

Pétalos de Rosa

“Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (Stevenson, 2000).

1.1 Introducción: Resumen ejecutivo

El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación (Formichella, 2004, p.03).

Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés entrepreneur (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos (Formichella, 2004, p.03).

El emprendedor siempre busca un fin común, crecer a nivel mundial con su micro o macro empresa, aunque cabe decir que, para llegar a esa meta, primero hay que pasar por diferentes

procesos en donde sin duda alguna existirán miles de barreras, pero, a él buen emprendedor eso no suele quedarle grande.

El emprendedor es un innovador que implementa el cambio en los mercados a través de la realización de nuevas combinaciones que pueden tomar varias formas (Schumpeter, 1934).

En la actualidad la era digital ha adquirido un papel muy importante en cuanto al posicionamiento de una marca, la apertura de nuevas formas de mercadeo como lo son las redes sociales, son los medios para el crecimiento exponencial de la empresa, al momento de difundir información acerca de lo que es la empresa y sus componentes, convirtiéndose en un aliado estratégico del negocio, como dice Berceruelo (2016) “ las redes sociales han abierto un camino de diálogo imprescindible para muchas compañías, pero son un espacio en donde la crítica, el ataque subjetivo y los rumores proliferan con demasiada frecuencia y viralidad. Por todo ello, las empresas deben de trabajar en las redes sociales con seriedad, como en el resto de los trabajos de Comunicación “(p.29).

Es importante destacar que cuando tomamos la decisión de informar a nuestros clientes o accionistas por medio de las redes sociales o web sobre nuestros productos, costos, noticias, actualizaciones etc, debemos hacerlo de manera responsable ya que este nuevo escenario de comunicación y diálogo comercial se debe regir con la misma disciplina que el escenario físico.

Pétalos de Rosa es una empresa de accesorios creada por mujeres y para mujeres, enfocada en la innovación de diseños, llenos de color y vida, teniendo como referente los paisajes y la biodiversidad que nos ofrece un país como Colombia, donde los referentes de la moda están en constante crecimiento.

Es una marca que incursiona en el mundo del emprendimiento con el fin de brindarle un espacio de desarrollo económico y creativo a sus fundadoras. Se comercializa en primera instancia por

medio de las redes sociales, principalmente por Instagram, una red social que sin lugar a duda ha tomado mucha fuerza en el mundo de la era digital, siendo el pilar de muchas empresas a nivel mundial, la cual cuenta con más de 800 millones de usuarios activos al mes, que permite subir y tomar fotografías, con diferentes efectos que logran cautivar la atención del usuario. “Esta red social es la mejor opción ¿por qué? el 40% de las personas responden mejor ante la información visual que ante el texto. Las fotografías y los vídeos son el tipo de contenido que consigue mejor respuesta en redes sociales” (Lavagna, 2017).

Según Lavagna (2017) Instagram brinda un sin fin de beneficios y ventajas a las empresas que posicionan su marca en esta red social, las cuales son:

- Es una plataforma importante para la transformación digital de tu negocio.
- Aumento de la visibilidad de tu empresa.
- Crear engagement con tus usuarios.
- Humanizar tu negocio.
- Generar tráfico de marca hacia tu web.
- Promociona tus productos de forma visual fuera de tu web.

De esta manera surgió Pétalos de Rosa, una empresa que ha sido creada con la intención de posicionarse en la industria de la joyería y la moda, idea que inicialmente surgió a modo de suplir necesidades económicas inmediatas, pero que con el tiempo ha crecido gracias a la unión familiar y el apoyo de externos que creen y apoyan la idea de Pétalos de Rosa como emprendimiento en el sector de los accesorios.

Los accesorios se definen como prendas que complementan tu forma de vestir o en dado caso tu forma de ser y lo que te representa como individuo, los cuales pueden ser, pulseras, colgantes, pañoletas, aretes, anillos, pashminas, zapatos, entre otros.

“Desde que la moda es moda, esta se ha redefinido constantemente a lo largo de su historia, la moda ha servido de ojo captor del momento presente y de lo que estaba por venir. En todas las épocas el ser humano se ha vestido y, desde tiempos ancestrales, los accesorios han formado parte de su indumentaria. Al principio su función era meramente práctica, con los años se han convertido en una forma de expresión de la propia personalidad” (Hidalgo, 2010, p.6).

