

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA DE ARTES EN EL BARRIO LA ESMERALDA
CIUDAD DE BOGOTÁ

MARÍA NAYDEE GÓMEZ CORTÉS

DIRECTOR DEL MÓDULO
DOCTOR CARLOS ANDRES RUBIO CARDENAS

UNIVERSIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA
DIVISIÓN DE CIENCIA Y TECNOLOGIA
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

2020

INTRODUCCIÓN

Vivimos en un mundo lleno de cambios e incertidumbres, cuando el gestor empezó hacer esta especialización se hablaba de globalización de la economía, la apertura de los mercados, el desarrollo de la tecnología y la revolución de las telecomunicaciones, donde los negocios ya no tendrían las barreras geográficas y territoriales del pasado.

Ahora la humanidad se enfrenta a una pandemia de coronavirus que ha realizado un gran impacto en forma negativa en la economía a nivel mundial, debido a esto, la economía colombiana ha tenido un significativo retroceso en todos los índices económicos, como por ejemplo el desempleo, en productividad de las empresas, disminución en el nivel de consumo, liquidación de empresas en sectores como en el turismo, bares, restaurantes, talleres de mantenimiento entre otros, afectando la subsistencia de muchas familias que tenían en estos negocios una forma de abastecer sus hogares, lo que ha llevado a que el Estado intervenga con subsidios para empresas que están organizadas y puedan demostrar que necesitan ayuda para poder subsistir.

Es aquí donde el gestor juega una parte importante en el emprendimiento para crear empresas dado que es fundamental estudiar los mercados, la parte técnica, la parte legal y administrativa y la parte financiera del proyecto para ver si es viable ponerlo en funcionamiento y no perder recursos económicos y humanos, tiempo y presentar desgaste emocional. Las estadísticas informan que de cada 10 empresas creadas en Colombia 6 se quedan en el camino por no tener en cuenta los estudios pertinentes para la creación de las empresas.

Esta especialización hace que el gestor adquiera los conocimientos para la creación y mantenimiento de una empresa, comprende que el gerente debe tener gran capacidad de liderazgo y una visión muy clara del negocio al que se va a dedicar y el equipo de trabajo será el motor de la gestión empresarial. Una buena actuación del líder de la empresa se reflejará en unas buenas estrategias de organización, en la adecuada dirección del talento humano hacia el logro de los objetivos, su actividad empresarial se reflejará en la transmisión de la misión, visión, objetivos y estrategias de la empresa, observando el entorno tanto interno como el externo de la organización y así tomar buenas decisiones para la empresa donde pueda crecer y permanecer en el mercado.

TABLA DE CONTENIDO

Portada

Tabla de contenido.

Introducción.

CAPITULO I

1 ANTEPROYECTO

1.1 Selección y definición del problema.....	Página 10
1.2 Justificación.....	Página 10
1.3 Descripción.....	Página 11
1.4 Definición del problema.....	Página 12
1.5 Objetivos.....	Página 13
1.5.1 Objetivos específicos.....	Página 13
1.6 Plan de trabajo.....	Página 13

CAPÍTULO 2

2. ESTUDIO DE MERCADOS.....	Página 16
2.1 Estudio del sector económico.....	Página 16
2.1.1 sector económico de las TIC.....	Página 16
2.1.2 Comportamiento y evolución.....	Página 17
2.1.3 Diagnóstico de la estructura del mercado de las TIC.....	Página 18
2.2. Otro sector artesanal.....	Página 20
2.2.1. Sector internacional.....	Página 20
2.2.2. Sector Nacional.....	Página 21
2.3 Análisis del entorno.....	Página 22
2.3.1 Políticas.....	Página 22
2.3.2 Económicos.....	Página 23
2.3.3 Sociedad.....	Página 24

2.3.4 Tecnológicos.....	Página 25
2.3.5 Ecológicas.....	Página 26
2.3.6. Legales.....	Página 26
2.3.6.1 Identificación de sustancias químicas	Página 28
2.3.6.1. 1Etiquetas.....	Página 28
2.4 Análisis de las cuatro p.....	Página 29
2.4.1 Descripción del producto.....	Página 29
2.4.1.1. Pintar la mascota.....	Página 29
2.4.1 Pintar su retrato.....	Página 30
2.4.1.3 Venta de obras de los años dorados.....	Página 31
2.4.1.4 Realizar el marco de las obras.....	Página 31
2.5. Tipo de producto.....	Página 31
2.6 Precio.....	Página 32
2.7 Promoción.....	Página 33
2.8 Propuesta de valor.....	Página 33
2.9 Análisis de la demanda.....	Página 34
2.10 Encuesta.....	Página 36
2.10.1 Análisis de la encuesta realizada.....	Página 38
2.11 Competencia.....	Página 44
2.11.1 Sector económico del arte.....	Página 44
2.11.2 Página Web.....	Página 44
2.11.3. Galerías.....	Página 46
2.11.4. Pintores independientes.....	Página 46

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO	Página 48
3.1 Ficha técnica.....	Página 48
3.2 Análisis de proceso.....	Página 49
3.3 Plan de producción.....	Página 51
3.4. Análisis del costo de ventas.....	Página 56
3.4.1 Relación de precios de los productos.....	Página 57
3.5. Punto de equilibrio.....	Página 57
3.6. Análisis de la infraestructura.....	Página 62

CAPITULO IV

4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....	Página 66
4.1 Organigrama del plan de negocios.....	Página 66
4.1.1 Análisis de cargos.....	Página 67
4.1.2 Competencia para los cargos.....	Página 67
4.1.2.1 Competencia para el cargo de Gerente.....	Página 67
4.1.2.2 Competencia para el cargo de contador.....	Página 68
4.1.2.3 Competencia para el cargo de publicista.....	Página 68
4.1.2.4 Competencia para el cargo de Secretaría.....	Página 68
4.1.2.5 Competencia para el cargo de Director de Arte.....	Página 68
4.1.2.6 Competencia para el cargo de pintor.....	Página 69
4.1.3 Perfiles de los cargos.....	Página 69
4.1.3.1 Perfil del Gerente.....	Página 69
4.1.3.2 Perfil del Contador.....	Página 69
4.1.3.3 Perfil de la Secretaría.....	Página 69
4.1.3.4 Perfil del Director de arte	Página 70
4.1.3.5. Perfil del publicista.....	Página 70
4.1.3.6 Perfil del pintor.....	Página 70
4.1.4 Evaluación y desempeño.....	Página 70
4.1.4.1 Gerente.....	Página 70

4.1.4.2 Contador.....	Página 71
4.1.4.3 Secretaría.....	Página 71
4.1.4.4 Director de Arte.....	Página 71
4.1.4.5 Pintor.....	Página 71
4.1.4.6 Publicista	Página 71
4.1.5 Funciones.....	Página 73
4.1.5.1 Gerente.....	Página 73
4.1.5.2 Contador.....	Página 74
4.1.5.3 Secretaría.....	Página 74
4.1.5.4 Director de Arte.....	Página 75
4.1.5.5 Publicista.....	Página 75
4.1.5.6 Pintor.....	Página 75
4.1.6 Gastos.....	Página 76
4.1.6.1 Gastos administrativos.....	Página 76
4.1.6.2 Gastos de ventas.....	Página 76
4.1.7 Forma de organización.....	Página 77
4.2 Documento privado para crear una SAS.....	Página 77
4.3 Impuestos y tasas.....	Página 85
CAPITULO 5	
5. PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	Página 87
5.1 Estrategia de mercadeo.....	Página 87
5.1.1Producto.....	Página 87
5.1.2 Precio.....	Página 88
5.1.3 Promoción.....	Página 89
5.1.4 Plaza.....	Página 90
5.2 Estrategia organizacional.....	Página 90
5.2.1 Plataforma estratégica.....	Página 91
5.2.1.1 Misión.....	Página 91
5.2.1.2 Visión.....	Página 91
5.2 Valores corporativos.....	Página 91
5.2.3 Políticas.....	Página 92

5.2.4 Objetivos globales corporativos	Página 92
5.2.4.1 Objetivos de crecimiento.....	Página 92
5.2.4.1.1 Consolidación del mercado actual.....	Página 92
5.2.4.1.2 Crecimiento de nuevas líneas de producto.....	Página 93
5.2.4.1.3 Diversificación geográfica.....	Página 93
5.2.4.2 Objetivos de rentabilidad.....	Página 93
5.2.4.3 Objetivos de desarrollo tecnológico.....	Página 93
5.2.4.4 Objetivos de desarrollo humano.....	Página 94
5.2.4.5 Objetivos de desarrollo comercial.....	Página 94
5.2.5. Orientación al cliente.....	Página 94
5.2.6 Productividad laboral.....	Página 94
5.2.7 Control de calidad.....	Página 94
5.2.8 Preservación del medio ambiente.....	Página 95
5.2.9 Conocimiento del entorno	Página 95
5.2.10 Responsabilidad social.....	Página 95
5.3 Análisis DOFA.....	Página 95
5.3.1 Sector externo.....	Página 97
5.3.1.1 Oportunidades.....	Página 97
5.3.1.2 Amenazas.....	Página 97
5.3.2 Sector interno.....	Página 97
5.3.2.1 Fortalezas.....	Página 97
5.3.2.2. Debilidades.....	Página 98
5.4 Estrategias.....	Página 98
5.4.1 Estrategias FO.....	Página 98
5.4.2 Estrategias DO.....	Página 98
5.4.3 Estrategias FA.....	Página 99
5.4.4. Estrategias DA.....	Página 99

CAPITULO VI

6.1 Inversión inicial.....	Página 104
6.2 Financiación.....	Página 105
6.3 Presupuesto.....	Página 105

6.4 Punto de equilibrio.....	Página 106
6.5. Estados financieros.....	..Página 110
6.5.1 Estados de la situación financiera.....	Página 110
6.5.2 Estado de caja proyectado.....	Página 111
6.5.3 Estado de resultados.....	Página 112
6.6. Indicadores financieros.....	Página 113
6.6.1 TIR.....	Página 113
6.6.2 Beneficio costo.....	Página 114
6.6.3 CAUE.....	Página 114
7. Conclusiones.....	Página 115
8. Bibliografía.....	Página 118
9. Índice de Tablas y diagramas	Página 120

CAPITULO I

ANTEPROYECTO

1.1 Selección y definición del tema

Para la selección del tema el gestor tuvo en cuenta el crecimiento que ha tenido en los últimos años el mercado de productos y servicios que se ofrecen para las mascotas y las habilidades, actitudes y aptitudes con que cuenta el gestor para realizar obras al óleo.

En cuanto a la definición del tema, es el estudio de factibilidad para conformar una empresa de arte, la cual se dedicará a pintar mascotas y retratos de familiares o seres queridos, actuando como un intermediario con obras de arte de múltiples pintores que no cuentan con un canal de distribución en la localidad de Teusaquillo, barrio la Esmeralda en la ciudad de Bogotá.

1.2 Justificación

La motivación para hacer este proyecto es el amor que tiene el gestor por el arte y por medio de la realización de esta Especialización de Gestión para el Desarrollo Empresarial, adquirir los conocimientos necesarios para llevar a cabo la idea de poner en funcionamiento el taller de arte y evaluar que tan factible es el desarrollo de la empresa de arte.

Al observar los hábitos de las familias colombianas es posible apreciar que muchas familias cuentan en su ambiente con mascotas, las cuales han pasado a ser parte importante de la familia, también han aumentado el número parejas que no quieren tener hijos, pero si una mascota en su hogar. Al revisar los sectores de la economía, en Colombia la venta de bienes y servicios para mascota ha venido en crecimiento y se ubica en uno de los siete negocios rentables, es por ello que surge la idea de pintar la mascota como una posibilidad de negocios, dado que el apego emocional y el amor que se desarrolla hacia una mascota es

tan fuerte que cuando ésta fallece genera una herida importante en el corazón en sus cuidadores, lo que hace que quieran tener un bonito recuerdo de la mascota. El producto se realizará en una obra en óleo sobre lienzo y será entregada al comprador en el menor tiempo posible.

1.3 Descripción

Con esta investigación, el gestor quiere formar una empresa llamada “Pinto su mascota y algo más”. El gestor posee en su residencia un taller de arte y ahí se originan las ideas que posteriormente serán plasmadas en una obra de arte (paisajes, personas, animales, etc), también posee varias mascotas en su hogar de las cuales se ha realizado varias obras de arte que se exhiben en las paredes de su domicilio. El gestor ha observado que el amor por las mascotas es general en el hogar de las familias Colombianas, y se ve frecuentemente la localidad en dónde vive, también ha notado que los dueños en ocasiones no se miden en gastos cuando se trata de la mascota y que cuando gestor recibe visitas en su domicilio, las obras de las mascotas exhibidas son las que más generan admiración y aceptación por parte de los visitantes, obteniendo así la idea de realizar este proyecto.

