dispuestos a pagar por las pinturas
4. Determinar si los tres modelos que se ofertarán son aceptados por el público objetivo.

**Análisis del Mercado**

El mercado que pretende producir y comercializar art plastic es el mercado de Bogotá; puesto que se pretende buscar rentabilidad en el mercado local con el fin de asegurar la existencia y la permanencia de la empresa a largo plazo.

Analizando el estudio de mercado se puede decir que el mercado potencial está dirigido a hombres y mujeres entre las edades de 30 a 60 años de edad los cuales son oficinistas y amantes de arte.



El segmento de arte que Art plastic pretende atender es la localidad de Usaquén en el sector de santa barbará.

### Características de la Segmentación de mercado

- Hombres y mujeres estudiantes y oficinistas entre los 30 a 60 años amantes del arte.
- Hombres y Mujeres amantes de los cuadros artesanales.

### Segmentación

<b>Geográfica</b>	
Región	Usaquén-Urbana Local
Clima	Todos los climas
<b>Demográfico</b>	
Ingreso	1.500.000 En adelante
Edad	30 a 45 años de edad
Genero	Hombres y mujeres
Clase social	Clase media y clase alta
Escolaridad:	Enseñanza media y universitaria
Ocupación:	Estudiantes y empresarios
<b>Psicológico</b>	
Personalidad	Sociable, seguro, Autónomo y conservador
Estilo de vida	Persona activa y de negocios
<b>Pictográfico</b>	
Conductuales:	Sensibilidad al precio presentado
Beneficios deseados	Costo, calidad y duración del producto
Tasa de uso	Decoración y exhibición de los cuadros artesanales en lugares como la oficina o la casa

Fuente autor

### % porcentaje de crecimiento industrial arte

Más de 300 000 personas

2002.	2003	2011
2.2%	3.4%	10%

Datos encontrados en el Sdp, Dane, Cámara de comercio



## POBLACIÓN Y MUESTRA

Se tomará la localidad de Usaquéen la cual está compuesta por:

- **Estrato medio:** La población en este estrato (113.167 habitantes) está concentrada principalmente en las unidades de planeamiento zonal de Los Cedros con el 69,2% y Tobarán con el 22,9%.
- **Estrato alto:** De las 72.983 personas que se encuentran en este estrato socioeconómico, el 58,6% se ubican en la unidad de planeamiento zonal de Santa Bárbara, el 18,9% en Usaquéen y el 15,4% en Country Club, representando en su conjunto el 92,9% de la población de la localidad en este estrato.
- **Estrato medio – alto:** Estrato socioeconómico que presenta la distribución más homogénea entre las unidades de planeamiento zonal de Usaquéen, así: Los Cedros (32,9%), Country Club (23,3%) y Usaquéen (22,9%); unidades que agrupan el 79,1% del total (57.704 personas) de este estrato.

La muestra se tomará a partir de un método de muestro probabilístico

$$\begin{array}{r} (1.96) (0.6) (0.9) (469635) \\ \hline (0.06) (469635-1) + (1.96) (0.6) (0.24) \\ = (3.84) (0.29) (469.635) \\ \hline (0.0036) (469634) + (3.81) (0.24) \\ (3.89) (112.712,16) \\ \hline 1690,6870,92 \\ 432814,69 \\ \hline 1691.6 \\ = 255 \end{array}$$

**Fuente autor**

### Análisis de la Competencia

En la localidad de Usaquéen la mayor competencia es en las ferias artesanales ya que hay locales que venden artesanías colombianas como accesorios porcelana, mochilas ya nivel general también venden artículos como cuadros y pinturas artesanales pero a diferencia estas no tienen ningún relieve ya que sus pinturas son solo planas.

### Productos art plastic



Los productos que Art Plastic pretenden producir y comercializar, son cuadros Artesanales con relieve 100% hechos a mano de alta calidad.

Art Plastic maneja artesanías decorativas con gran importancia cultural y económica del país puesto que los cuadros artesanales que Art plastic maneja refleja una faceta de la identidad, cultura y tradiciones de un país.

Art Plastic diseñara nuevos productos partiendo de la pieza principal mejorando las técnicas y materias primas para así asegurar un acceso a nuevos mercados más competitivos y mejorar la demanda de dichos mercados

### **Especificación de los productos**

Los productos que pretende elaborar Art Plastic serán 100% artesanales hechos a mano, los diseños que Art Plastic maneja son figuras abstractas, diseños contemporáneos, según las tendencias de nuestro segmento de mercado.