Su nombre comercial es Pétalos de Rosa y como razón social Pétalos de Rosa S.A.S. la cual permite al empresario contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de los mismos. Nuestra misión es ofrecer a todas aquellas mujeres que aman la moda y las nuevas tendencias, productos innovadores, que logren satisfacer sus necesidades y reflejar el espíritu que caracteriza a una mujer como luchadora, soñadora, creativa e inspiradora.

Pétalos de Rosa crea y comercializa accesorios como pulseras, cadenas, aretes y pañoletas, hechas 100 % a mano, con productos como acero inoxidable, oro golfi, hilo chino, hilo apta, piedras en toda la gama de colores, swarovski y seda. Los accesorios son diseñados por los creadores de la empresa dando como toque insignia la implementación de dijes con significados especiales.

Todos los productos de Pétalos de Rosa transmiten a sus compradores originalidad, personalidad, sutileza, innovación y exclusividad.

Las principales necesidades para llevar a cabo el proyecto, son los insumos que se requieren para la creación de los productos, actualmente contamos con la mayoría de los insumos de bisutería para la creación de estos, con capital económico propio de los creadores de la empresa.

Nuestra misión: Pétalos de Rosa es una empresa creada por mujeres y para mujeres que entrega al mercado productos diferenciados tales como: manillas, aretes, colgantes, pañoletas, para hacer sentir a sus compradoras especiales en este mercado de consumo comprometido con la satisfacción del cliente.

Nuestra visión: Ser reconocidos en el 2021 en el mercado de la moda por haber logrado la implementación de productos innovadores y diferentes que cautivan la atención del cliente, elegidos como una de las mejores empresas del sector de la moda.

Objetivos:

- Ser una de las empresas de accesorios colombianos más reconocida en el mundo de la moda.
- Ofrecer a nuestros clientes productos de calidad con el sello único de co-creación.
- Ofrecer una política de empleo y estabilidad laboral con enfoque de responsabilidad social empresarial.

Valores corporativos:

Integridad

Obramos con rectitud y honradez; cuando hacemos una promesa es porque tenemos la intención de cumplirla. Elegimos hacer lo correcto.

Transparencia

Actuamos apropiadamente, con un comportamiento claro, expresándonos sin dar lugar a interpretaciones, diciendo siempre la verdad.

Respeto

Reconocemos la diversidad, los derechos y las necesidades de cada individuo, tenemos presente sus puntos de vista, valoramos el entorno social y el medio ambiente.

Humanización

Tenemos la mejor disposición para servir, con respeto y dignidad, con un interés legítimo de darles soluciones reales a nuestros grupos de interés.

Compromiso

Cumplimos nuestros deberes con oportunidad y calidad, asumimos las consecuencias de lo hecho y damos más de lo que se espera de nosotros.

Confianza

Generamos una sólida relación con nuestros grupos de interés al ser idóneos y actuar siempre de forma correcta.

Trabajo en equipo

Todos aportamos para ayudar al logro del objetivo común, potenciando los esfuerzos y aumentando la eficacia de los resultados.

1.2 Definición de productos y/o servicios.

En pétalos de Rosa diseñamos accesorios como aretes, pulseras, colgantes, pañoletas hechos 100% a mano, las cuales son diseñadas por los mismos creadores de la empresa, están hechos con materiales como acero inoxidable, oro golfi, hilo chino, hilo apta, piedras en toda la gama de colores, swarovski y seda.

Son accesorios diseñados con base en las tendencias y necesidades que se van enmarcando, pero siempre pensando en innovar y crear productos que reflejen ideas frescas y diferentes, con

diseños llenos de colores, formas y tamaños, que logren cautivar la atención del cliente y sin lugar a duda brindar comodidad.

Portafolio:

Pétalos de Rosa maneja líneas que llevan como nombre diferentes tipos de flores, con la idea de representar de diversas maneras nuestras colecciones, que sin duda alguna tendrán un enfoque, color y textura diferente.

Línea Rosa Roja - Colgante de Swarovski

Esta línea lleva como nombre rosa roja, puesto que está representada como la flor del amor verdadero. Estas piezas están incluidas en este línea puesto que son los primeros productos creados en Pétalos de Rosa, con los que iniciamos este importante emprendimiento.