Lo anterior hace que el gestor investigue más sobre el tema, y mirando los sectores de talla mundial (sobre todo en Colombia) la venta de productos y servicios para mascotas ha venido creciendo tanto, que ya existe programas de radio y televisión para el manejo de mascotas y canales de televisión dedicadas a esta área. El objetivo del gestor es formar una empresa con todos los estudios rigurosos para que este plan de negocios sea factible, adicionalmente, se pretende con este proyecto la comercialización de obras de arte realizadas por personas de tercera edad, que ya han conformado una familia y tienen el tiempo disponible para pintar, personas que son conocidas por el gestor y que da fe de la

calidad obras que son capaces de realizar, pero que se quedan guardadas dado a que no han podido ser vendidas por falta de mercadeo.

Para ello, en el área de mercadeo, se utilizará una aplicación para ofrecer los servicios por el software y también se realizará visitas a las diferentes veterinarias para ofrecer el servicio, también se ofrecerá el servicio a las personas cercanas al gestor: familiares y amigos los cuales podrán ayudar a promocionar los productos. Hay dos formas de ofrecer el servicio: Personas que tienen su mascota viva y quieren tener una obra de su mascota y aquellas personas a las que la mascota ya ha fallecido y quiera tener un recuerdo bonito de ella. Este servicio no es de una necesidad prioritaria para la canasta familiar, por lo tanto, se intentará mover emociones y sentimientos que hay cuando se tiene mascotas.

1.4 Definición del problema

La razón de hacer este emprendimiento, es porque el gestor cuenta con las aptitudes, actitudes y habilidades para hacer obras de arte en óleo, especialmente figurativas y quiere generar ingresos por su trabajo, además, en la actualidad cuenta con un inventario de obras que le gustaría ofrecerlas al mercado de arte. Una de las pasiones del gestor son las mascotas, y tiene una idea de negocio, como es pintar la mascota y pintar retratos para las personas que quieran resaltar el amor que tienen a sus seres queridos mediante una obra de arte. Al analizar el mercado de productos y servicios de las mascotas, este ha venido creciendo y ve una oportunidad para entrar al mercado formando la empresa de arte con innovación, utilizando los medios tecnológicos, las redes sociales para dar a conocer los productos, bajando costos de publicidad, y llegando de una manera masiva a los clientes potenciales.

Para lograr lo anterior, el gestor toma la decisión de hacer la especialización en Gestión para el desarrollo empresarial para adquirir los conocimientos y desarrollar la idea para penetrar al mercado de una manera segura, de no morir en el intento en cuanto que se va a utilizar recursos financieros técnicos y humanos para que genere una rentabilidad y tengan un buen desempeño en el mercado.

1.5 Objetivos.

Crear una empresa de arte en el sector de Teusaquillo en la ciudad de Bogotá, aplicando todos los procesos pertinentes para que pueda permanecer y crecer ayudando en el desarrollo económico del país.

1.5.1 Objetivos específicos:

Realizar el estudio de mercados, para analizar la población a dónde van dirigidos los productos, el precio, la competencia y que participación va a tener en el mercado.

Realizar el estudio técnico para evaluar cual es el costo de realizar las obras, que adecuaciones hay que hacer para poner en funcionamiento el taller, que maquinaria y equipo se necesita y cual son los insumos y equipos de oficina para el funcionamiento del plan de negocios.

Realizar el estudio administrativo y legal para ver que personal se necesita, que estrategia organizacional se realizará y como se organizará en cuanto al aspecto legal.

Realizar el estudio financiero para ver cuando se tendrá el punto de equilibrio y si es viable la inversión.

1.6 Plan de trabajo

Tabla 1													
<i>Diagrama de Gantt</i>													
ACTIVIDAD		DURACIÓN (MESES), FECHA DE INICIO: AGOSTO DEL 2019 HASTA JULIO DEL 2020											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Ajuste del anteproyecto												
2	Establecer contacto con la población objeto de estudio												
3	Elaborar o ajustar instrumentos para la recolección de información												
4	Elaborar marco teórico												
5	Aplicar el instrumento y recoger información												
6	Procesar los datos												
7	Describir los resultados												
8	Analizar los resultados												
9	Elaborar o redactar el informe final												
10	Revisión del informe final por parte del asesor												
11	Entregar el informe final												

El trabajo del TPI, comienza a partir del segundo semestre del año 2019, donde se trabaja integradamente con los diferentes módulos de la especialización, se comienza con la lluvia de ideas de acuerdo a las actitudes y aptitudes del gestor, en este caso el gestor siempre ha trabajado en el área de las artes especialmente en el sector de la pintura en óleo siendo su pasión y es por ello que desea hacer un estudio de factibilidad para crear una empresa de artes en el sector de Teusaquillo en la ciudad de Bogotá. Esta lluvia de ideas se realiza en los meses de septiembre y octubre del 2019.

Posteriormente, hace el análisis del sector donde va a estar ubicada el plan de negocios y ve que hay una oportunidad de ofrecer las obras utilizando la tecnología para dar a conocer las obras que se realizan en la organización. Se realiza en el mes de octubre del 2019.

Se realiza el marco teórico en el mes de octubre del mes 2019.

Aplicar el instrumento y recoger la información se realiza durante el primer semestre del año en curso en los meses de abril y mayo.

Los datos recolectados de la encuesta se analizan para dar la información a que población se va allegar, a que estrato y el margen de edad de la población se realiza en abril y mayo del año en curso.

Redactar el informe final se realiza durante el semestre y el asesor lo está revisando para hacerle las correcciones necesarias e ir perfeccionando el informe para la entrega.

CAPITULO II

2. Estudio de mercado

2.1. Estudio del Sector Económico donde estará el proyecto.

El plan de negocios estará ubicado en la ciudad de Bogotá, barrio la Esmeralda sector de Teusaquillo.

Cuando el Gestor comenzó a hacer el estudio de este proyecto, el entorno era diferente, no se contaba con una pandemia, la cual ha inducido a que múltiples negocios se cierren y que ha generado el confinamiento obligatorio exigido por el gobierno para prevenir la transmisión del Covid-19, lo que influye en la realización de este proyecto, dado que la economía está estancada, y se da prioridad a la salud y a satisfacer necesidades primarias.

Hay otra variable externa que afecta la idea de emprendimiento de alto impacto, la cual es la bajada de los precios del petróleo, por la sobreoferta de éste, generando una subida del Dólar, que a hoy se encuentra en un valor de \$4,008.78.

Para el proyecto, se hará el estudio de este año y si es viable comenzará a partir del 2021 y estará ubicado en el sector económico de las TIC.

2.1.1 Sector Económico de las TIC

Para el sector de la TIC en Colombia, se encuentra lleno de retos y oportunidades, retos por la globalización de la economía en donde el comercio y la competencia se ve cada vez más cerca así el país se encuentre muy lejos, pero con la tecnología, el internet y los teléfonos cada vez más sofisticados, hace que los negocios fluyan, y con la pandemia en curso las empresas tienen que reformar su forma de promover los productos y servicios

para aumentar sus ventas, reformar su organización para ser más efectiva y pueda permanecer en el mercado. Oportunidades por que se espera con el actual gobierno, la Economía Naranja y la Economía Creativa tengan un mayor apoyo en las políticas estratégicas del país, apoyándose en un mayor desarrollo en TIC

Para el gobierno, la meta es llegar a un nivel de desarrollo digital, que se destaque entre los primeros lugares de la región, un desarrollo que debe reflejarse en el crecimiento del PIB, en la mejor calidad de vida para la población a partir del disfrute de los beneficios de las TIC.

2.1.2 Comportamiento y evolución.

En el año 2009 en el gobierno de Alvaro Uribe Vélez, se sanciona la ley 1341, pasando de llamarse Ministerio de Comunicaciones al actual Ministerio de Tecnologías de la información y las comunicaciones, con esta ley se enmarca el desarrollo del sector y se promueve la masificación de las TIC. (Wikipedia.org). Para el 2017 el gobierno creó el Viceministerio de Economía Digital, con el fin de promover la economía digital en todas sus dimensiones. También para este año, Colombia ocupa el puesto 84 entre 176 países en el ICT DEVELOPMENT- INDEX de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, con una puntuación de 5.36 sobre 10, presentando mejoría con respecto al año 2016 (5.12), de 35 países de la región América es el número 16 en desarrollo TIC. Para ese año el porcentaje de usuarios de internet es de 58.14 y el porcentaje de hogares con acceso a internet 45.75%, la cantidad de suscripciones de teléfonos móviles 117.09% por cada 100 habitantes. Son mejoras importantes que de mantenerse o incrementarse serán mejoras para el país. (Bancofinandina.org)

Para el 2019 el Gobierno Nacional de Colombia, tenía previsto que todos los colombianos estuvieran conectados y tuvieran acceso fácil al internet mediante el uso de las tecnologías de la información y de comunicación, sin embargo, este proceso va lento ya que el Gobierno ha tenido que dirigir su atención a problemas mucho más urgentes que afectan la población colombiana. Pero es de destacar que la Economía Naranja se le ha dado un puesto en el Plan de Desarrollo donde está ubicado el plan de negocios.

El sector de las TIC seguirá desarrollándose a través del tiempo, porque es la manera de que las empresas colombianas entren a la tecnología para poder crecer y permanecer en el mercado.

2.1.3. Diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional e internacional de las TIC

Lo estudios más recientes revela un avance en algunos sectores y tipos de empresa, se ha encontrado que el grado de apropiación de las TIC es alto en las grandes empresas, comparado con la apropiación de la economía en general.

A nivel de micro, pequeñas y medianas empresas, se concentran problemas de uso y apropiación de las TIC. La información parcial que se tiene es que entre el 30% y 40% tiene acceso a internet, y una proporción aún menor (25%) hace uso de las TIC, en sus procesos productivos y de comercialización de productos, si se incluyera el sector informal esta proporción serían más bajas, de acuerdo a lo anterior, constituye uno de los grandes retos para el gobierno actual y los futuros gobiernos, que se debe promocionar e incrementar con calidad las TIC para aumentar la productividad y la competitividad de las empresas en Colombia.

Se observa que los que utilizan más la tecnología son las nuevas generaciones, porque los adultos prefieren salir a comprar o a hacer sus pagos directamente a los estamentos financieros, al Estado, y los que tienen empresas, no cuentan con el talento humano para la renovación de su empresa, a las nuevas tecnologías para ofrecer los productos y servicios al mercado.

Para el 2016 el uso y las habilidades para las TIC, en la cabeza del escalafón, con una puntuación de 8.98, se encuentra Islandia cuyo mercado de telecomunicaciones la UIT define como maduro y avanzado; en segundo y tercer lugar se ubicaron la República de Corea y Suiza, mientras, en el otro extremo, los últimos lugares lo ocuparon El Chad, República Centroafricana y Eritrea con 1,27, 1,04, 0,96 respectivamente. A nivel latinoamericano Colombia ocupa el mismo puesto 5,36 por encima de países como Venezuela, México, Panamá y Perú; por debajo de Uruguay, Argentina y Chile.

En Colombia, indica la UIT, por cada 100 habitantes, hay 45 con acceso a internet móvil de banda ancha y apenas 11.8 a banda ancha fija. En Colombia se ha observado que las personas se comunican más por las redes sociales que por llamadas telefónicas, se está aumentando los pedidos de servicios como de comida rápida, solicitud de servicios de transporte, y otros pedidos por los aplicativos. Bancofinandina.com (2019)

Para la empresa, es importante ubicarla en este sector, porque tiene la oportunidad de llegar a más clientes potenciales, y con un menor costo de publicidad, ya que los medios como la radio, televisión y periódicos son costosos, y las nuevas generaciones no leen el periódico, ni ven televisión y poco la radio, obtienen más información por redes sociales e internet.

En la actualidad, son muy importantes las empresas que están en sector económico de las TIC, porque ellas son las que han podido trabajar para cumplir y poder llevar artículos necesarios a las familias colombianas en la cuarentena del Covid-19.

2.2. Sector artesanal

2.2.1. Sector Internacional

Este crecimiento del mercado local va de la mano con el volumen de transacciones en el resto del mundo, que ha registrado cifras récord desde la posguerra. En 2018 se vendieron 538.000 obras, cifra máxima desde 1945. En solo subastas de arte las ventas alcanzaron el año pasado US\$15.480 millones.

También ayudó mucho el posicionamiento de índices de arte similares a S&P, como el caso de ARTPRICE GLOBAL y ARTPRICE 100. Este último opera en forma similar a un Nasdaq 100, solo que con los 100 artistas más cotizados y menos ‘volátiles’ en subastas y ventas. Nuestro artista estrella, Fernando Botero, aparece por estos días en el puesto 78 de este índice. Solo para tener idea del éxito de este indicador, ARTPRICE 100 presenta un progreso de 380% desde el año 2000; es decir, un rendimiento anual medio cercano a 9%.