### **Cuadros abstractos (figuras geométricas)**



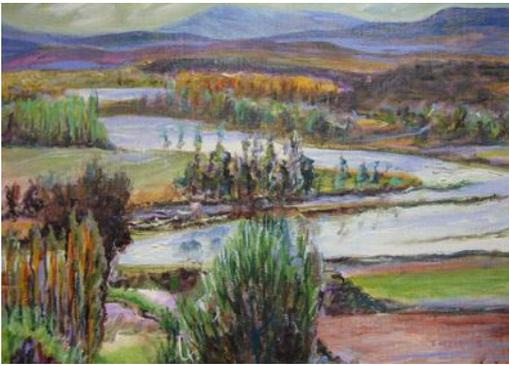
Fuente: Galería de imágenes Google

## Cuadros contemporáneos



Fuente: Galería de imágenes Google

## Cuadros paisajes



Fuente: Galería de imágenes Google

## Replica de objetos



Fuente: Galería de imágenes Google

## Figuras humanas



Fuente: Galería de imágenes Google

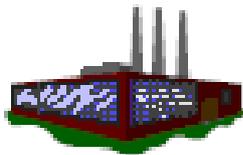
## FICHA TÉCNICA DEL PROYECTO DE ART PLATIC

### CUADRO ARTE CON RELIEVE



Descripción general	ESPECIFICACIONES TECNICAS
<p>Son pinturas artísticas en oleo, plasmadas en un cuadro de madera forrada en yeso con relieve pintando figuras humanas, variedad de paisajes, figuras geométricas y replica de objetos. Los materiales no contaminan el medio ambiente, por ejemplo tanto la madera como el yeso son componentes fáciles de ser degradados por la naturaleza.</p> <p>De acuerdo al estudio de mercadeo que se realizó, los clientes potenciales prefieren de paisajes, el arte de figuras y actual, razón por la cual se optará por este estilo de cuadros. El producto cuenta con relieves que resaltan alguna parte del cuadro con el fin de que el cliente fije su atención en determinadas partes de la pintura.</p>	<p><b>Largo:</b> 21 cm  <b>Ancho</b> 32 cm  <b>Grosor:</b> 3.5 cm  <b>Peso:</b> 2 kilogramos  <b>Tiempo de producción:</b> ½ día  <b>Capacidad de producción mensual:</b> 62</p> <p>Con base a los resultados arrojados en la investigación de mercados, los clientes potenciales prefieren que los cuadros sean de tamaño mediano, por lo que se decidió que la medida será de 32 cms X 21 cms X 3.5 cm. y un peso aproximado de 2 Kg. El empaque consiste en una caja que protege el cuadro durante el transporte del mismo, la cual es hecha con cartón paja, palos de balsa y una lámina de acetato que permite ver el cuadro en el interior de la caja.</p> <p><b>PRECIO EN UNIDAD \$ 70.000</b> c/u</p>

## Canal de distribución



Fabricante



Minorista



Usuario

Fuente: Autor

## Estrategias de Mercadeo

- Ampliar la segmentación del mercado a través de nuevos estudios que permitan satisfacer nuevos nichos de mercado.
- Ampliar el portafolio de productos para así atraer nuevos clientes.
- Introducir nuevos productos que satisfagan necesidades provocadas por cambios en el estilo de vida o nuevas tecnologías.

## Estrategias de precio

### 1. Manejo de los precios de acuerdo a las necesidades del cliente:

Es el mismo independiente del estilo o pintura que el cliente escoja su valor es \$70.000

### 2. Precio basado en la exclusiva del producto, valor agregado

“Mientras más exclusivo sea la pintura, mayor será la discrecionalidad del artesano en la fijación del precio; sin embargo, esta idea es un tanto subjetiva”



1. Art plastic prestará un servicio de exclusiva para sus clientes, aunque se considera que esta estrategia es subjetiva el servicio contratado constara de tres fases como servicios de valor agregado:
2. Creación de diseño a la manera de el cliente, donde a su vez el cliente obtendrá los siguientes beneficios:
  - Evaluación de impacto producto actual.
  - Prueba nueva del diseño a pintar.
3. Envió a maquila pinturas con nuevos estilos llevará a producción las mejores estilos para pintar, acompañando el total de producción y asegurando la calidad en la fabricación del total de las pinturas.
4. Entrega en ferias al cliente las pinturas producidas, el cliente no tendrá que llevar a cabo ninguna labor o tarea de transporte o logística para tener en planta la producción, art plastic llevara a cabo la gestión de trasporte y logística de entrega donde su cliente así lo desee.

El servicio general creara en los precios de la organización valores numéricos en la exclusividad de servicio dado que el contratante realiza el pedido y recibe el pedido en su planta listo para ser utilizado, este proceso genera a art plastic un valor agregado de oferta, dado que la contraparte se limite a rediseñar y fabricar.

### **3. Estrategia de Precio de acuerdo al ciclo de vida**

De acuerdo al ciclo de vida, art plastic se encuentra en lanzamiento, por lo cual los precios dados a los clientes son los expresados en la primera estrategia, sin embargo de acuerdo al crecimiento en el ciclo de vida, la organización implementara nuevas políticas de precio, aumentando los valores de cobro por el servicio.

#### **Estrategia de precio basado en la forma de pago.**



1. Si el cliente contratante de un cuadro de pintura realiza su pago de contado, tendrá un descuento del 10 % sobre el valor total del servicio prestado.

Si realiza el pago a 30 días calendario tendrá un descuento del 5 % sobre el valor total del servicio contratado

2. Si el cliente contratante de un diseño estándar piloto realiza su pago de contado , tendrá un descuento del 3 % sobre el valor total del servicio contratado
3. El cliente podrá realizar sus pagos a 30 o 60 días de acuerdo a lo pactado por las partes, sin embargo al realizar un pago a una fecha mayor a 30 días el cliente perderá el beneficio de descuentos y obsequios dados por art plastic (Afiches, llaveros, calendarios, entre otros)

#### **1.1.1. Control de precios**

El control de precios está a cargo principalmente por la Confederación Colombiana de Consumidores, la cual es una entidad sin ánimo de lucro, cuya finalidad es la de agrupar a los consumidores para la defensa de sus intereses como tales, para luchar contra el incremento del costo de vida y para fomentar la productividad en general.

De igual forma, el Gobierno emite periódicamente el Índice de Precios al Consumidor IPC, el cual es el producto resultante de una investigación estadística de carácter estratégico, que permite medir la variación porcentual promedio de los precios al por menor de un conjunto de bienes y servicios de consumo final que demandan los consumidores en Colombia.

El IPC resulta importante para todos los que ganan y gastan dinero, porque cuando los precios aumentan, el poder de compra del peso colombiano cae. Y cuando los precios caen, el poder de compra del peso se incrementa.

Para entender mejor la naturaleza del IPC, se debe pensar en el índice como una medida del porcentaje de cambio, a través del tiempo, del costo promedio de una gran canasta de bienes y servicios comprados por los hogares de Colombia, manteniendo constante la calidad y la cantidad de los bienes.



La Asociación Nacional de Porcicultores realiza un sondeo semanal de precios telefónico a una muestra o grupo de porcicultores y comercializadores de cada zona: Antioquia, Valle del Cauca, Atlántico y Bogotá, que permite obtener una aproximación del precio promedio nacional, pero que de ninguna manera representa el tamaño del mercado o el universo de productores y comercializadores de cerdo en nuestro país.

A partir del precio emitido por la entidad, muchos productores y comerciantes de mercados pequeños se basan para regular el precio de compra y venta.

## **1 Objetivos de plaza**

Brindar a nuestros clientes un espacio virtual y real por medio del cual puedan acceder a los productos de art plastic conociendo todo lo relacionado a sus procesos en calidad, precios, distribución, y novedades.

### **Estrategias de plaza**

1. Creación página de internet, donde los clientes de art plastic podrán ingresar a un mundo virtual donde de manera interactiva podrán conocer los productos de arte que presta la organización  
En la página de internet [www.artplasticjimbo.com](http://www.artplasticjimbo.com) los clientes visitantes podrán Conocer los diferentes estilos que se pintan.
2. Redes sociales estratégicas y de evaluación, donde en la plataforma de art plastic sus clientes podrán conocer la opinión de las personas acerca de la culturas y los cuadros pintados con diseños novedosos y creativos.