Foto

Línea Rosa Blanca - Aretes de Pompón

Esta línea lleva como nombre Rosa Blanca puesto que representa la flor de la esperanza.

Los productos que están en esta línea tienen un modelo diferente a la línea anterior, fueron diseñados con la esperanza de tener una cantidad considerable de clientes.

Foto

Línea Rosa Amarilla - Aretes de borla

Esta línea lleva como nombre rosa amarilla puesto que simboliza la amistad, se encuentran los aretes de borla, productos que se pueden regalar perfectamente para una fecha especial como lo son los cumpleaños.

Foto

Línea Rosa Azul - Aretes de aro

Esta línea lleva como nombre rosa azul, puesto que es la rosa de la armonía, la paz y la tranquilidad, aquí se encuentran los aretes de aros, aretes que por su elegancia son perfectos para utilizar en eventos especiales que permitirán reflejar la elegancia de la mujer y la armonía de su cuerpo.

Foto

Línea Rosa Rosa - Manillas para mujer

Esta línea lleva como nombre rosa rosa, puesto que es la rosa que expresa los sentimientos más lindos y profundos, la rosa de la simpatía, la cordialidad y la belleza, quisimos nombrarla de esta manera pues consideramos que va a la perfección con la línea de mujer, pues la mujer Pétalos de Rosa es una mujer con simpatía llena de sueños, luchadora y capaz de conseguir lo que desea.

Foto

Línea Rosa Verde - Manillas Unisex

Esta línea lleva como nombre rosa verde, puesto que es la rosa de de la esperanza y el equilibrio entre cuerpo y mente, en esta línea quisimos incluir las manillas unisex, pues consideramos que en el mundo necesitamos un equilibrio en la humanidad, entre los hombres y mujeres, niños y niñas, ancianos y ancianas y todos aquellas personas que no han definido su sexualidad pero que pertenecen a este mundo, un mundo donde necesitamos un equilibrio espiritual para el crecimiento del mismo.

Foto

Línea Rosa Lila - Manillas de pareja

Esta línea lleva como nombre rosa lila, puesto que es la flor de la felicidad y la eternidad, una rosa ideal para la línea de parejas.

Foto

Línea Rosa Naranja - Manillas de Familia

Esta línea lleva como nombre rosa naranja pues es la rosa de la alegría y satisfacción por los logros conseguidos, quisimos relacionarlo con la línea familiar, pues consideramos que el éxito de cada quien va de la mano de una familia llena de principios, vitalidad y mucho amor.

Foto

Como bien sabemos en la actualidad la moda se ha enmarcado fuertemente, y cada día trabajamos por incorporarnos en ella, pétalos de rosa busca con sus productos suplir las necesidades de los clientes por sentirse parte de esta.

Como política empresarial Pétalos de Rosa propone componentes de satisfacción de necesidades en tres de los cinco aspectos según la teoría de las necesidades de Maslow (Quintero, J, p.2).

Afiliación: Pétalos de Rosa satisficará a sus clientes la necesidad de amistad, afecto e intimidad.

Reconocimiento: Pétalos de Rosa cumplira con el autoreconocimiento de sus clientes con respeto, confianza y éxito.

Auto realización: Pétalos de Rosa ofrecerá en sus productos la satisfacción de creatividad y espontaneidad que sus clientes requiera.

En el mercado existen un sin fin de empresas que manejan esta misma línea de productos, una de ellas es Mercedes Salazar, una empresa de accesorios que se ha catapultado como una de las más grandes y fuertes en el mercado de la joyería a nivel mundial, donde ha tenido participación en los desfiles más importantes del mundo, con diseños diferentes e innovadores, sin embargo, cabe decir que existen una cantidad significativa de empresas de accesorios, que sin duda alguna tienen su forma diferente de creación y comercialización.