Así mismo, el mercado chino de compra y venta de arte es uno de los grandes dinamizadores, y ahora ocupa el segundo lugar después de Estados Unidos.

El arte colombiano ha logrado penetrar mercados internacionales que parecían inaccesibles, como los de Asia, Europa y Estados Unidos. Galerías de Houston, París, Hong Kong y Nueva York están cada vez más familiarizadas con nombres de artistas colombianos. “Colombia lo está haciendo bien y los resultados se han visto en los últimos 7 años, la feria Arco de Madrid le dedicó todo un espacio al país”, comenta Diego Acosta

desde Estados Unidos, director ejecutivo de la Feria Pinta de Miami. En esa misma onda de internacionalización ha sido clave el trabajo en los últimos 15 años de la Feria ARTBO de Bogotá. Este evento se ha convertido en la vitrina por excelencia del arte colombiano.

“Tenemos cada año unas 70 galerías y la participación de 20 países y 30 ciudades”, dijo María Paz Gaviria, directora de ARTBO. Los gastos e inversiones vinculadas a este evento se acercan a los \$105.000 millones. Gaviria afirma que en los últimos 7 años aumentó en 30% la apertura de galerías. Dinero.com (2019)

2.2.2. Sector nacional

En los últimos diez años el mercado del arte ha tenido un crecimiento importante, el mercado del arte está concentrado en Bogotá donde operan unas 60 galerías, buena parte de ellas están ubicadas en el barrio San Benito, nuevo epicentro del arte de Bogotá y Colombia.

Decidió expandirse internacionalmente, teniendo en cuenta que el mercado de galerías está excesivamente concentrado en Bogotá, donde operan unas 60. Buena parte de ellas ubicadas en el barrio San Felipe, nuevo epicentro del arte en Bogotá y Colombia.

Los conocedores del arte explican en primer lugar que este negocio no funciona como una ciencia exacta, aunque ARTPRICE utilice inteligencia artificial y BIG DATA para evaluar las obras y saber quién puede tener éxito en el futuro. Aparte de esa anomalía el campo tiene mucho de olfato e instinto, pero también conocimiento de las tendencias y artistas emergentes. Hay una conexión especial que se identifica bien, a esto se une el conocimiento, la experiencia y la confianza.

Según Julia Villamil, DEALER o intermediaria en Colombia, un cuadro puede dejar una rentabilidad de 7% u 8% anual, muy por encima de la inflación de los últimos años “Siempre y cuando escoja bien al artista e invierta a largo plazo”.

Sin embargo, en el contexto nacional seguimos lejos en demanda de cultura y arte frente a otros países cuyo dinamismo es muy superior en este tipo de actividades. Según la encuesta de consumo cultural del DANE, 55% de las personas consultadas no les gusta o no tienen interés en ir a galerías de arte o salas de exposiciones. En el caso de los museos, el desinterés es de 42%. “El sistema de educación colombiano considera el arte como un recreo o una terapia, la tienen como ‘costura’, cuando debería ser tan importante como las matemáticas”.

También es un negocio muy asociado al costo de oportunidad, la persona compra la obra certificada y si la quiere vender, de acuerdo con recorrido del pintor puede venderla a un precio más alto. Dinero.com (2019)

2.3 Análisis del Entorno.

La puesta en marcha de la empresa requiere de un conocimiento detallado del entorno en el que se va a desenvolver, para conocer las tendencias futuras y definir con antelación la estrategia empresarial a seguir.

La Matriz PESTEL, es un instrumento que facilita la investigación del entorno.

2.3.1 Políticas.

Son los aspectos gubernamentales que inciden en forma directa a la empresa, están las políticas impositivas o de incentivos empresariales, fomento del comercio exterior en

determinados sectores, legislaciones sobre empleo, fomento del comercio exterior, la estabilidad gubernamental y el sistema de gobierno. (cerem.mx/blog)

Colombia es una república, en donde el presidente es elegido por elección popular, actualmente el presidente es el Doctor Iván Duque el cual tiene dentro de sus programas de gobierno crear la economía naranja, la cual se define como “la suma del talento, con la creatividad, para el desarrollo económico, de un modelo de negocios de modo que las ideas se materialicen en bienes productos y servicios que puedan ser protegidos bajo un reconocimiento de propiedad intelectual”. (abogado tic.com)

La empresa se dedicará al arte, como es el de pintar mascotas y retratos y estará en el sector económico de las TIC donde también el gobierno tiene programas para mejoras en el sector.

2.3.2. Económicas.

Como es una meta del gobierno, se están adelantando diferentes iniciativas para fomentar el desarrollo de emprendimiento, productos y servicios dentro de esta economía creativa, esto se hace mediante mecanismos de financiación, educación e incentivos tributarios. (Abogadotic.com)

Según la Cámara de Comercio de Bogotá, está comenzando a tener relevancia en el PIB colombiano, en este sentido, esta entidad opina que los sectores privados y público tienen un plan estratégico que apunta a convertirla en un referente en América Latina.

Luego de muchas dificultades, la industria cultural está logrando salir de un puesto marginado en la economía nacional, para llegar hacer uno de los mercados con mayor potencial. (grupo gran Colombia.com)

Lo anterior hace que una vez terminado el proyecto y si éste es factible, se presentará al programa de capital en etapa temprana para la economía naranja que está dirigido a emprendedores, suministrando recursos no reembolsables destinados a financiar el desarrollo de negocios innovadores TIC; este es un canal cuyo objetivo es acelerar su crecimiento dentro de los mercados especializados.

Otro incentivo que da la economía naranja, es que las empresas que se creen en el segundo semestre del 2020, están exentas de impuestos por 7 años.

Es de destacar que el MINITIC, hace parte del Consejo Nacional de la economía naranja. Economía naranja. gob.co (2020)

2.3.3 Sociedad.

Ya pasó la idea de que estudiar música, artes plásticas, artes escénicas, humanidades y todo lo que tenga que ver con lo cultural era perder tiempo y dinero, con la política actual del presidente de incentivar la economía naranja ha cambiado este pensamiento.

La sociedad ha entrado en la tecnología, en el manejo del internet de las redes sociales y anda muy informada, es por ello que al tener la empresa en el sector económico de las TIC da una amplitud para dar los productos de la empresa en forma masiva y a un menor costo.

Las familias colombianas han cambiado gustos, ahora la mascota es parte fundamental de las familias y el mercado de productos y servicios para mascotas se ha incrementado en los últimos años, es por ello la idea de pintar la mascota. También se ha visto que las familias les gusta tener una obra original en su hábitat, y también la idea de pintar el retrato de su ser querido llámese padres esposo e hijos o hacer una pintura del ser querido con su mascota.

La situación presentada en Colombia por la pandemia ha cambiado el panorama económico, social y político, ya que el gobierno ha centrado toda su atención a este problema de salud aplazando otros temas importantes. Actualmente el empleo en Colombia es crítico, el nivel de consumo ha cambiado, solamente se compran elementos básicos, en el momento de realizar este estudio, aún existe incertidumbre sobre cuándo va a volver a la normalidad la economía, y dado el impacto que ha tenido el Covid-19 sobre la población colombiana y teniendo en cuenta su forma de transmisión, cabe la posibilidad que la situación de emergencia puede seguir todo el año, afectando todo el proceso económico del país.

Con toda la problemática de salud, a corto plazo y mediano plazo hasta que se consiga una vacuna, la sociedad tendrá cambios en la forma de relacionarse con los demás, la forma de comprar, los gustos, las compras online se aumentarán por miedo a salir, lo que implica que Colombia tendrá que ampliar las plataformas digitales.

Lo anterior afecta el proyecto y es por ello que el gestor no va a tener un local abierto al público para evitar el valor del arrendamiento, pero si va a dar a conocer el proyecto por las redes sociales y la página web siendo su principal herramienta para dar a conocer las obras y la empresa.

2.3.4 Tecnología.

Estar en el sector económico de las TIC, ayudará a la empresa a la comunicación con todo el sector de proveedores, clientes potenciales, competidores y se optimiza los distintos recursos de la empresa como son los administrativos, financieros, talento humano,

productivos, etc. Y hace que tenga un diferencial frente a la competencia de la empresa como son las galerías y pintores independientes.

Con la globalización, las TIC pueden manejar un solo sistema de información para todas las operaciones y de esta manera se ha conseguido logros, cambios, crecimiento y competitividad entre empresas, convirtiéndose así en parte estructural del modelo de negocio. La empresa tendrá así un diferencial frente a la competencia.

El proyecto de factibilidad cuenta con la página web y el aplicativo, desarrollado en emprendimiento.

A continuación, se presenta el link modo escritorio de la página web creada para utilizar en el proceso de mercadeo donde los clientes potenciales conozcan los productos que ofrece la empresa:

<https://naydee60.wixsite.com/artservice>

Esta es una herramienta fundamental para el funcionamiento del proyecto

2.3.5. Ecológicas.

La empresa tendrá conciencia con el medio ambiente, para utilizar los insumos de una manera eficiente y responsable, teniendo en cuenta que los insumos que ya no se necesiten serán empacados en bolsas especiales que sean amigables con el medio ambiente, para el manejo de las pinturas se tendrá cuidado de desperdiciar lo mínimo ya que este insumo es el más costoso para el gestor. En el lavado de pinceles se tendrá cuidado con el manejo del Varsol y la trementina.

2.3.6 Legal

En Colombia el marco legal es la Ley 55 de 1993 que corresponde a la adopción de un convenio internacional sobre el manejo seguro de sustancias peligrosas. Es obligatorio transportar, almacenar y manipular las sustancias con pleno conocimiento de los riesgos, precauciones y que se conozcan y utilicen los elementos de protección personal en ambientes contaminados.

Una guía efectiva para el manejo seguro de una sustancia química es la Hoja de Datos de Seguridad del Material (MSDS). Cada hoja contiene información valiosa acerca del producto, esta información se debe utilizar para aplicar las normas de manejo según la peligrosidad.

En ocasiones, en una hoja de seguridad se encuentran medidas especiales de manipulación, pero estas son adicionales a las normas generales que se deben seguir para manipular cualquier producto químico.

Se tendrá en cuenta estas normas para el manejo del Varsol y trementina para la elaboración de las obras y el mantenimiento de brochas, pinceles y espátulas elementos que se utilizan en el proceso

No manipular las sustancias químicas sin informarse previamente de su naturaleza, propiedades físico-químicas, peligros y precauciones.

Verificar que se está usando la sustancia química apropiada para la tarea u operación.

Leer cuidadosamente la etiqueta.

Establecer el grupo de peligrosidad al que pertenece cada sustancia: Explosivos, inflamables, oxidantes, tóxicos o corrosivos.

Evitar manipular sustancias químicas si no ha sido entrenado para hacerlo.

Evitar manipular reactivos que se encuentren en recipientes destapados o dañados.

Verifique que en el lugar de trabajo no existan recipientes sin rotular.

No comer dentro del taller, área de producción de las obras.

No fumar mientras manipula sustancias químicas, ni en áreas cercanas al almacenamiento de ellas.

Mantener estrictos orden y aseo en el área de trabajo.

Evitar la entrada de personas no autorizadas al lugar de trabajo.

Tener una buena ventilación del taller.

Nunca limpiar sustancias químicas derramadas con trapos o aserrín. No agregue agua, deje que el personal entrenado proceda o solicite información.

Evite el uso de disolventes orgánicos o combustibles para lavarse o limpiar sustancias químicas que le han salpicado.

No dejar prendida la luz, ni aparatos eléctricos al finalizar su labor.

Lavar perfectamente los brazos, manos y uñas con agua y jabón después de trabajar con cualquier sustancia.

No archive la información de seguridad (MSDS), manténgala a mano.

Use únicamente la cantidad de producto que necesita.

Evitar la emanación de vapores o gases al ambiente tapando muy bien los recipientes.

Es necesario que las áreas de almacenamiento y de trabajo cuenten con botiquín completo de primeros auxilios; todo acorde con los productos manipulados.

Cerciórese de que los envases se encuentran en buen estado y con la señalización correspondiente (nombre del producto y pictogramas de peligrosidad).

Observe las incompatibilidades de cada producto.

Apile según las instrucciones y deje espacio suficiente entre las filas del almacén.

2.3.6.1 Identificación de Sustancias Químicas

2.3.6.1.1 Etiquetas

Indican con precisión el nombre del producto, su estado físico y su concentración. Es importante que las etiquetas provean información sobre los peligros que ofrece la sustancia, bien sean físicos (como el de incendio y explosión) o peligros para la salud de los trabajadores o usuarios, al igual que las medidas de primeros auxilios para casos de emergencia.