Por estos medios (Facebook, Twitter) y sus herramientas se llevarán a cabo evaluaciones de productos actuales, pidiendo a los seguidores cuenten sus apreciaciones de cuadros o ideas novedosas de pinturas, los clientes por este medio podrán crear un vínculo con la organización, conocer la opinión de los consumidores y sus perspectivas para con las pinturas y por el mismo medio se procederá a re direccionar a los futuros clientes a la página oficial de internet y a planificar una cita entre las partes. (Mayor información estratégica de estas redes en las estrategias de publicidad)



3. Se contara con una oficina de reuniones en Usaquéen el sector de santabárbara, donde se llevaran a cabo las reuniones de cita y presentación de la organización a los clientes de la misma.

En este lugar, el cual es alquilado para juntas art plastic, para los momentos de encuentro con clientes y presentación de sus servicios, se servirá de imágenes, brochures y pendones para crear un clima corporativo donde los clientes se sientan impactados y motivados para conocer y negociar con la organización.

4. Línea especializada de atención al cliente: con los clientes de art plastic que contaran con una línea telefónica nacional donde se podrán comunicar para conocer acerca de la organización y los productos artesanales que esta oferta, en esta línea telefónica un agente del área comercial brindara toda la información necesaria para que los clientes tomen la decisión de hacer parte del grupo de clientes de la organización art plastic, Por medio de esta línea se prestaran todos los servicios de asistencia pre y post durante la prestación del servicio.

### **Estrategia de Distribución**

Art plastic Fabrica y vende sus productos en ferias artesanales:

Se utilizará un Canal directo sin intermediarios

- La distribución de los Cuadros artesanales se hará a través de las cadenas de ferias y tiendas comerciales y artesanales de artículos para el hogar y complementos hechos a mano, dado que es aquí adonde llega el consumidor los artículos decorativos.
- Venta directa en punto de venta con vendedores
- Para el envío de pedidos a clientes se utilizara el servicio de envía y deprisa
- A través de un espacio virtual y real por medio del cual puedan acceder a conocer los productos

### **1.2. Estrategia de promoción**

Art plastic A través material P.O.P. y con ventas directas y participando en diferentes eventos de promoción artesanal. Para poder atraer clientes esto permite además dar a conocer el producto y la marca promocionándolo por medio de folletos, portafolio de producto, estar participando en ferias artesanales.



Por medio de material pop como es el punto de venta a través de la página Web podrá informarse y también darnos y tener opiniones sobre el producto de las pinturas. Para si permitir tener mas sugerencias del cliente de la calidad del servicio y del producto dado por a organización.

### **1.3. Objetivo de la estrategia**

Se espera que la empresa se reconozca tanto por las pinturas como la marca, características y beneficios frente a la competencia con la perspectiva de aumentar las ventas considerablemente. La idea es exhibir los productos y la marca de la empresa. Con esta actividad comenzaremos con la estrategia de posicionamiento.

## **PUBLICIDAD**

### **Objetivos de publicidad**

Dar a conocer la organización por medio de herramientas publicitarias físicas y virtuales, presentado de manera creativa y por imágenes los productos ofertados por la organización.

### **Estrategias de publicidad**

#### **1. Página de internet**

[www.artplasticjimdo.com](http://www.artplasticjimdo.com), página de internet donde los clientes podrán ingresar y conocer las ofertas de los productos de la organización a la vez de sus promociones y descuentos por contratación y forma de pago. En este mismo lugar encontraran toda la información necesaria para contactar la organización y hacer sus pedidos.

#### **2. Redes sociales**

Creación de cuentas en las redes sociales de Facebook, y Twitter, bajo la denominación de art plastic, en estas plataformas la organización interactuara con sus seguidores con el fin de conocer sus necesidades y deseos en cuanto a productos artesanales.



### **3. Boletín mensual**

Envió mensual de un boletín electrónico donde la organización dará a conocer las tendencias mundiales de pinturas culturales,

### **4. Folletos y brochure art plastic**

Se hará llegar a los posibles clientes potenciales de la organización un brochure donde se da a conocer todo lo relacionado a la organización, los beneficios al contra el producto y los descuentos a los que puede acceder.

### **5. Feria y ruedas de negocios**

Art plastic participará activamente en las ferias y ruedas de negocios que organiza la cámara de comercio de Bogotá en la cual se reúnen empresarios de diferentes sectores, a ellos se les dará a conocer la información de la organización y lo relacionado a sus servicios.

### **6. Obsequios**

La organización regalara a sus clientes diferentes accesorios de uso cotidiano con los logos de la misma (esferos, botones, llaveros, pasillos, almanaques etc.).



## PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

### CUADROS CONTEMPORÁNEOS



#### BREVE DESCRIPCIÓN

va con los temas clásicos y culturales de cada nación y región

**Largo:** 21 cm

**Ancho** 32 cm

**Grosor:** 3.5 cm

**Peso:** 2 kilogramos

**Tiempo de producción:** ½ día

### CUADROS DE VARIEDAD DE PAISAJES



#### BREVE DESCRIPCIÓN

paisajes refleja diferentes escenas contextos o entornos

donde se muestra la naturaleza desde diferentes puntos del mundo

dependiendo la cultura y nacionalidad



	para personas <b>Largo:</b> 21 cm <b>Ancho</b> 32 cm <b>Grosor:</b> 3.5 cm <b>Peso:</b> 2 kilogramos <b>Tiempo de producción:</b> ½ día
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS CUADROS</b>	
Los cuadros sean de tamaño mediano, por lo que se decidió que la medida será de 32 cms X 21 cms X 3.5 cm. y un peso aproximado de 2 Kg.	

### *Estrategia De Imagen Corporativa Y Publicidad*

**Figura 1. Imagen corporativa**



Fuente: autor

- Las letras simbolizan el nombre de la empresa de arte con gran pensamiento creativo y con materiales no contaminantes 100% manuales  
Se maneja colores azul y verde según la psicología de los colores:
- Azul: representa una forma de despejar la mente estabilidad profundidad confianza, entendimiento para abrir sus intereses por lo que se pinta
- Verde: representa la naturaleza y va enfatizando mente abierta, va en contra de la depresión; muestra emociones y armonía

FIGURA 2. FOLLETO

**Figuras geométricas**




**Variedad de paisajes**








**Figuras humanas**



**Replica de objetos**



**CARACTERISTICAS PRODUCTO**

- ✓ Los cuadros artísticos tienen una medida 32 cms X 21 cms , grosor de 3.5 cms y un peso de 2 kilogramos.
- ✓ Tiempo de producción ½ día, dos cuadros al día.
- ✓ Los cuadros de arte están hechos en óleo, en lienzo, cartón paja y yeso; cuyos artistas plasman en los cuadros artesanales su expresión de arte e innovación de lo estético.