Nombre Institución- Marca	Valor diferencial en mercado	Valor diferencial pétalos
Mercedes Salazar	<ul style="list-style-type: none"> ● Joyas de alto costo ● Diseños con materias primas costosas ● Implementación de artículos en marroquinería 	<ul style="list-style-type: none"> ● Artículos de bisutería accesibles ● Diseños con materias primas económicas ● Artículos con productos sintéticos
La chulería	<ul style="list-style-type: none"> ● Productos de bisutería al por mayor 	<ul style="list-style-type: none"> ● Productos de bisutería con una única referencia
Ramé	<ul style="list-style-type: none"> ● Diseños creados para mujeres. ● Publicidad hecha con mensajes que logran destacar en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Diseños creados para todo tipo de público.
Feelings	<ul style="list-style-type: none"> ● Posicionamiento de marca a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Diseños personalizados
Trementina		<ul style="list-style-type: none"> ● Venta Online

	<ul style="list-style-type: none"> ● Tiendas ubicadas en centros comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Posicionamiento de marca en redes sociales.
--	--	---

El punto diferenciador de Pétalos de Rosa partirá del hecho de entender que cada mujer usuaria de nuestros servicios y artículos es diferente, para ello y como fundamentación operativa de la empresa, nuestras clientas tendrán la oportunidad de diseñar su propia pieza, que sin lugar a duda será solo creada y comercializada para quien sea el o la creadora de la misma. Sin embargo, cabe decir, que nuestro fin es permitir que todo tipo de público pueda acceder a cada una de nuestras piezas, donde algunas serán comercializadas de forma masiva y otras únicamente en pocas cantidades. esto según el valor de cada uno de los materiales utilizados para la creación de las mismas.

Pétalos de Rosa generará ingresos producto de la venta de accesorios tales como aretes, pulseras, colgantes, pañoletas, hechos 100% a mano, creados y confeccionados por sus fundadoras, inicialmente las ventas se hacen a través del voz a voz y un perfil en instagram, (https://www.instagram.com/petalos_de_rosaa/) por el cual sus clientas iniciales hacen parte también de su principal referente de mercadeo.

ANEXO 1: TABLAS EXCEL

Al ser Pétalos de Rosa fundada y desarrollada por dos mujeres con gran pasión por la moda, tiene como eje estructural entender que cada clienta que desee obtener nuestros servicios y productos es única y presenta particularidades de gusto, técnica y diseño para sus accesorios, en palabras de la diseñadora Jennie Kwon “*Jewelry has the power to be this one little thing that can makes you feel unique*” en español “*Las joyas tienen el poder de ser esta pequeña cosa que puede hacerte sentir único*” y aunque la palabra único es demasiado abstracta para

materializarla, nuestro fiel compromiso de cumplimiento radica al brindar 100 % de satisfacción sensorial a este adjetivo. Pétalos de Rosa cuenta con una ventaja competitiva y es que las creadoras de la marca comparten el deseo de satisfacción de las necesidades en ámbitos de moda, es por esto que cuando se asesora a la persona en el proceso de co-creación (termino insignia en Pétalos de Rosa) nos damos a la tarea de que el cliente se vaya con un grado de satisfacción lo más cercano al 100 %.

Como punto de partida el primer acercamiento con nuestras clientes será basado en el conocimiento de sus necesidades puntuales, entendiendo así las particularidades de uso del accesorio a adquirir, para que en el proceso co-creativo de los accesorios sean de la plena satisfacción de la cliente.

1.3 Equipo de trabajo y sistema de negocio.

Pétalos de Rosa está conformado por 2 mujeres que se han dedicado a trabajar por el crecimiento de esta empresa, mujeres que trabajan día a día por crecer personal y profesionalmente, apasionadas de la moda y la industria de la joyería, cada una con un desarrollo intelectual diferente, pero con la misma idea de crecimiento para Pétalos de Rosa.