Los peligros se informan al usuario de varias maneras:

- Por medio de un corto texto en el cual se especifican los riesgos potenciales inherentes al producto.
- Por medio de frases codificadas por la CEE (Comunidad Económica Europea) que particularizan el riesgo de una determinada sustancia química (Frases R) y sus medidas de prevención y seguridad (Frases S). Inteligencia de procesos (2018)

Para la creación y puesta en marcha del taller de artes no encontró el gestor ninguna restricción frente a la puesta en marcha, ahora con la pandemia los pintores harán los proyectos en su respectiva casa para evitar el acercamiento social y así evitar el virus ya que son mayores de edad y prima la salud de las personas que trabajarán en la empresa.

En la parte del talento humano se realizará por competencias y habilidades siendo flexible con el horario, y se pagará por proyecto realizado, teniendo en cuenta la ética, trabajar en equipo y con un buen clima organizacional. (María Naydee Gómez C)

2.4. Análisis de las 4 P

2.4.1. Descripción del producto.

2.4.1.1 Pintar la mascota

El producto para ofrecer al mercado es un lienzo, donde se pinta en óleo la mascota que el cliente ha solicitado, el cliente debe traer una fotografía, de la mascota para poder realizar la obra, para comenzar en la empresa se ofrecerán dos formatos, el primero de 50 por 70 centímetros y el segundo de 60 por 80 centímetros. Se le brindará asesoría para el ambiente en donde va a ir ubicada la obra y se ofrecerá el servicio de marquetería

Este producto no es un bien de primera necesidad para la canasta familiar, es un producto suntuario, se moverán emociones, sentimientos para que el cliente potencial pueda comprarlo.

Los clientes potenciales, cualquier persona que esté en capacidad de pagarlo, pero haciendo el estudio, los clientes estarán en los estratos 4,5 y 6 que tengan gusto por el arte, quieran tener una obra original de la mascota, donde se le puede pintar sola o con un familiar que quiera estar con la mascota en la obra. La técnica es al óleo sobre lienzo.

2.4.1.2 Pinto su retrato.

Producto a ofrecer es pintar su retrato, es una obra donde la técnica es óleo sobre lienzo, se realizará mediante una fotografía que suministre el cliente, también se puede pintar el retrato de la mascota con su dueño.

Es un producto suntuario, y por ello no hace parte de la canasta familiar, es para personas que les guste el arte que quieran tener una obra original para su casa o apartamento, aquí se moverán emociones sentimientos para adquirirla. A estos dos productos en el mercado le va bien si la economía tiene un crecimiento y el PIB tenga crecimiento, para que las personas tengan recursos suficientes para adquirir el producto, ya

que si no hay crecimiento de la economía las personas dedicarán sus ingresos a comprar los bienes necesarios para subsistir.

Va dirigido también a cualquier persona, especialmente de los estratos 4,5 y 6 ya que tienen la capacidad de pago para adquirir el producto.

Utilizará mano de obra de las personas de los años dorados ya que el Gestor conoce su trabajo y generan obras de buena calidad, se estará dando trabajo a múltiples personas y ayudará a generar creatividad y un aporte social.

2.4.1.3 Venta de las obras de arte de los años dorados que pintan y están guardados en inventario donde la empresa puede recibir un porcentaje por la venta.

2.4.1.4. Realizar el marco para la obra.

Realizar el marco de las obras de arte para que queden listas para instalar en la casa o apartamento del cliente.

2.5 Tipo de Producto

El pintar su mascota es un producto de especialidad, se compra por impulso como la emoción de tener una pintura de su mascota en su ambiente, es un producto único, hay gusto por el arte y de tener una pintura original, le da estatus ya que cuando hay visitas impacta al ver la obra en la pared. En cuanto a la intermediación de obras de arte de las personas de los años dorados es un servicio de negocios, por que facilita la venta de una obra de arte como intermediario.

Es un tipo de programa novedoso, porque mirando los sectores de talla mundial para Colombia, para el sector de ventas de productos y servicios para mascotas no se encuentra

este producto; por lo que es una penetración en el mercado con innovación a un precio accesible y con un valor agregado que es una obra original y además se le dará una reseña histórica de la raza de la mascota y las características de la personalidad de mascota.

2.6. Precio

En este plan de negocios se utilizará el programa de precios por competencia; para el marketing es el principal elemento para capturar clientes por que se moverán sentimientos como el amor, la ternura por la mascota, y tener una obra original en el ambiente donde vive.

La competencia del proyecto son las galerías, los pintores independientes, y mirando en el sector de las TIC por ahora no hay competencia como pintores independientes noi como empresa.

Para las obras de las personas de los años dorados se utilizará un precio por competencia también se hará una buena estrategia de publicidad con el software y ofrecimiento a las personas y clientes potenciales.

Para los precios de las obras, se tiene en cuenta: Los costos de producción de la obra más una utilidad para competir con las galerías y pintores independientes.

La empresa empezará con dos formatos tanto para el retrato como para pintar la mascota.

El precio para pintar la mascota en lienzo de 50 por 70 Centímetros es de \$500.000

El precio de pintar la mascota en un lienzo de 60 por 80 Centímetros es de \$620.000.

El precio de pintar un retrato en un lienzo de 50 por 70 Centímetros es de \$1.000.000.

El precio de pintar el retrato en un lienzo de 60 por 80 Centímetros es de \$1.200.000.

La empresa ofrecerá la marquetería para la obra con unos precios así.

Para la moldura Nacional.

Para el formato de 50 por 70 es de \$130.000.

Para el formato de 60 por 80 es de \$135.000.

La forma de pago será 50% al inicio de pintar la obra y el otro 50% a la entrega.

2.7. Promoción

Una sería la venta directa porque se puede comunicar y documentar al cliente de los beneficios que ofrece el producto frente a la necesidad emotiva y afectiva de tener una obra original de la mascota.

Para la promoción, se utilizará la publicidad por medio de tarjetas de presentación, catálogo de las obras de arte, la herramienta del software, haciendo relaciones públicas a las diferentes veterinarias, tiendas donde venden productos para las mascotas, asistiendo a eventos ferias que realizan para ofrecer alimentos y productos para mascotas.

También se utilizará el marketing directo, promoción de la venta si el cliente paga la obra de contado se le puede hacer un descuento por pronto pago. Otra forma sería publicidad no pagada cuando se utiliza la herramienta del software. Otra forma de hacer publicidad será diferentes correos electrónicos.

2.8. Propuesta de Valor.

La propuesta de valor es mover sentimientos, emociones, ternura para que el dueño de la mascota decida mandar hacer una obra original de su mascota a esta empresa. Otra sería

entregar, la reseña histórica de la raza con las características y personalidad de la mascota. Entregar enmarcada la obra, y asesorar al cliente donde le queda mejor ubicada en su ambiente para que resalte.

Uno de los problemas que le solucionamos a nuestros clientes es enmarcar la obra para que resalte la pintura con el marco que se le coloca; porque dependiendo del tipo de marco que se coloca resalta la pintura o la opaca. Llevar la obra a su residencia y ubicarla en el ambiente que no la opaque, si no que resalte.

En cuanto a la calidad, la obra se realizará con los mejores materiales del mercado como son los oleos acrílicos, lienzos para que la obra tenga una durabilidad a través del tiempo, si hay fallas con respecto al producto se realizará las respectivas correcciones a tiempo para que el cliente quede satisfecho. El cliente debe quedar satisfecho desde la realización de la obra, enmarcada y puesta en el ambiente, revisando que no haya humedad que podría hacer que la obra se deteriore.

2.9 Análisis de la Demanda.

Esta es la parte más importante del estudio de mercado, consiste en analizar el público al cual se va a dirigir, conocer sus principales características, gustos necesidades y ubicación, lo que se quiere al hacer el análisis de la demanda es descifrar que tan dispuesto estaría los integrantes del mercado en adquirir los productos. (crear una empresa ya ORDPRESS)

2.9.1 Análisis de la demanda consumidor o cliente.

Las obras que se ofrecen son para personas que les gusta el arte y quieran tener una obra original en su ambiente.

Para el 2018 en un estudio publicado en el tiempo el mercado de las mascotas crece por encima de la inflación y 4 de cada 10 familias tienen al menos 1 mascota. existen más de 3.500.000 hogares con mascotas, con los cuales el 67% tienen un perro 18% prefieren gato y el 16% ambos (el tiempo.com).

De acuerdo a lo anterior, el pintar la mascota va para personas mayores de 30 años, sexo femenino, en un estrato socioeconómico 4,5 y 6 que tengan unos ingresos definidos, amen la mascota les guste tener obras originales en el ambiente donde viven.

En cuanto a los retratos de los seres queridos va para personas que les guste las obras originales tengan los medios económicos como un estrato 4, 5 y 6 y para personas mayores de 40 años que son más tradicionales.

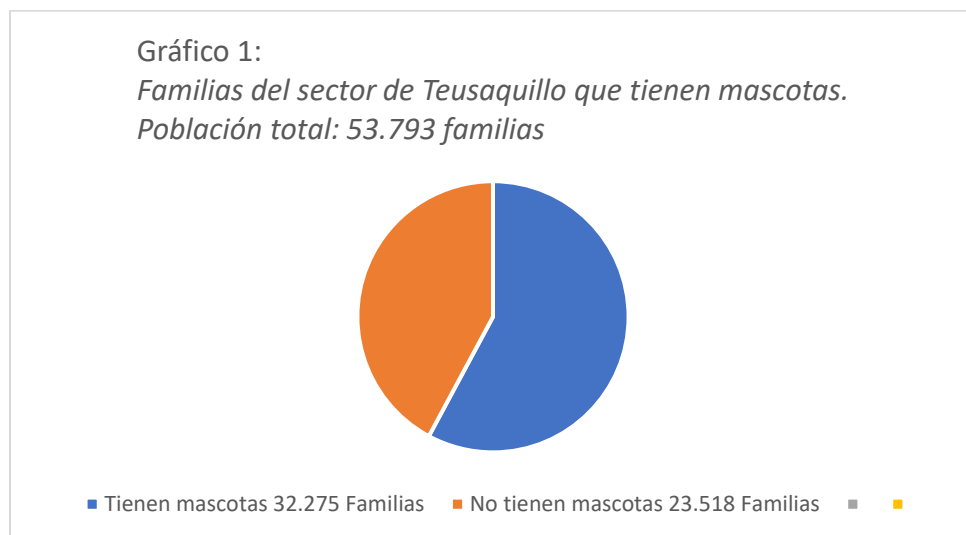
Es muy conveniente acudir a diversas fuentes para tener la información al elaborar el análisis de la demanda, sin embargo, la más usual es obtener la información directamente del consumidor, para ello el método más utilizado es la encuesta, la cual se describe a continuación.

La población de Teusaquillo es de 156.000 habitantes. Donde el sector es de 2,9 habitantes por familia 156.000 habitantes dividido por 2,9 da el número aproximado de familias 53.793 familias. Y según el DANE por cada 10 familias hay 6 familias que tienen mascotas. En el estudio las personas que viven en el sector son de clase media y media alta por lo tanto se buscaría ese sector para ofrecer las obras de arte.

El total de familias es de 53.793 y por cada 10 familias 6 tiene mascotas por lo que el 60% de las familias del sector de Teusaquillo tienen mascotas esto nos que 32.275 tienen

mascotas. La población que va a trabajar la empresa es de 32.275 familias del sector (Gráfico 1).

En el sector de Teusaquillo, entre sus residentes predomina la clase media alta, alta en su mayoría profesionales y artistas, es una localidad completamente urbanizada, con muchas zonas verdes como el parque Simón Bolívar y la ciudad Universitaria y corresponde a los barrios La Esmeralda, Galerías, Teusaquillo, Quita Paredes. Ciudad Salitre, Parque central Simón Bolívar. Según el censo del 2018 la familia esta, conformada por debajo de los 2,9 persona por hogar siendo una población adulta (el tiempo.com).



2.10. Encuesta

Buenos días, mi nombre es María Naydee Gómez, estoy realizando un estudio de investigación para ver si es factible sacar al mercado un producto, y para ello, se necesita la información y usted es parte fundamental en el estudio.

1. Nombre y apellidos.
2. Sexo.

3. Casado o soltero.
4. ¿Le gustaría tener un retrato en óleo de un familiar o ser querido en su hogar?
5. ¿Le gustaría tener u retrato en óleo de su mascota en su hogar?
6. ¿Estaría dispuesto a pagar por la elaboración de la obra de arte?
7. Para entrar en el mercado, la empresa ofrece dos tipos de formato ¿cual le gustaría?

Para las mascotas

50 por 70 centímetros el precio es de \$500.000

60 por 80 centímetros el precio es de \$620.000

Para los retratos

50 por 70 centímetros el precio es de \$1.000.000

60 por 80 centímetros el precio es de \$1.200.000

8. Se ofrece el servicio de enmarcación de la siguiente manera:

El formato de 50 por 70 centímetros el precio es de \$130.000

El formato de 60 por 80 centímetros el precio es de \$135.000

9. En condiciones Económicas y sin este proceso de salud que se vive en el país

¿Estaría dispuesto a recibir una visita en su domicilio para realizar la obra de arte?