**INFORMACION BASICA EMPRESA**

*ART PLASTIC tiene como fin elaborar manualidades en cuadros de arte de diferentes motivos, somos una empresa productora y comercializadora de arte.*

*Se tiene variedad estilos como:*

- Figuras humanas
- Variedad de paisajes
- Figuras geométricas
- Replica de objetos

*"Revele su pensamiento creativo y dele vida en el arte"*

**CONTACTO:**  
 José Alfredo Medina  
 Jenny Milena Arévalo  
 Adriana Quintero  
 CLL 152 F nº 118-51  
 Cel: 3213434129



Figura 5 Brochure

<h3>La Empresa</h3> <p>La empresa es una manera de mostrarle a la gente sus pensamientos y como conocimientos artisticos y culturales, en manualidades como cuadros en oleo, esta genera una gran variedad de estilos que los hacen únicos y estos se muestran generalmente en ferias y exposiciones al aire libre .</p>	<h3>¿Que hace la empresa?</h3> <p>Lanzar productos artesanales para que se adapten a las necesidades y gustos del cliente. Se busca la interacción entre el publico y nosotros para esto la empresa hace clases para aquellos que quieran aprender y en un momento dado los necesitemos y podamos contar con ellos y que pongan en practica sus conocimientos aprendidos.</p>	<h3>Explicación del proceso seleccionado</h3> <p>Buscar las ideas en que queremos desarrollar y plantear un esquema de elaboración. Plantear diferentes propuestas. Elegir una de ellas e iniciar una estructura en la que podamos manejar el diseño a la ves que se forme la artesanía en la estructura y se empiece a dar forma. Daremos paso a los detalles finalizaremos poniendo relieve y reafirmando el lado estético.</p>
--	---	---

Fuente: autor

## PÁGINA WEB

Se tiene una página web en el siguiente enlace:

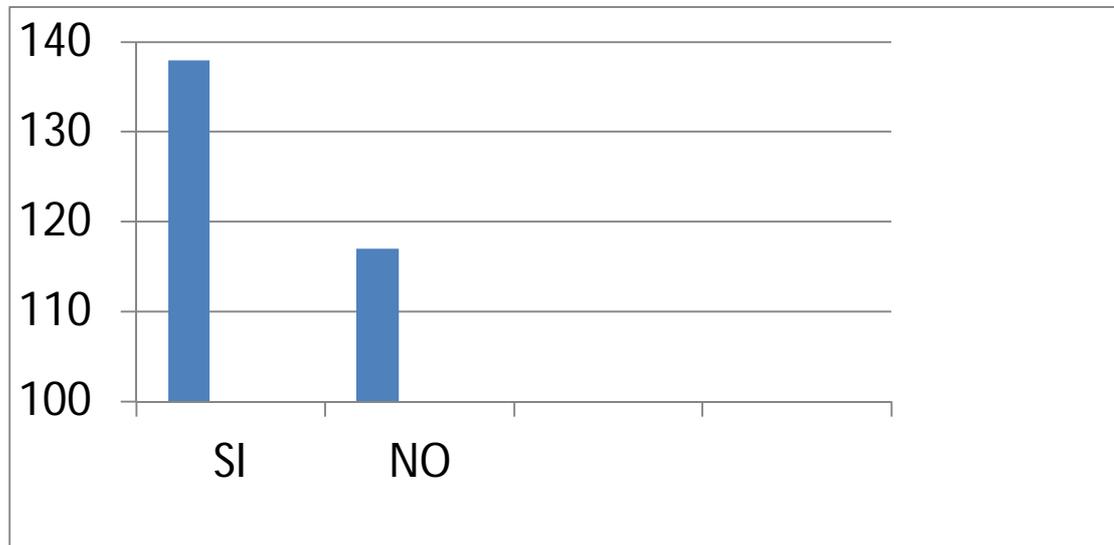
<http://artplasticevolution.es.tl>



Fuente autor

## Resultados investigación de mercados

¿Usted ha comprado algún tipo de arte?



Fuente autor

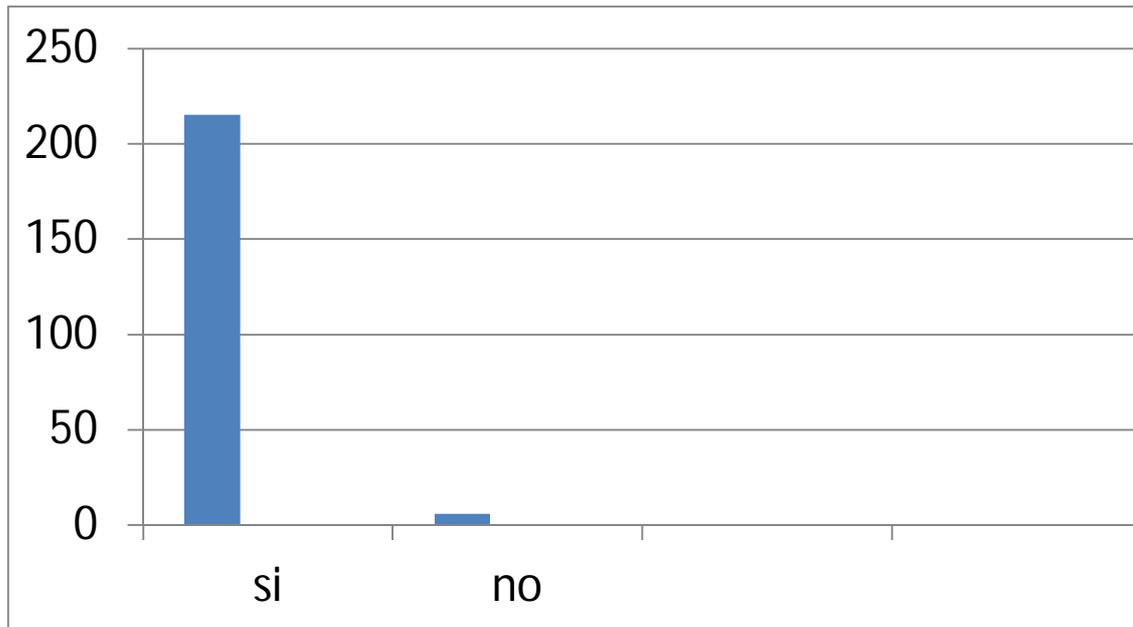
### 3) ¿Qué tipo de arte ha comprado?