Junta directiva



Presidente



Vicepresidente comercial- servicio al cliente



Vicepresidente financiera

Junta Directiva	Presidente	Vicepresidencia comercial y servicio al cliente	Vicepresidencia financiera
<p>Discutir los principales cambios de la estrategia y la dirección de la compañía, las propuestas importantes y otros asuntos críticos.</p>	<p>Ejercer la representación legal de la empresa.</p>	<p>Concretar los diferentes canales comerciales, la estructura, tamaño y rutas.</p>	<p>Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.</p>
<p>Analizar informes sobre la ejecutoria, señalar áreas de preocupación y sugerir acciones para mejorar.</p>	<p>Apoyar las actividades de la empresa.</p>	<p>Colaborar con el departamento de marketing online para poder posicionar correctamente la web y las redes sociales de la</p>	<p>Registrar operaciones contables y datos financieros.</p>

		compañía.	
Requerir la explicación y justificación, por parte del gerente general, del presupuesto operativo, principales inversiones de capital, adquisiciones y ventas.	Crea estrategias a corto y largo plazo en torno a la comercialización de los productos y los servicios, así como la investigación y el desarrollo de las ofertas actuales y las nuevas.	Diseñar las estrategias de venta.	Buscar fuentes de financiamiento y seleccionar la más conveniente para el emprendimiento.
Asegurarse que la información financiera entregada sea correcta y los controles internos satisfactorios.	Cumplir y hacer cumplir las decisiones adoptadas por la Asamblea y la Junta Directiva.	Responder a una consulta de un cliente o a una queja en un momento determinado.	Llevar balance de las inversiones y ganancias.

Anexo 2. Mapa de públicos Pétalos de Rosa

Aliados	Ventajas
Influencers digitales	<p>En las nuevas dinámicas sociales, el mercadeo acompañado de influencers en redes sociales se vuelve una herramienta fundamental en la comercialización digital.</p> <p>Es por esto que contamos con 3 influencers principales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Luisa Rico: Periodista amante a la moda con más de 700 seguidores en Instagram. - Michele Gutierrez: Modelo con más de 1.400 seguidores en Instagram. - Lina González: Mamá amante a la moda con más de 1.600 seguidores.

1.4 Plan de Mercadeo.

Existen dos tipos de clientes, los clientes directos y clientes potenciales, los clientes directos son aquellos a los que solemos identificar como consumidores y compradores efectivos, los clientes potenciales son aquellos posibles compradores o como bien lo dice la palabra, potenciales, que no cuentan con nuestros producto pero que están interesados en adquirirlo.

Según Muñiz, L, (2017), los clientes potenciales son los que no han realizado compras a la empresa, pero han mostrado interés solicitado información de nuestros productos o servicios, han pedido o se les ha presentado un presupuesto, y que tienen un interés en

realizar compras en un futuro, pudiendo convertirse en cualquier momento en clientes definitivos para la empresa.

Nuestro focus principal y directo es la mujer, pues en Pétalos de Rosa los diseños y productos van enfocado hacia ellas, sin embargo, existen productos que pueden adquirir también los hombres, pues son líneas unisex.

Nuestro tipo de cliente potencial no está definido por clase, razón social, razón socioeconómica, nuestro mercado está abierto a cualquier tipo de población, pues es precisamente lo que Pétalos de Rosa desea.

Nombre	Edad	Estrato	Producto
Vanessa Mendoza	23	3	Manilla / Aretes
Johanna Pita	45	3	Manillas
Alejandra Acosta	26	2	Aretes
Angelica Ramirez	22	4	Manillas
Jessica Barahona	23	4	Manillas
Luz Guayazan	24	3	Manillas/ Aretes
Daniella Martinez	25	3	Manillas/ Colgante
Yessica Arias	27	4	Manillas
Stella Useche	50	3	Manillas

Samuel Bernal	9	2	Manillas
David Bernal	11	2	Manillas
Cristian Bernal	14	2	Manillas
Yaneth Bernal	46	4	Manillas
Juan Alarcon	26	4	Manillas
Alejandro Arias	22	4	Manillas

Según la pirámide de Maslow, el ser humano tiene 5 necesidades básicas para “sobrevivir”, las cuales son, autorrealización, reconocimiento, afiliación, seguridad y fisiología, sin embargo, el ser humano siempre busca sobresalir y buscar algo más allá, que le permita satisfacer las necesidades que los años o la moda han impuesto, eso direccionado hacia cada personalidad o gusto, a la final cada persona define cual su necesidad.

Las empresas buscan desarrollar productos que permitan satisfacer esas “necesidades”, creando estrategias que permitan llamar la atención de los mismos, identificando el por qué, para qué y cuánto este producto podrá satisfacer la necesidad de la persona. “ Sin embargo, el «valor» que contiene el producto sólo puede ser enjuiciado por el cliente. El cliente paga más cuando el producto tiene más valor para él y, del mismo modo, no paga por productos en los que no encuentra valor, es decir, no compra productos en los que no aprecia valor” (Torrecilla,J. 1999, p. 102).