Resumen de las encuestas realizadas:

Tabla 2

Respuestas a las preguntas del cuestionario enumeradas del 1 al 9.

#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7				#8		#9
						Para las mascotas		Para los retratos		Formato		
						50x70 cm	60x80 cm	50x70 cm	60x80cm	50x70cm	60x80cm	
Maria I. bueno	F	Casada	No	No								
Mary Hernández	F	Soltero	Si	Si	Si	\$600.000		\$ 1.000.000		\$ 130.000		
Alfredo Arenas	M	Casado	Si	No	Si				\$ 1.200.000		\$ 135.000	
Norida Nuñez	F	Soltera	No	Si	Si	\$600.000				\$ 130.000		
Gloria Ceballos	F	Soltera	Si	Si	Si	\$600.000			\$ 1.200.000	\$ 130.000	\$ 135.000	Si
Alba Luz Vines	F	Soltera	Si	Si	Si		\$ 700.000		\$ 1.200.000		\$ 135.000	Si
Yanira Gómez	F	Casada	Si	Si	Si	\$600.000		\$ 1.000.000		\$130.000		Si
Myryam Cifuentes	F	Soltera	Si	Si	Si		\$700.000	\$ 1.000.000		\$130.000	\$ 135.000	
Katherine Valencia	F	Soltera	Si	Si	Si	\$600.000		\$ 1.000.000		\$ 130.000		Si
Luz Guaque	F	Soltera	Si	Si	Si	\$600.000		\$ 1.000.000		\$ 130.000		Si
Maritza Gonzalez	F	Soltera	si	Si	si	\$600.000		\$1,000.000		\$130.000		
Flor A. Gómez	F	Soltera	Si	Si	Si	\$600.000		\$ 1.000.000		\$130.000		Si
Sandra Acosta	F	Soltera	Si	Si	Si		\$ 700.000		\$ 1.200.000		\$ 135.000	Si
Yenny P. Nuñez	F	Soltera	No	Si	Si	\$ 600.000				\$ 130.000		Si
Carlos Molina	M	Soltera	Si	Si	Si	\$ 600.000			\$ 1.200.000	\$ 130.000	\$ 135.000	Si
Camilo A. Nuñez	M	Soltero	Si	Si	Si		\$ 700.000		\$ 1.200.000		\$ 135.000	Si
Melida Hernández	F	Casada	Si	Si	Si		\$ 700.000		\$ 1.200.000		\$ 135.000	Si
Samantha Núñez	F	Soltera	No	Si	Si	\$ 600.000				\$ 130.000		
Laura Silva	F	Soltera	No	Si	Si	\$ 600.000				\$ 130.000		
Martha Velásquez	F	Casada	Si	Si	Si		\$ 700.000		\$ 1.200.000		\$ 135.000	Si
Pilar Malaver	F	Soltera	Si	Si	Si	\$ 600.000			\$ 1.2.00.000	\$ 130.000	\$ 135.000	Si
Jorge A. Gómez	M	Soltero	Si	Si	Si		\$ 700.000		\$ 1.200.000		\$ 135.000	Si

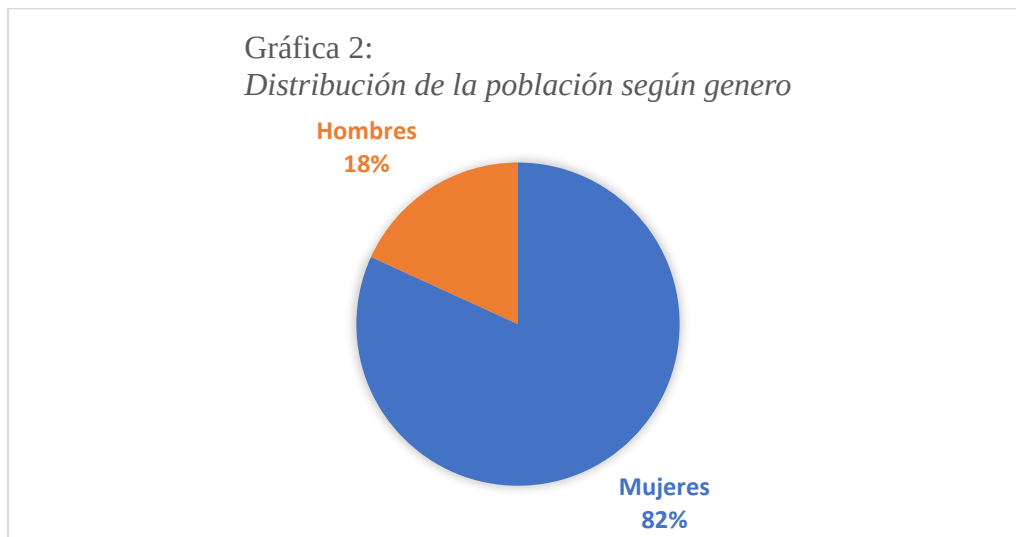
2.10.1 Análisis de las encuestas realizadas.

La encuesta se realizó en el sector de Teusaquillo donde va a estar ubicada la empresa.

Y de acuerdo a ella se sacan las siguientes conclusiones:

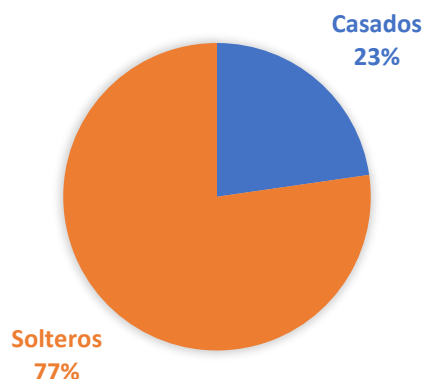
La pregunta 1 habla del reconocimiento de las personas entrevistadas, son datos personales los cuales se manejará con discreción y responsabilidad, por lo tanto, estos datos no se utilizarán para otros fines que no sean para realizar este proyecto, se entrevistaron en total 22 personas del sector Teusaquillo.

La pregunta 2 habla del género de las personas entrevistadas, es de resaltar que la mayoría son mujeres (18 personas) con respecto a los hombres (4 personas) siendo las mujeres el 82% de la población total y fueron más receptivas al recibir la información y brindar las respuestas (Gráfico 2).



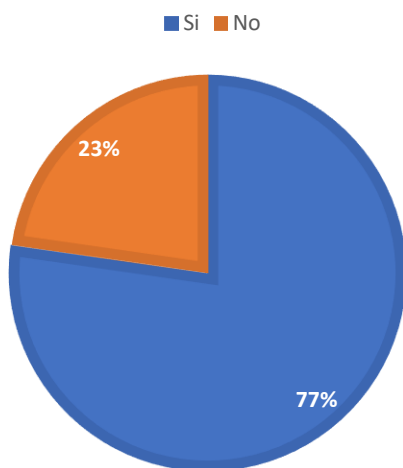
La pregunta 3 brinda información sobre el estado civil de las personas entrevistadas, de las cuales 17 son solteros y 5 son casados (Gráfico 3), según estadísticas las personas solteras tienden a adquirir más frecuentemente una mascota para compañía que las personas casadas, lo que implica un punto a favor para este proyecto.

Gráfico 3:
Distribución de las personas según estado civil

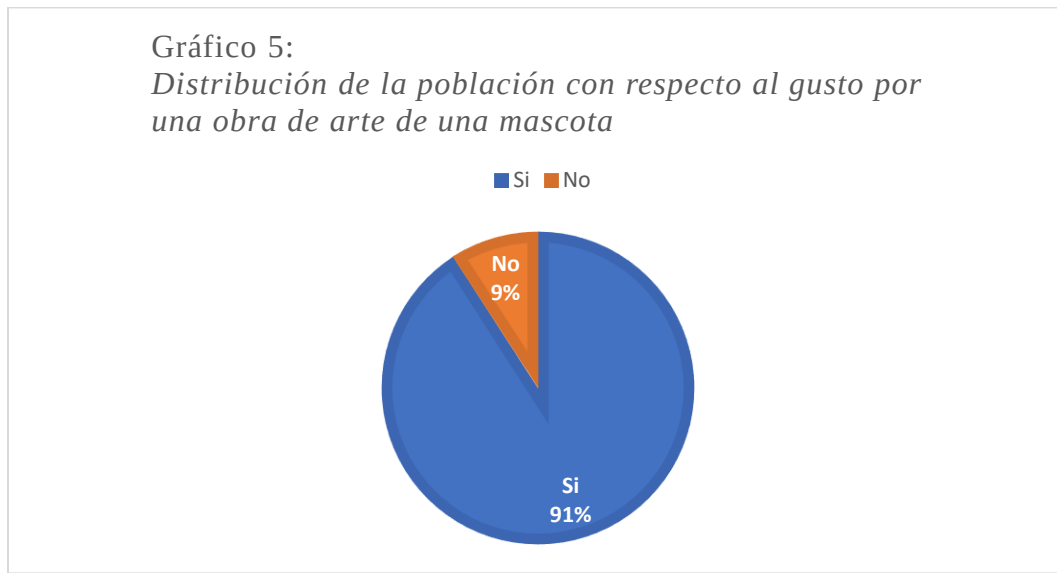


La pregunta 4 brinda información sobre los gustos de las personas entrevistadas, específicamente sobre si le gustaría tener un retrato en óleo de un familiar o ser querido en su hogar, la encuesta informa que 17 personas dijeron que si les gustaría tener un retrato de su familiar en su hogar, siendo un 77% de la población total, lo que también es un dato a favor para la realización de este proyecto (Gráfico 4).

Gráfico 4:
Distribución de la disposición de una persona para tener una obra de arte de un familiar o ser querido en su hogar



La pregunta 5 también brinda información sobre los gustos de las personas entrevistadas, específicamente sobre si le gustaría tener un retrato en óleo de una mascota en su hogar, la encuesta informa que 20 personas dijeron que si les gustaría tener una obra de arte de su mascota en su hogar, siendo un 91% de la población total (Gráfico 5). Es importante resaltar que este tipo de producto es más aceptado por las personas que los retratos de los familiares, nos demuestra la gran aceptación de las mascotas en los hogares y también es un dato a favor para la realización de este proyecto.



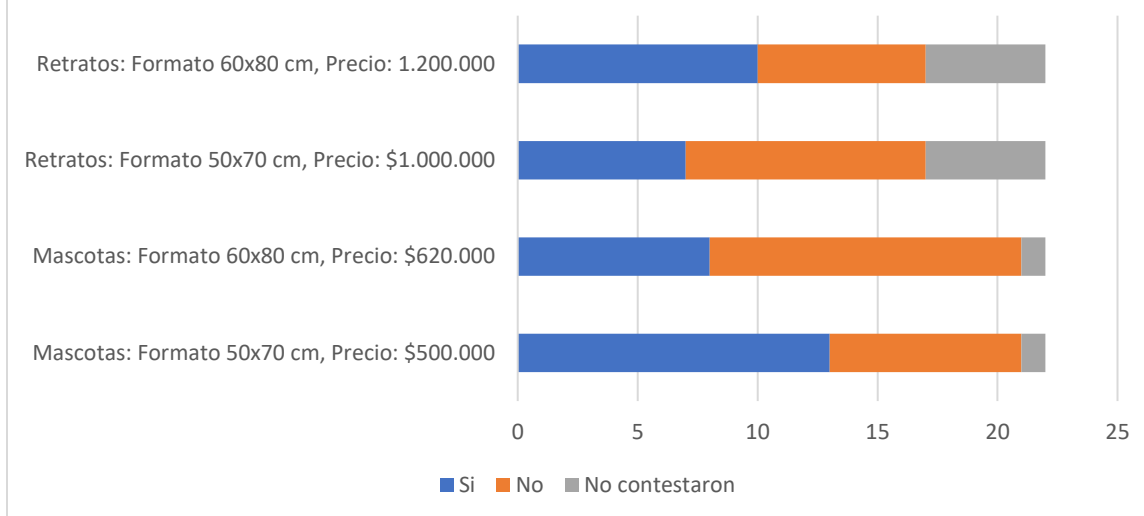
La pregunta 6 brinda información sobre si una persona estaría dispuesta a pagar por una obra de arte teniendo en cuenta que es una adquisición de lujo y no es un elemento de primera necesidad. Para esta pregunta 21 personas respondieron que si estaban dispuestas a pagar por una obra de arte, siendo el 95% de la población total (Grafica 6), lo que es otro punto a favor para la realizar este proyecto, sin embargo, se debe tener en cuenta que la encuesta fue realizada antes del conocimiento e inicio de la pandemia por SARS -Cov2 (Covid -19), la cual ha modificado significativamente la economía mundial, haciendo que

las personas tengan como prioridad la adquisición de productos básicos de la canasta familiar y la adquisición de elementos de lujo pase a estar de último plano.