Conclusión abierta:

manillas collares `porcelana tejido y escultura cerámica arte navidad, figuras de botero, semillas chaquiras piedras artesanía colombiana y peruana piedras

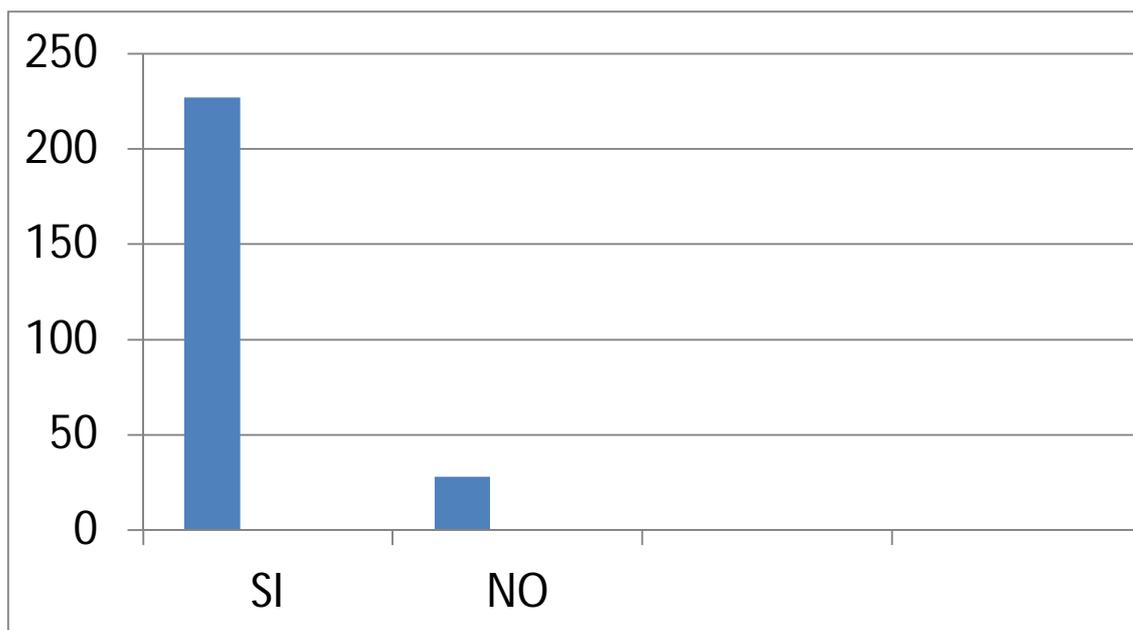
De ese 97% que apoya el gusto por el arte se encuentra manillas collares `porcelana tejido y escultura cerámica arte navidad, figuras de botero, semillas chaquiras piedras artesanía colombiana y peruana piedras y las pinturas que fueron muy llamadas entre tantas artesanías.