Cada empresa tiene la manera de atraer al cliente y hacer su propia estrategia de marketing, en el caso de Pétalos de Rosa, trabajamos por ofrecerle a nuestros clientes una experiencia, trabajamos porque cada uno de nuestros productos estén hechos con el mayor trabajo y dedicación posible, con el fin de ofrecer un producto de buena calidad, pero más allá de eso, transmitir al cliente un mensaje de unión, sueños, metas, esperanza, amor, esto, por medio de mensajes de “motivación” que son publicadas en nuestra página de instagram y en en cada uno de los productos.

Nuestra competencia inicial es la empresa llamada Feelings quien ha estado en el mercado por aproximadamente 3 años, y quien maneja una línea muy similar a Pétalos de Rosa, es una empresa que ha tomado posicionamiento en muy poco tiempo, ha tenido la oportunidad de participar en varios eventos que permiten conocer los nuevos emprendimientos, su publicidad y fotografía son los valores agregados que permiten a esta empresa tener un mayor número de seguidores.

En Pétalos de Rosa intentamos manejar una línea de accesorios diferente,, con otros colores y otros diseños, adicional a esto, no solo manejamos pulseras sino creamos también, colgantes y aretes, que sin lugar a duda nos permite tener una amplia oportunidad de clientes que buscan más allá que pulseras.

Productos	Pétalos de Rosa	Feelings	Chula Accesorios	Trementina	Ramé
Manilla por unidad	\$ 7.000	\$20.000 \$30.000	\$18.000 \$22.000	\$25.000 \$45.000	\$20.000
Par de	\$15.000	\$39.000			\$39.000

manillas					
Colgantes	\$25.000		\$40.000	\$30.000 \$79.000	\$35.000 \$60.000
Aretes	\$15.000 \$20.000		\$40.000	\$29.000 \$59.000	
Anillos			\$35.000		

Cuando el cliente crea una necesidad y se ve expuesto a consumir un producto que para él es determinante, estará dispuesto a pagar cualquier precio con tal de adquirirlo, sin embargo, cabe decir que pondrá valor a cada aspecto que considere necesario para la compra del mismo, es decir, el servicio, la exclusividad, diseño, innovación en precios, seguridad, experiencia, etc. “Que el precio sea uno de los elementos más vigilados por el cliente supone un reto decisivo para el empresario. Definirlo como un sacrificio que ha de realizar el comprador a cambio de valor contrasta con la dificultad en su fijación” (Viscarri, J, 2011, p. 9).

El método de pago en muchas ocasiones facilita la adquisición del producto, puesto que en varias oportunidades las macroempresas dan la posibilidad de pagar de diferentes maneras, dándole así la posibilidad al cliente de escoger cual es la que mayor beneficio trae a su bolsillo, sin embargo, para las microempresas resulta ser un poco más difícil, ya que en muchas ocasiones estos ingresos son el capital que la empresa requiere para seguir invirtiendo.

Cabe decir que en muchas ocasiones puede resultar más fácil para el cliente pagar de manera puntual, puesto que no tendrá que pagar intereses que posiblemente si tendrá que pagar la persona que decida pagar periódicamente.

Pétalos de Rosa es una microempresa que emprende por medio de un medio digital como Instagram, red social que permite la comercialización del producto, sin embargo, cabe decir que el boca a boca ha permitido que la empresa venda sus productos, cabe mencionar que el propósito de Pétalos de Rosa es crear tiendas en diferentes ciudades a nivel nacional e internacional.

Pétalos de Rosa decide mostrar su mercado por medio de canales digitales (Instagram), puesto que resulta ser un medio de comunicación global, a la cual la mayoría de la población puede acceder.