La pregunta 7 brinda información sobre la preferencia en los gustos de las personas con respecto al tamaño (formato) de la obra de arte y su precio respectivo tanto para mascotas (Formato 50x70 cm el precio es de \$500.000, para el formato 60x80 cm el precio es de \$620.000) y para los retratos (Formato 50 x70 cm el precio es de \$1.000.000, para el formato 60x80 cm el precio es de \$1.200.000). La encuesta informa nuevamente la preferencia de las personas por las obras de arte por las mascotas dado que 21 personas contestaron la pregunta sobre las mascotas (13 personas para el formato 50x70 cm y 8 personas para el formato 60x80 cm) excluyendo a la persona que no está dispuesta a pagar por obras de arte. En contraste, solo 17 personas contestaron la pregunta sobre el retrato de familiares o seres queridos (7 personas para el formato 50x70 cm, 10 personas para el formato 60x80 cm), y 6 personas prefirieron no contestar a esta pregunta (Gráfico 7).

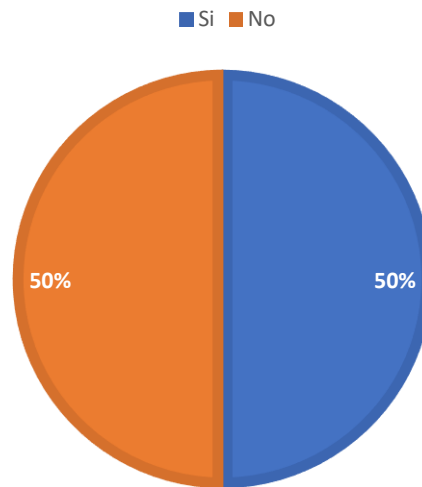
Gráfico 7:
Distribución de la población con respecto a la preferencia del formato y precio



La pregunta 8 brinda información sobre la preferencia de las personas con respecto al marco que utilizará la obra de arte realizada sin importar si es un retrato de una persona o de una mascota (Para el formato 50x70 cm se adicionan \$130.000 pesos al valor de base de la obra seleccionada ya sea retrato o mascota, para el formato 60x80 cm se adicionan \$135.000 pesos al valor de base de la obra seleccionada ya sea retrato o mascota), 21 personas contestaron a esta pregunta informando que quieren enmarcar la obra, se excluye a la persona que no está dispuesta a pagar por la realización de una obra de arte.

La pregunta 9 brinda información sobre la disposición de las personas para recibir una visita en su domicilio para evaluar el espacio ideal para instalar la obra de arte y evitar su deterioro por exposición a humedad o a la luz solar directa, esto con el fin de evitar quejas o reclamos en caso que la obra se llegue a deteriorar por mal control de factores ambientales. De las 21 personas, 14 personas aceptaron la visita domiciliaria (Gráfico 8).

Grafico 8:
Disponibilidad de las personas para recibir visita domiciliaria para asesoría



2.11. Competencia.

2.11.1. Sector Económico del arte.

Dentro del sector del arte se encuentran las galerías en donde se trabaja con un grupo de pintores y la galería cobra una comisión por la venta de la obra, el pintor cobra por la realización de una obra de acuerdo a las exposiciones realizadas en su vida artística, si el pintor ha recibido premios por su labor, la obra realizada se cotiza más. Los precios que tiene la empresa son analizados por el curador de la empresa y analiza calidad y un precio justo para el cliente.

2.11.2 Página Web.

En el internet se pueden encontrar múltiples ejemplos de empresas que encuentran en esta plataforma una forma de presentar y vender sus obras por páginas web sin necesidad de tener que pagar el costo elevado del arriendo o compra de un local en físico o en una localización específica, por ejemplo, si se realiza una búsqueda por internet en la plataforma Google con la frase “pintar mascotas” se encuentra un link Andrea Gonzalez

(2016), esta página fue creada en el 2016, trabajan dos artistas; el empezar de la empresa fue por la enfermedad de Charlie, un perro de raza SCHNAUZER, y de ahí empezaron a pintar mascotas. Se propone que el proyecto que realiza actualmente el gestor maneje una página web para poder exponer sus productos y facilitar las ventas, con respecto a la página web que va a tener la empresa, tiene un costo de \$1.200.000 la creación de la página y una mensualidad de \$400.000.

Fortalezas:

El ofrecer las obras por las páginas web hace que sean visualizadas por más personas y lleguen a lugares lejanos al lugar en donde vive el gestor, dado la fácil difusión de las imágenes por la red, por lo que se puede acceder a un público más amplio que si solo se expone en una galería.

Con respecto a la página web que va a tener la empresa tiene un costo de \$1.200.000 la creación de la página y una mensualidad de \$400.000 mensuales, los cuales son unos precios menores que si se arrendara o comprara un local en físico. Lo que implica menos gastos para el gestor.

Debilidades:

No hay contacto con el cliente, ya que si éste vive en otro país no puede evaluar la obra personalmente antes de su compra, adicionalmente, es común saber que las obras de arte en oleo pueden ser mejor evaluadas en persona, ya que así se pueden valorar con más detalle los trazos, los colores o técnicas utilizadas que si solo se evalúa la foto de la obra. Por otro lado, si el cliente se encuentra inconforme con la obra recibida y solicita realizar un arreglo o un cambio de la misma, sería muy costoso para la empresa asumir el traslado de la obra, teniendo en cuenta el uso de dólares como moneda de cambio entre los países, ya que actualmente el precio del dólar está muy elevado.

2.11.3. Galerías.

El cliente puede ir a una galería que las hay en varias partes de Bogotá, y puede solicitar que le pinten la mascota.

Fortalezas.

Se puede asegurar que la obra en exposición pertenece a un pintor reconocido, ya que si sus obras están en la galería es que ya tiene un recorrido artístico en su hoja de vida y eso cotiza las obras, además se puede certificar que es una obra original. Al ser realizada por un pintor reconocido, es posible que la obra entre en el mercado de obras y ésta pueda ser re vendida más tarde por un mayor precio, por lo que se convierte en una forma ahorro.

Debilidades.

El precio de la realización de la obra es más alto debido a que el pintor se cotiza con las exposiciones en el país o en el exterior y también si ha tenido premios por obras realizadas. Esto hace que los precios sean más altos y no todos pueden llegar a comprar una obra.

Si lo contrata por medio de la galería, se cobra un porcentaje al cliente por la intermediación por lo tanto es más costoso.

2.11.4. Pintores

Los pintores independientes, son aquellos que tienen su taller para realizar obras y venderlas.

Fortalezas.

Los pintores independientes realizan obras por encargo, sus precios se cotizan por su recorrido artístico, exposiciones en museos, premios ganados en el país o en el exterior, dan la certificación de que es una obra original, de buena calidad, y pueden ser vendidas nuevamente si el cliente quiere venderla más tarde. Teniendo la certificación del pintor.

Debilidades.

La debilidad es que el precio es más alto que la venta en otros lugares, por lo que la obra se hace menos accesible para todos los clientes.

Tabla 3						
<i>Relación de precios de la empresa con la competencia</i>						
Empresas	Mascotas		Retratos		Molduras	
	50 por 70	60 por 80	50 por 70	60 por 80	50 por 70	60 por 80
Plan de negocios	\$ 600.000	\$ 700.000	\$ 1.000.000	\$ 1.200.000.	\$ 130.000	135.000
Pintores	\$ 700.000	\$ 800.000	\$ 1.300.000	\$ 1.500.000	\$ 200.000	\$ 235.000
Galerías	\$ 840.000	\$ 1.120.000	\$ 1.600.00	\$ 2.000.000	\$ 500.000	\$ 700.000

De acuerdo con la tabla, los precios varían mucho, y esto es porque los precios que tienen los pintores van de acuerdo con su recorrido artístico, y va también a quien le cobra la obra. las galerías son agentes intermediarios para vender la obra, cobran una comisión por la venta.

Para el plan de negocios las molduras son nacionales, donde se enmarcará con una moldura.

CAPITULO III

3. Estudio técnico

Este estudio se realiza después del estudio de mercado ya que este indica que hay demanda suficiente de acuerdo con las características del producto, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de venta y precio de venta, hay necesidad de definir el producto en el estudio técnico, este determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

Las informaciones técnicas y físicas se transforman en unidades monetarias para el cálculo de las inversiones y la minimización y optimización de los costos. De acuerdo con lo, anterior el estudio técnico comprende: tamaño del proyecto, localización del proyecto, ingeniería del proyecto.

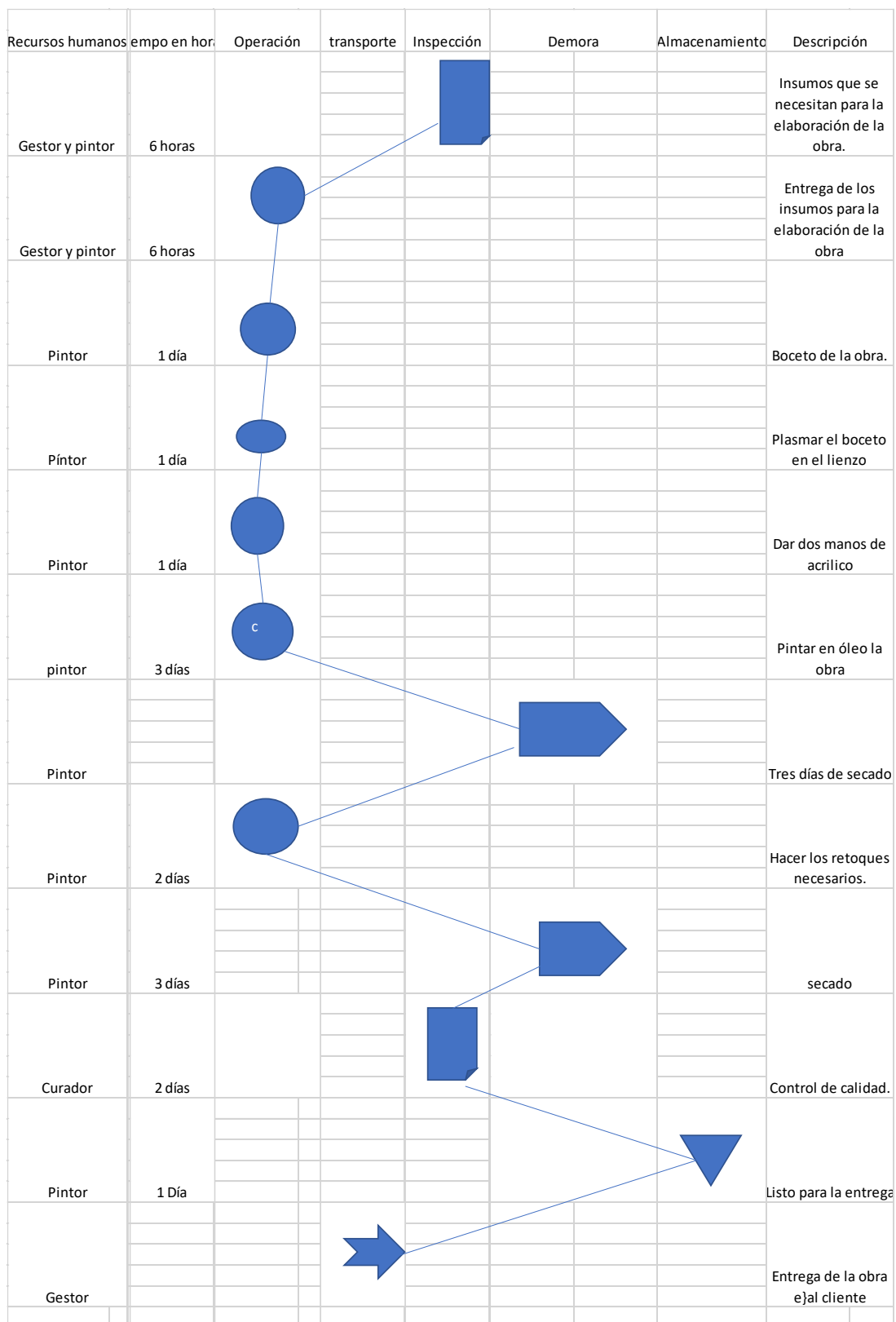
3.1. Ficha técnica

La ficha técnica para una obra de arte los ítems son quien elabora la obra, la técnica que se realiza en el lienzo, el nombre de la obra, el formato que tiene la obra, la dirección y teléfono de quien realizó. Para una exposición, va en la ficha técnica el precio de venta.