### 4) ¿Sabe usted que es una pintura en oleo?



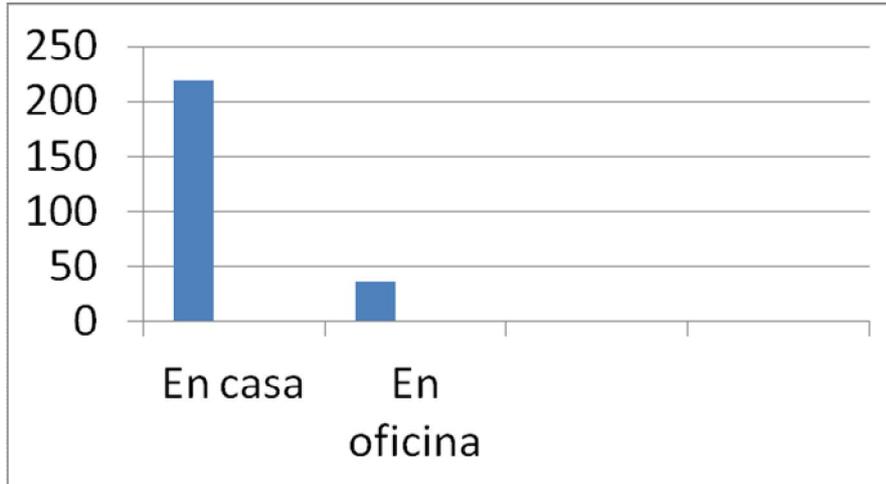
fuentes autor

**5) ¿Usted tiene pinturas?**



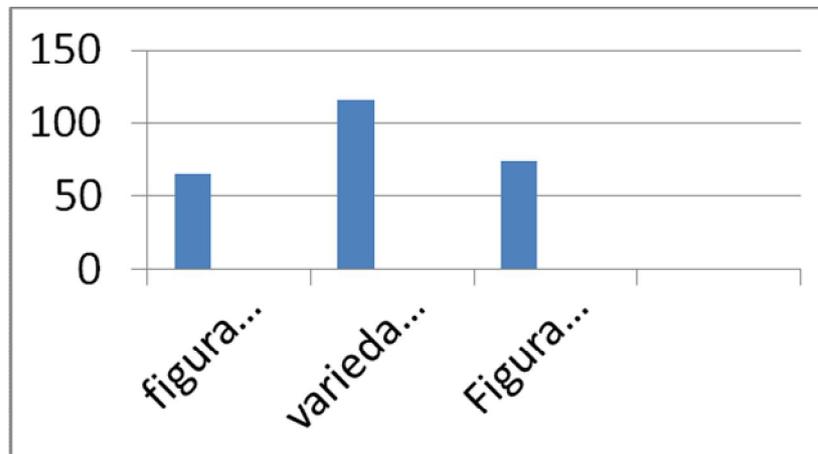
fuentes autor

**5) En caso de responder si ¿Dónde las tiene?**



Fuente autor

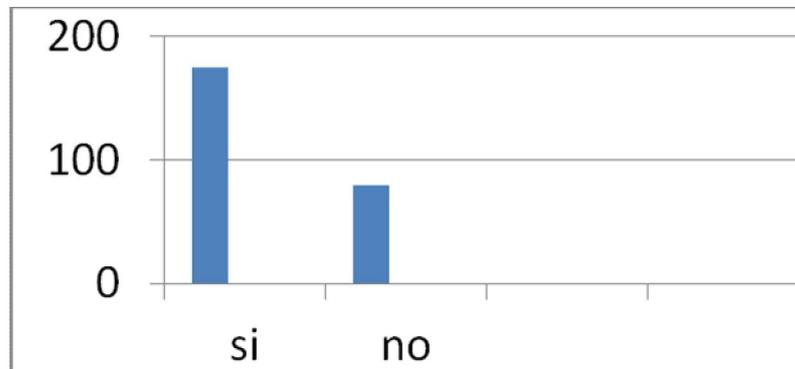
**6) ¿las pinturas que usted tiene son?**



Fuente autor

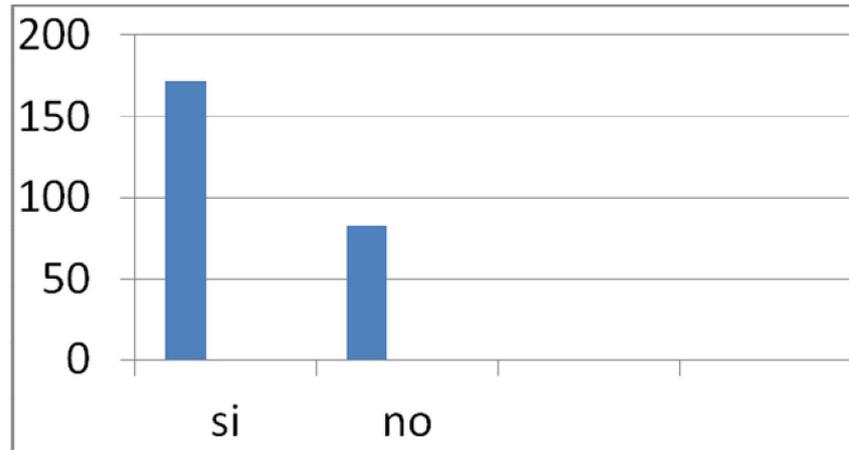
**7) Responda sí o no a las siguientes preguntas**