El segundo impulsor de la globalización, es la utilización de las nuevas telecomunicaciones cada vez más poderosas tal como lo es el Internet. Si las telecomunicaciones permitieron incrementar la globalización, hoy son estas tecnologías que están dictando las reglas de la globalización. ¿Por qué?, Porque el Internet, además de ser un medio de comunicación entre personas o grupo de personas a través del mundo y en tiempo real, es también un medio utilizado para crear y realizar transacciones comerciales (Cailliette, A, 2011, p. 3)

Cabe mencionar que Pétalos de Rosa no solo desea incursionar en el mercado digital, si no que pretende exponer sus productos por medio de ferias y exposiciones, que permitan visibilizar el trabajo y mano de obra de cada uno de los creadores de la marca, en Pétalos de Rosa pretendemos vender al cliente una experiencia, un producto que permita satisfacer la necesidad del mismo.

Nuestro posicionamiento irá de la mano de nuestros clientes, exponiendo su experiencia con nuestros productos, esto permitirá visibilizar la satisfacción del público y así atraer clientes por la calidad de nuestros productos.

Nuestra estrategia comunicativa y de comercialización ira de la mano con empresas que también estén emprendiendo, es decir, crear alianzas con microempresas, que nos permitan tener un mayor crecimiento de clientes para las dos partes, reconocimiento y posicionamiento, más allá de eso invertiremos en publicidad paga por redes sociales y pautas en los medios alternativos que utilicen diferentes universidades.

1.5 Análisis de riesgos

Para la búsqueda de los objetivos estratégicos en el desarrollo de su Misión, Pétalos de Rosa S.A.S. debe tomar decisiones y realizar acciones de manera permanente, lo cual implica una interrelación permanente con múltiples actores internos y externos. Como resultado de este proceso puede presentarse “eventos” con la capacidad de afectar los objetivos o resultados propuestos. En otras palabras las actividades dentro de la empresa presentan diversos grados de incertidumbre sobre sus resultados.

Los “eventos” que pueden darse podrán afectar de manera negativa los resultados, o lo podrán hacer de manera positiva representando entonces problemas y oportunidades. En el contexto de las operaciones de una compañía de accesorios existe o se presenta condiciones internas o externas con capacidad potencial de generar y eventos que puedan impactar los aperitivos estratégicos.

El riesgo es entonces una variable permanente en todas las actividades de la empresa que influyen sus oportunidades de desarrollo, pero que también afecta sus resultados y puede poner en peligro su estabilidad.

La gestión de los riesgos en la empresa se basa en controlar disminuir y/o limitar los impactos que los eventos de posible ocurrencia pueda generar sobre las premisas críticas de ella

(permanencia, rentabilidad y responsabilidad) para esto se toma como referencia el nivel de gravedad que no es otra cosa que una medida de qué tan sensible es la empresa respecto a las consecuencias de cada evento que pueda ocurrir. En resumen la gestión de los riesgos se fundamenta en adecuar los impactos relacionados con los riesgos existentes a las necesidades de la empresa.

El sistema integral de la gestión del riesgo tiene como objetivos:

- Apoyar el cumplimiento de la misión y la visión corporativa y facilitar la implantación de la política de gestión del riesgo.
- Apoyar al gobierno corporativo para los procesos de toma de decisiones impulsando en las mejores prácticas
- Facilitar las relaciones transparentes con los inversionistas incrementando los niveles de confianza
- Potenciar el compromiso y responsabilidad de la junta directiva de la entidad frente a la debida gestión de los riesgos
- Promover una cultura de autocontrol a través de toda la organización
- Fortalecer la infraestructura de control dentro de la entidad
- Proporcionar soportes para la implementación del sistema administrativo del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo en las operaciones de la entidad
- Proporcionar soporte para garantizar la estabilidad operativa económica y financiera de la empresa
- Optimizar el uso de los recursos internos y externos para responder a emergencias, contingencias y crisis de posible ocurrencia.

1.6 Plan financiero

El plan financiero de la marca Pétalos de rosa en su etapa inicial, presenta las siguientes características.

Mensualmente la empresa factura costes fijos de 350.000 pesos por los rubros de: (Ver anexo X. Costes)

- Pago del servicio de internet.
- Pago del servicio de luz.
- Pago del arriendo de la oficina administrativa de la compañía.