Tabla 4	
<i>Ejemplos de productos ofrecidos por la empresa de arte con su respectiva ficha técnica.</i>	
Producto 1 	Pintor: Mará Naydee Gomez Cortés. Técnica: Óleo sobre lienzo. Nombre de la obra: Tomy Dimensión: 50X70 Dirección: Calle 46 # 52-44 Teléfono: 3176994773.
Producto 2 	Nombre: María Naydee Gomez Cortés. Técnica: Óleo sobre lienzo. Nombre de la obra: Retrato Aura María. Dimensión: 60X80 Dirección: Calle 46 # 52-44 Teléfono: 3176994773.

3.2. Análisis de procesos

Diagrama 1

Diagrama de producción

Para realizar una obra de arte, lo primero es tener la orden de pedido por el cliente y dimensiones.

Inspeccionar que insumos se necesitan para la realización de la obra.

Entrega de los insumos para la elaboración de la obra.

Hacer el boceto en papel.

Pasar al lienzo el boceto.

Se le aplican dos manos de acrílico con pincel plano.

Se prepara el Oleo en la paleta y comienza, aplicar con el pincel el óleo en el lienzo de acuerdo con el boceto.

Se deja para secado del óleo.

Se hacen los retoques necesarios.

Se deja para secado del óleo.

Se entrega a control de calidad.

Si la encuentra bien lo lleva almacenamiento.

Y lista para hacerla llegar al cliente.

3.3. Plan de producción.

Para iniciar el proyecto, la empresa está proyectado para realizar 12 obras en el mes.

Para responder a la demanda, Cada pintor responde por tres obras que se realizan en 15 días debido al proceso de elaboración porque hay unos tiempos de secado.

El pintor puede intervenir las obras al mismo tiempo debido a que estas tienen un tiempo de secado y mientras tanto puede trabajar en las otras obras.

3.3.1 Costos para la elaboración de una obra de arte de la mascota dimensión 50X70 cm.

Tabla 5						
<i>Costos para la elaboración de una obra de arte de la mascota con dimensión 50x70 cm</i>						
Concepto	Material directo	Mano de obra directa	Costos indirectos	Unidades	Costo unitario	Total
Lienzo	X			1	\$27.000	\$27.000
Oleos	1 tubo alcanza para 12 obra			Son 10 tubos de pintura cada uno cuesta \$21 \$21.000/12	21.000/12=1750 \$1.750x12.	\$21.000
Óleo Blanco	X			1 tubo alcanza para 15 obras	El valor del tubo blanco \$60.000/15	\$4.000
Trementina	X			1 botella alcanza para 12 obras.	El valor de \$10.000/12	\$850
Aceite de linaza	X			1 botella alcanza para 12 obras	\$ 10.000/12	\$850
Servicios: agua luz teléfono			X			\$20.000
Transporte			X			\$15.000
Mano de obra		30 del valor de la obra			Valor de la obra \$600.000	\$180.000
Moldura Pintura Lijas	\$40.000	\$50.000		1 frasco de pintura alcanza para 5 obras	\$52.400	\$90.000 \$4.200
Total						\$362.900

Para pintar una obra del retrato de la mascota de dimensión 50 por 70 se va en insumos y mano de obra por un valor \$362.900, donde al pintor se le paga por proyecto realizado un valor del 30% del precio de venta de la obra que es de \$600.000.

3.3.2. Costo para elaborar una obra de la mascota dimensión 60X80 cm.

Tabla 6						
<i>Costos para la elaboración de una obra de arte de la mascota con dimensión 60x80 cm</i>						
Concepto	Material directo	Mano de obra directa	Costos indirectos	Unidades	Costo unitario	Total
Lienzo	X				\$30.000	\$30.000
Oleos	X			1 tubo alcanza para 14 obras de estas dimensiones	21.000/14=	\$15.000
El óleo blanco	X			1 tubo 15 Obras.	1.500x10= \$60.000/14	\$4.300-
Acrílico	X			1 tubo alcanza para 10 obras de esta dimensión	\$14.000. se utilizan dos colores. \$14.000/10= \$1.400X2=	\$2.800
Trementina.	X			1 frasco alcanza para 10 obras	\$10.000/10=	\$1.000
Aceite de linaza.	X			1 frasco alcanza para 10 obras	= \$10.000/10 = 1.000	\$1.000
Varsol	X			1 botella Alcanza para 8 obras \$8.000	\$8.000/ 8= \$800.	\$800
Servicios	X			\$20.000		\$15.000
Transporte	X		\$20.000			\$20.000
Moldura	\$50.000	\$45.000		1 frasco de pintura alcanza para 4 obras.	\$10.000/4=	\$2.500. \$95.000
Lijas	2				\$1000X2	\$2.000
Mano de obra directa		\$210.000. 30% del valor de la obra \$700.000				\$210.000
Total	\$401.100					

Para realizar un retrato de 60 por 80 hay un costo de \$401.1|00, donde el pintor se le paga por proyecto el 30% del precio de venta de la obra \$700.000.

3.3.3. Costo de realizar un retrato dimensión 60x80 cm

Tabla 7						
<i>Costos para la elaboración de un retrato con dimensión 60x80 cm</i>						
Concepto	Material directo	Mano de obra directa	Costos indirectos	Unidades	Costo unitario	Total
Lienzo	X			1	\$30.000	\$30.000
Óleos	10 tubos			1 tubo alcanza para 12 obras	$21000/8=\$2625.$ $\$2625 \times 10 =$	\$26.250
Acrílicos	2			1 tubo alcanza para 12 obras	$14.000/12=\$1,200$ $1.200 \times 2 =$	\$2,400
Trementina	1 botella			1 botella alcanza para 12 obras	$\$10.000/12=\850 850	\$850
Aceite de linaza	1 botella			1 botella alcanza para 12 obras.	$\$10.000/12=850$	\$850
Varsol	1 botella			1 botella alcanza para lavar pinceles 12 obras	$\$8,000/10$	\$800
Servicios			\$25.000			\$25.000.
Transporte			\$20.000			\$20.000
Mano de obra directa		30% del precio de venta.				\$360.000
Moldura y pintura para em marco	\$50.000 1frasco de pintura.	\$45.000		1 frasco alcanza para 4 marcos	$\$10.000/4=$ \$2.500	\$97.500
Lijas	1 lija			Alcanza para 2 marcos	\$ 2000.	\$1,000
Total						\$565.100

Para realizar un retrato de una persona de dimensión de 60 por 80 el costo de los insumos y de la mano de obra del pintor es de \$565.100 donde el pintor se le paga el 30% del precio de venta de la obra es de \$1.200.000.

3.3.4. Costo de realizar un retrato de 50x70 cm.

Tabla 8						
<i>Costo de realizar un retrato de 50x70 cm</i>						
Concepto	Material directo	Mano de obra	Costos indirectos	Unidades	Costo unitario	Total
Lienzo	X				\$27.000	\$27.000
Óleos	10 tubos			Un tubo alcanza para 10 obras	$\$21.000/10 = \2.100	\$21.000
Acrílicos	2 tubos			1 tubo alcanza para 14 obras	$\$14.000/14 =$	\$2.000
Trementina	1 frasco			Un frasco alcanza para 12 obras	$\$10.000/12 = \850	\$850
Aceite de linaza	1 frasco			1 frasco alcanza para 12 obras	$\$10.000/12 = \1.700	\$850
Varsol	1 botella					
Transporte			\$20.000			\$20.000
Mano de obra		30% de la mano de obra. \$300.000				\$300.000
Moldura y pintura para la moldura.	\$50.000	\$40.000		1 frasco alcanza para 2 cuadros	$\$10.000/2 =$	\$95.000
Lijas	2			Cada lija a \$1.000	\$2.000	\$2.000
Total	\$468.700					

El costo de realizar un retrato de una dimensión de 50 por 70 es de un valor de \$468.700 con la mano de obra del pintor que es del 30% del precio de venta de la obra por un valor de \$1.000.000.

El plan de negocios está proyectado para iniciar, con 12 obras al mes mediante una publicidad masiva y utilizando estrategias de marketing.

3.4. Análisis de costo de venta

Establece el nivel de producción para el plan de negocios, para ver cuánto debe producir cuales son los costos variables y fijos que implica elaborar las obras, para ver cuando se logra el punto de equilibrio.

Tabla 9	
<i>Costos fijos</i>	
Concepto	Costos fijos
Agua	\$100.000
Luz	\$150.000
Teléfono	\$100.000
Publicidad	\$400.000
Papelería	\$100.000
Mantenimiento	\$345.000
Cafetería	\$155.000
Total	\$1.350.000

Los costos fijos de la tabla número 9 son mensuales. Y los gastos de ventas es por la creación de la página web pero el mantenimiento de la página web mensual que es de \$400.000 pesos mensuales.

Tabla 10	
<i>Tabla de gastos de venta</i>	
Producto	Precio
Página web	\$1.200.000

3.4.1 Cuadro de relación de costos / precio de los productos

Tabla 11		
<i>Cuadro de relación de costos / precio de los productos</i>		
Productos	Costo por unidad	Precio por unidad
Mascotas 50x70 cm	\$362.900	\$600.000
Mascotas 60x80 cm	\$401.100	\$700.000
Retratos 50x70 cm	\$468.700	\$1.000.000
Retratos 60x80 cm	\$565.100	\$1.200.000

3.5. Punto de equilibrio

\$1.350.000

Punto de equilibrio de unidades = -----= 3 unidades

600.000-332.900

Para tener un punto de equilibrio la empresa debe vender 8 unidades.

Punto de equilibrio para la obra de pintar la mascota es:

Punto de equilibrio en pesos= \$600.000X3=\$ 1.800.000.

Para pintar la mascota en la dimensión de 60X80.

\$1.350.000

Punto de equilibrio por unidades=-----= 5 unidades

\$700.000-\$401.100

Para lograr el punto de equilibrio la empresa debe vender 5,63 unidades para lograr el punto de equilibrio.

Punto de equilibrio en pesos en pesos $\$700.000 \times 5 = \$3.500.000$

Punto de equilibrio para el retrato en formato de 50X70.

\$1.350.000

Punto de equilibrio por unidades = _____ = 2,5 Unidades

1.000.000-468.700

Punto de equilibrio en pesos = $\$1.000.000 \times 2,5 = \$2.500.000$

Para el retrato en dimensión 60X80

\$1.350.000

Punto de equilibrio en unidades = _____ = 2 Unidades.

\$1.200.000- \$565.100

Punto de equilibrio en pesos = $1.200.000 \times 2,5 = \$3.000.000$

3.6. Relación costo venta para elaborar una obra de arte

3.6.1 Relación costo/venta para elaborar una obra de 50x70 cm

Tabla 12					
<i>Costo/venta para elaborar una obra de arte de la mascota de 50x70 cm</i>					
Unidades	Precio de venta	Ventas	Costos fijos	Costo variable	Costo total
1	\$600.000	\$600.000	\$1.350.000	\$362.900	\$1.712.900
14	\$600.000	\$8.400.000	\$1.350.000	\$5.080.600	\$6.430.600
20	\$600.000	\$12.000.000	\$1.350.000	\$7.258.000	\$8.608.000

Gráfico 9.