**¿A usted le gustan las pinturas de figuras humanas?**



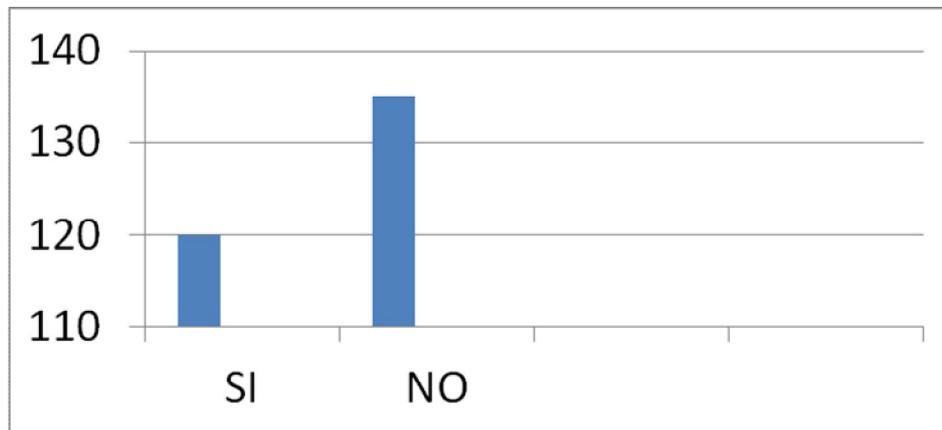
Fuente autor

**¿A usted le gustan las pinturas de variedad de paisajes?**



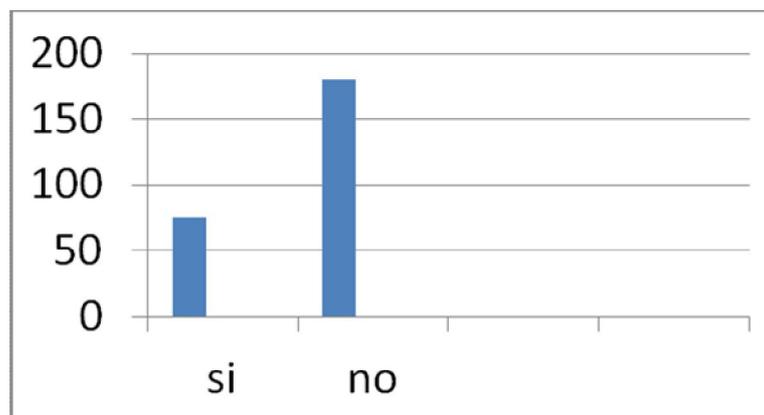
Fuente autor

**¿A usted le gustan las pinturas de figuras geométricas?**



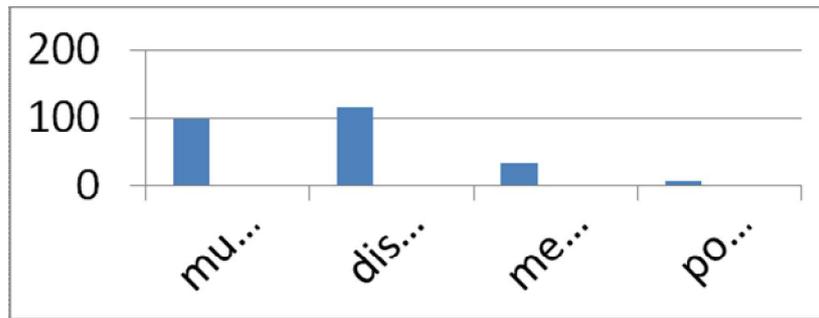
Fuente autor

**¿A usted le gustan las pinturas de réplica de objetos?**



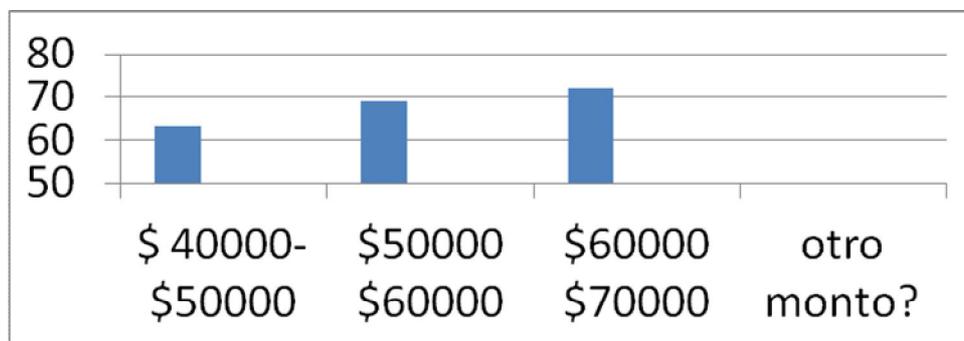
Fuente autor

**8) ¿Si no ha comprado pinturas estaría dispuesto a comprar?**



Fuente autor

**9) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las pinturas?**



Fuente autor

**10) ¿En qué lugar preferiría comprar pinturas?**

Entre los encuestados los mayores resultados fueron ferias y tiendas de arte significa que fue en un adecuado lugar realizar las encuestas y donde más se frecuenta comprar, eventos artísticos que a diferencia de las ferias son temporales pero son los segundos son más demandados, de parques entre menos respuesta los centros comerciales, exposiciones y ventas en museos alrededor de la ciudad.

**ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS**

**1) ¿Usted ha comprado algún tipo de arte?**

El gusto por la artesanías en oleo por parte de los encuestados es evidente según un 97% han comprado algún tipo de arte “SI” mientras el 8% no ha comprado artesanías lo que nos hace pensar que nuestro tipo de arte que son las pinturas puede ser llegar hacer altamente demandado.

**2) ¿Qué tipo de arte ha comprado?**

Conclusión abierta:

manillas collares `porcelana tejido y escultura cerámica arte navidad, figuras de botero, semillas chaquiras piedras artesanía colombiana y peruana piedras



De ese 97% que apoya el gusto por el arte se encuentra manillas collares `porcelana tejido y escultura cerámica arte navidad, figuras de botero, semillas chaquiras piedras artesanía colombiana y peruana piedras y las pinturas que fueron muy llamadas entre tantas artesanías.

### **3) ¿Sabe usted que es una pintura en oleo?**

Según los encuestados este 97% conoce que es una pintura en oleo lo que nos permite abordar este término para el momento en que se dé a conocer al cliente, mientras que el que a pesar 3% no conoce que es una pintura en oleo razón por la que utilizaremos publicidad visual para aquellos compradores.

### **4) ¿Usted tiene pinturas?**

En cuanto a si tiene pinturas en oleo el 89% de los encuestados afirman tenerlas razón por la que ya tenían conocimiento de lo que se pintaba y las preferencias en cuanto a estilos y pinturas dándonos más ideas para tener en cuenta mientras que un 11% no tenía pinturas dándonos cuenta que en algunos encuestados era por falta de interés y en otros por sus elevados costos.

### **5) En caso de responder si ¿Dónde las tiene?**

Sobre la pregunta de ¿donde usted tiene las pinturas en oleo? Nos un 85% los prefieren ubicar en los hogares esto nos da a entender que es más para ambientes hogareños que formales de esa forma asumimos que los estilos que se pinten deben ir acordes mas por ese tipo de ambientes que por los laborales o formales que en este otro punto recae un 15% que podemos pintarlos con poca frecuencia tampoco podemos dejarlo de lado.

### **6) ¿las pinturas que usted tiene son?**

El 48% de los encuestados manifestaron que prefiere que se pinten paisajes con arboles ríos y demás, el 25% optaron por figuras humanas y animales, % figuras geométricas y finalmente el % replica de objetos.

### **7) Responda sí o no a las siguientes preguntas**

#### **¿A usted le gustan las pinturas de figuras humanas?**

Según los encuestados 69,4% le gustan las figuras humanas. Al igual que los encuestados los hemos tenido en cuenta para pintarles

#### **¿A usted le gustan las pinturas de variedad de paisajes?**

según los encuestados 67% le gustan la variedad de paisajes .el que más gusto tiene Al comprar que los encuestados los hemos tenido en cuenta para pintarles

#### **¿A usted le gustan las pinturas de figuras geométricas?**



Según los encuestados 47% le gustan las figuras geométricas. Al igual que los encuestados los hemos tenido en cuenta para pintarles

### **¿A usted le gustan las pinturas de réplica de objetos?**

Según los encuestados 30% le gustan las figuras humanas. el menos gusto tiene al comprar Al igual que los encuestados los hemos tenido en cuenta para pintarle

### **8) ¿Si no ha comprado pinturas estaría dispuesto a comprar?**

Para conocer ¿Si no ha comprado pinturas estaría dispuesto a comprarla? muy dispuesto 39%, dispuesto 45% para los clientes que podremos fidelidad medianamente 13% y finalmente poco dispuesto 3%.

### **9) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las pinturas?**

Para estipular en costo también es importante conocer cuánto estaría dispuesto a pagar el cliente por adquirir las pinturas en oleo \$40000-\$50000 25%, \$50000 \$60000 27%, \$60000 \$70000 28%, 9% en otro monto.

### **10) ¿En qué lugar preferiría comprar pinturas?**

Entre los encuestados los mayores resultados fueron ferias y tiendas de arte significa que fue en un adecuado lugar realizar las encuestas y donde más se frecuenta comprar, eventos artísticos que a diferencia de las ferias son temporales pero son los segundos son más demandados, de parques entre menos respuesta los centros comerciales, exposiciones y ventas en museos alrededor de la ciudad.