Adicional a esto, los costes variables individuales de producción de cada una de sus líneas, especificado de la siguiente manera: (Ver anexo X. Costes)

- Rosa roja: \$16.900
- Rosa blanca: \$17.000
- Rosa amarilla: \$15.500.
- Rosa azul: \$15.500.
- Rosa lila: \$9.000.
- Rosa rosa: \$9.000.
- Rosa verde: \$9.700.
- Rosa naranja: \$10.200.

La inversión mensual inicial para poner en marcha la compañía Pétalos de rosa realizando la producción de 1 producto de cada una de sus líneas de producción debe ser 452.800 pesos, este es un monto el cual sus propietarias tienen la posibilidad de asumir, así que no es necesaria la inyección de capital externo o de préstamos bancarios para conseguir.

Con base a lo anterior, el punto de equilibrio de la compañía con relación a la venta de sus líneas de producción tiene unas especificidades, las ganancias de cada uno de sus productos

varia dependiendo de la línea de producción a la cual pertenezca sus ventas. De esta forma podemos decir que si buscamos el punto de equilibrio vendiendo exclusivamente productos de una de sus ocho líneas de producción los resultados mensuales de venta serían: (Ver anexo X. Costes)

- Si vendemos solo productos de la línea Rosa roja al mes, deberíamos vender **43,2** productos aproximadamente.
- Si vendemos solo productos de la línea Rosa blanca al mes, deberíamos vender **70** productos.
- Si vendemos solo productos de la línea Rosa amarilla al mes, deberíamos vender **53,8** productos aproximadamente
- Si vendemos solo productos de la línea Rosa azul al mes, deberíamos vender **53,8** productos aproximadamente
- Si vendemos solo productos de la línea Rosa lila al mes, deberíamos vender **116,6** productos aproximadamente
- Si vendemos solo productos de la línea Rosa rosa al mes, deberíamos vender **116,6** productos aproximadamente
- Si vendemos solo productos de la línea Rosa verde al mes, deberíamos vender **66,03** productos aproximadamente
- Si vendemos solo productos de la línea Rosa naranja al mes, deberíamos vender **35,71** productos aproximadamente

Sin embargo, realizando la sumatoria unitaria de ganancias de la venta de un producto de cada una de las ocho líneas de producción, nos arroja un total ganancias de **47.200** pesos así que deberíamos vender **7,41** unidades de cada una de las ocho líneas de producción al mes para alcanzar el punto de equilibrio. (Ver anexo X. Costes)

Referencias

- Business School. ¿Qué es el director comercial y cuáles son sus funciones?. Recuperado de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/funciones-director-comercial/>
- Cailliette, A. (2001) LOS MERCADOS DIGITALES: UNA SOLUCION ESTRATEGICA PARA LAS EMPRESAS. Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/826/1/1020145429.PDF>
- Executive Education INCAE. (2017). ¿Cuál es la verdadera función de una junta directiva?. Recuperado de <https://www.incae.edu/es/blog/2017/06/29/cual-es-la-funcion-de-una-junta-directiva.html>
- Formichella. (2004) EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACIÓN CON LA EDUCACIÓN, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL. Recuperado de

[.http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf](http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf)

- Funciones del presidente de una empresa. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/96734900/Funciones-Del-Presidente-de-Una-Empresa>
- Henderson. ¿Cuáles son los deberes del presidente de una organización?. Recuperado de <https://pyme.lavoztx.com/cules-son-los-deberes-del-presidente-de-una-organizacin-4272.html>
- Hidalgo, M y Rolg, G, (2010). Diseño de accesorios de moda”. España: Parramon arquitectura y diseño, Recuperado de : https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/2107.pdf
- Muñiz, L. (2017). Cómo clasificar y segmentar clientes. Recuperado de http://www.sistemacontrolgestion.com/Portals/1/Clasificar_clientes_SisConGes_ebook.pdf
- Torrecilla, J. (1999). Identificar la necesidad del cliente. Su satisfacción como centro de los objetivos de la empresa. Recuperado de: <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/330/14jmto.pdf>
- Verdissimo. El significado de las rosas según su color. Recuperado de <https://www.verdissimo.com/es/noticias/significado-de-las-rosas-segun-su-color>
- Viscarri, J. (2011) Modelo de creación de valor para el cliente Área de investigación: Mercadotecnia. Recuperado de: https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/16640/Viscarri_modelo_creacion_valor_cliente.pdf