## **Conclusiones**

- Al terminar el proceso de desarrollo del trabajo de grado, resultan unas conclusiones que mencionaremos a continuación:
- El sector de Usaquén, en las ferias de santabárbara es una de las zonas más reconocidas y de un estrato socioeconómico propicio para la comercialización de cuadros Artesanales con relieve
- El grado de aceptación por la artesanías en oleo por parte de los encuestados es evidente según un 97% para un “SI” mientras un 3% no apoya el gusto por este tipo de arte
- Se logro elaborar un cuadro artesanal hechos en oleo con estilos nuevos
- Logramos responder los objetivos de investigación de las encuestas
- El lugar más indicado fue sin duda Usaquén por parte del estudio de la segmentación
- Se consiguió como innovar un marco para el cuadro
- el precio de aceptación por los clientes y por la parte financiera fue \$70000

## **Recomendación de clientes**

Es una gran oportunidad para crear empleo y mostrar el talento de la pintura colombiana, nos sirve para decorar cualquier lugar por esta razón vale la pena continuar con el proyecto:

- gran oportunidad para crear empleo
- Mostrar el talento de la pintura colombiana
- Nos sirva para decorar cualquier lugar



## ANEXOS

### 1. Modelo de Encuesta



#### Investigación de mercado instrumento

#### (ENCUESTA)-PROYECTO DE GRADO

#### TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADEO

¡Buenas Tardes! Somos estudiantes universitarios de Mercadeo y queremos poner en marcha una idea de negocio; para poder ofrecerle un buen producto le solicitamos llenar la siguiente encuesta de una manera veraz

Nº ENCUESTA-CUESTIONARIO \_\_\_\_\_

FECHA ENCUESTA \_\_\_\_\_

1) ¿usted ha comprado algún tipo de arte?

A si

B no

Si dice que no agradezca y termine

2) ¿qué tipo de arte ha comprado?

---

3) ¿sabe usted que es una pintura en oleo?

A si

B no

4) ¿usted tiene pinturas?

A si

B no

5) En caso de responder si ¿Dónde las tiene?

A en casa

B en oficina

C ¿otro lugar? .....

6) ¿Las pinturas que Ud. tiene son?



A figuras humanas

B variedad de paisajes

C figuras geométricas

7) Responda sí o no a las siguientes preguntas ¿a usted le gustan las pinturas de?

A figuras humanas

B variedad de paisajes

C figuras geométricas

D replica de objetos

8) ¿Si no ha comprado pinturas estaría dispuesto a comprar?

A muy dispuesto

B dispuesto

C medianamente dispuesto

D poco dispuesto

9) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por las pinturas?

A \$40000 a \$50000

B \$50000 a \$60000

C \$60000 a \$70000

D otro monto?

10) ¿En qué lugar preferiría comprar pinturas

---

Sus respuestas a las preguntas anteriores son muy importantes para nosotros; así mismo, los comentarios que pueda hacer para saber que le gusta, que no le gusta o que le gustaría de los cuadros artesanales, lo cual nos permitirán ofrecerle un mejor producto. \_\_\_\_\_

---

Gracias Por su tiempo. Su colaboración nos será muy útil.

NOMBRE: \_\_\_\_\_ EDAD: 15-30..... 30-45.....  
Más de 45.....

Sexo M \_\_\_ F \_\_\_ LOCALIDAD/ BARRIO \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ ESTRATO: 3 \_\_\_ 4 \_\_\_ 5 \_\_\_ 6 \_\_\_



Correo: \_\_\_\_\_

Ocupación: estudiante \_\_\_\_\_, empresario \_\_\_\_\_ Otros  
¿cuál? \_\_\_\_\_

➤ 2 Cotización de materiales

**PANAMERICANA®**  
LIBRERIA Y PAPELERIA S.A.  
NIT 850.037.946-3

COTIZACION  
123 ALMACEN-23 S.C.O. SUBA PLAZA IMPERIAL  
Teléfono: 5575304

NSM  
R017

CODIGO	DESCRIPCION / REFERENCIA / GRUPO / TEMA	LOC. ALMAC.	CASA EDITORIAL		CANTIDAD		VALOR	
			MARCA / AUTOR	LOC. BODEGA	DESPA.	RECIB.	UNITARIO	TOTAL
15001	ALFONSO FAREL 27 X 16 CM ACOTADO	10000						5,00
15002	ALFONSO FAREL 27 X 16 CM ACOTADO	10000						15,50
15003	ALFONSO FAREL 27 X 16 CM ACOTADO	10000						43,00
ESQ	(10)41,076 (10)89,767 (10)938,019 (20)836,278							4,90
15004	ALFONSO FAREL 27 X 16 CM ACOTADO	10000						6,150
ESQ	(10)8,1961 (25)82,86 / (30)82,741 (10)82,418							1,10
15005	ALFONSO FAREL 27 X 16 CM ACOTADO	10000						1,10
SUBTOTAL:	87,550 (87,550)	5,478 IVA	12,0%					87,550
CLIENTE: 111422424 ASE ALFREDO PEDINA DIRECTOR GEN.								
LOS PRECIOS ESTAN SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO								
OBSERVACIONES:			DESPACHADO POR:		RECIBIDO POR:			

No. DE CONTROL 5159939

- ANALISIS DE INVENTARIO -

Fuente: almacenes panamericana

➤ 3: cotizaciones de muebles y enseres

PANAMERICANA LIBRERIA Y PAPELERIA S.A.  
ALMACEN-23 \*SUBA PLAZA \*  
PEDIDO NRO. 97

CODIGO	PRODUCTO	CANT	VALOR
151267	SILLA INFANTIL	1	79,000
115477	CANECA METALIC	1	17,500
167517	ESCRITORIO CHA	1	269,000

Elaboro : asesor10  
Asesor : GERMAN ANDRES PERALTA  
Fecha : 2011-04-08 19:17:15

Fuente: almacenes panamericana



## Bibliografía

- Carlos E. Méndez A. Editorial Mc Gran Hill. Metodología Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas-
- Carlos A. Sabino. Metodología de Investigación-
- Marco Elías Contreras Buitrago. Formulación y Evaluación de Proyectos - UNAD
- Mario Tamayo y Tamayo- Limosa El proceso de la investigación científica- Noriega Editores
- Stanton, etzel y Walker autores de “ fundamentos del marketing”  
Ricardo romero del libro “marketing

## Referencias de Páginas de Internet

- [http://www.bibliotecavirtual.estasenteusaquillo.com/info/pobreza\\_oculta/tablas/tablas\\_def\\_cap\\_3.pdf](http://www.bibliotecavirtual.estasenteusaquillo.com/info/pobreza_oculta/tablas/tablas_def_cap_3.pdf) DATOS POBLACIÓN
- <http://www.sdp.gov.co>
- <http://www.marketing-xxi.com/etapas-del-plan-de-marketing-136.htm>
- <http://www.rppnet.com>.
- <http://camara.ccb.org.co>
- <http://www.ccb.org.co/>
- <http://www.inviertaencolombia.com>.
- <http://www.google.com.co>