Punto de equilibrio para elaborar una obra de arte de la mascota de 50x70 cm

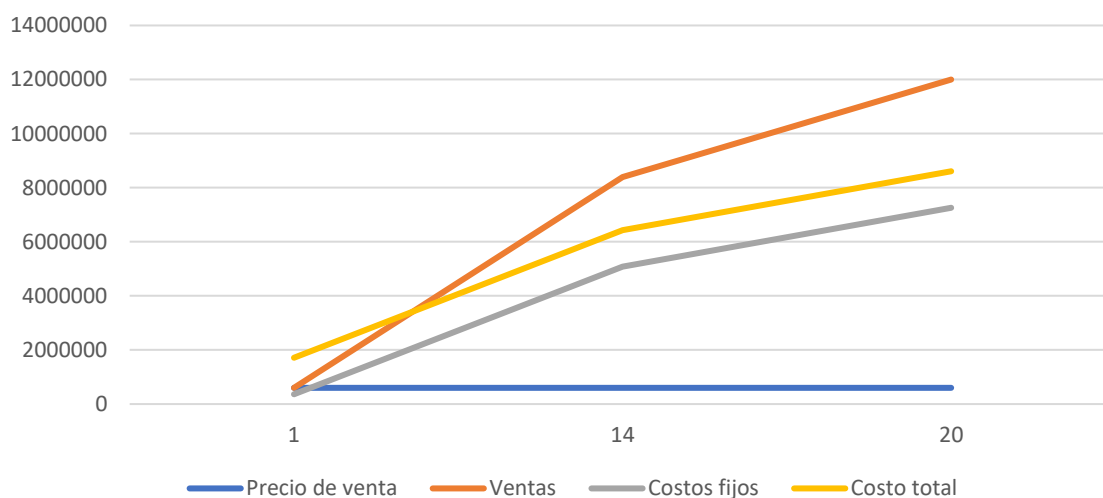


Tabla 13

Relación de ventas y costos para pintar la mascota de 60X80 cm

Unidades	Precio de venta	Ventas	Costos fijos	Costos variables	Costo total
1	\$700.000	\$700.000	\$1.350.000	\$401.100	\$1.751.100
14	\$700.000	\$9.800.000	\$1.350.000	\$5.615.400	\$6.965.400
20	\$700.000	\$14.000.000	\$1.350.000	\$8.022.000	\$9.372.000

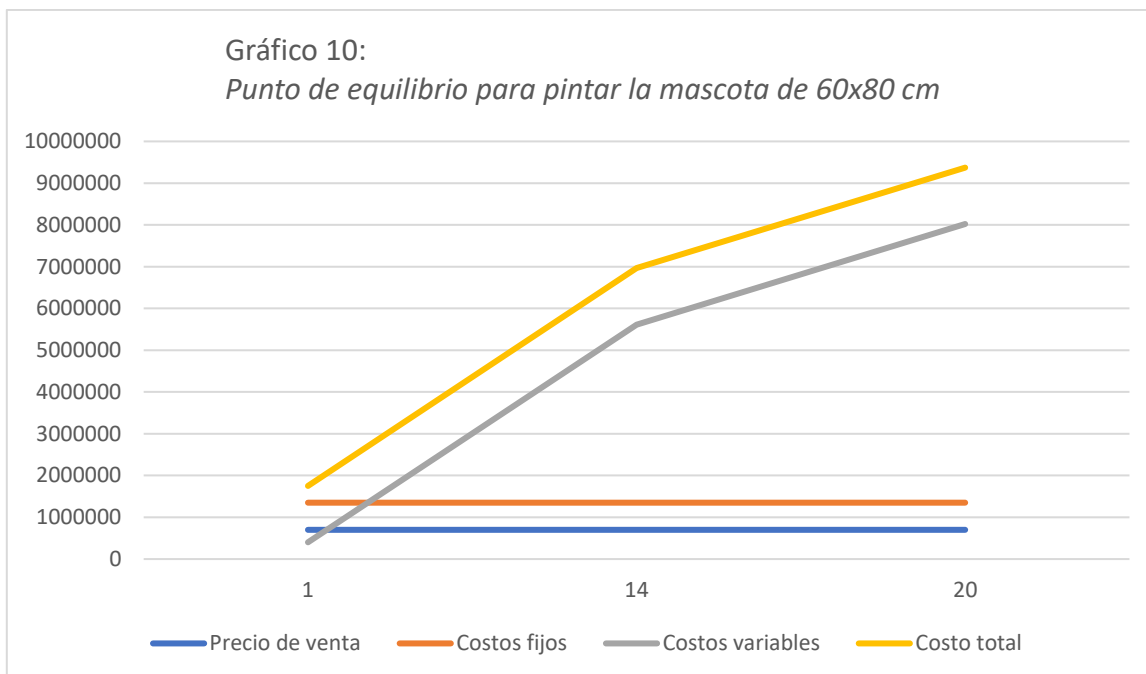


Tabla 14

Relación de ventas y costos de elaborar retratos de 50X70 cm

Unidades	Precio de venta	Ventas	Costos fijos	Costos variables	Costo total
1	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.350.000	\$468.700	\$1.818.700
7	1.000.000	\$7.000.000	\$1.350.000	\$3.280.900	\$1.678.000
14	\$1.000.000	\$14.000.000	\$1.350.000	\$6.561.800	\$7.911.800
20	\$1.000.000	\$20.000.000	\$1.350.000	\$9.374.000	\$10.724.00

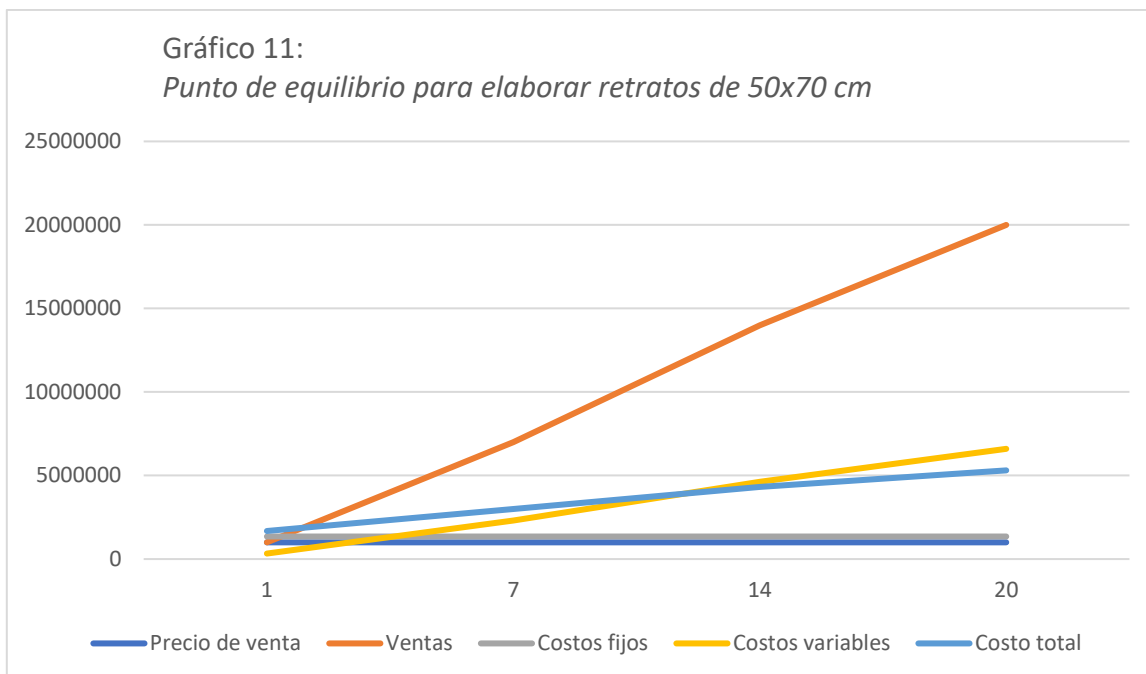
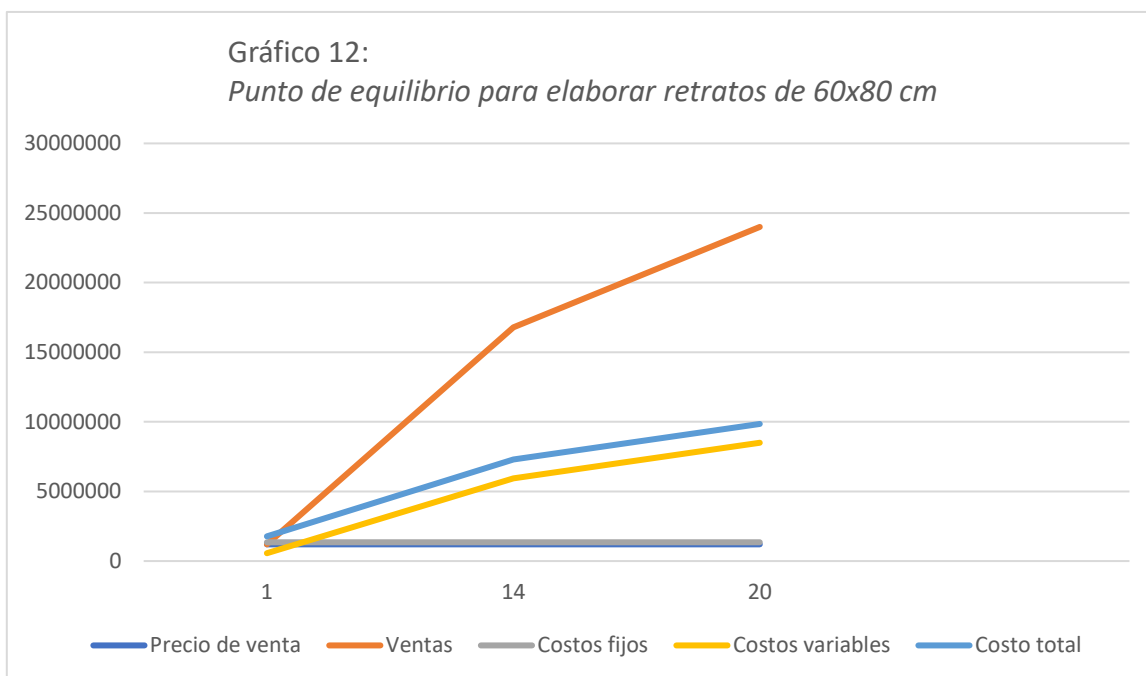


Tabla 15

Relación de ventas y costos de elaboración de retratos de 60X80 cm

Unidades	Precio de venta	Ventas	Costos fijos	Costos variables	Costo total
1	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.350.000	\$565.100	\$1,774.950
14	\$1.200.000	\$16.800.000	\$1.350.000	\$5.949.300.	\$7.299.300
20	\$1.200.000	\$24.000.000	\$1.350.000	\$8.498.000	\$9.848.000



3.6. Análisis de la infraestructura.

Para llevar a cabo el proyecto el gestor presenta los elementos necesarios para poner en funcionamiento la empresa.

Para elaborar 12 obras se necesitan 10 tubos de óleo de diferentes colores cada uno a \$21.000 y un tubo Blanco de \$60.000. los pinceles se compran y teniendo un buen mantenimiento pueden durar 2 años.

El equipo de oficina tiene un valor de \$5.140.000 y el costo de materiales por un valor de \$2656.000.

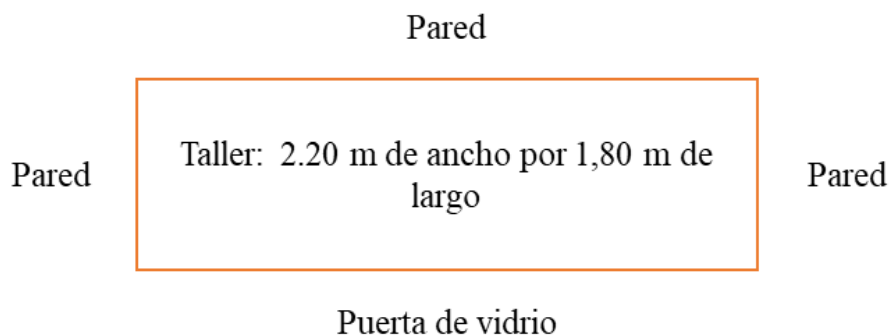
Equipo para el funcionamiento del taller

Tabla 16	
<i>Costo de equipo para el funcionamiento del taller</i>	
Equipo	Precio
Caballetes 69X\$170.000	\$680.000
Mesas auxiliares 4X\$115.000	\$460.000
1 escritorio y 1silla \$500.000	\$500.000
Computador 1X\$3.000.000	\$3.000.000
Teléfono 1 x\$500.000	\$500.000
Total	\$5.140.000

Adecuaciones para el funcionamiento del taller.

El área donde va a funcionar el taller es de:

Imagen 1. Adecuación del taller



Es una adecuación que el gestor hará en la residencia para instalar los otros pintores y la oficina de la empresa. Para evitar costos del arrendamiento del local.

Costos de adecuación del taller:

Tabla 17	
<i>Costos de adecuación del taller</i>	
Pintura del área	\$200.000
Puertas de vidrio	\$1.500.000
Total	\$1.700.000

El gestor tiene que hacerle unas adecuaciones para poner en funcionamiento el taller y este tiene un costo de pintura y colocar unas puertas de vidrio por un valor de \$1.700.000

Tabla 18				
<i>Insumos para la elaboración de 12 obras</i>				
Material	Cantidad	Valor por unidad	Cantidad requerida (unidades)	Costo total
Aceite de linaza extrafino	1 frasco	\$15.000	4	\$60.000
Trementina	2 botellas por pintor	\$10.000	4	\$80.000
Paleta plana	1	\$17.000	4	\$68.000
Mesa auxiliar	1	\$115.000	4	\$460.000
Espátulas	1 juego	\$20.000	4	\$80.000
Acrílicos	5 tubos	\$ 14.000	4	\$280.000
Varsol	1 botella	\$ 7.000	4	\$28.000
Pinceles planos	1 juego	\$ 60.000	4	\$240.000
Pinceles redondos.	1 juego	\$ 50.000	4	\$200.000
Pinceles angulares	1 juego	\$40.000	4	\$160.000
Pinceles Lynner.	1 juego	\$ 20.000	4	\$80.000
Pincele de 3 cerdas	1	\$8.000	4	\$32.000
Brochas finas Angulares	1	\$12.000	4	\$ 48.000
Brochas finas planas	1	\$12.000	4	\$48.000
Total				\$1.864.000

Total de materiales e insumos para poner en funcionamiento el plan de negocios es de \$1864.000. para la realización de 12 obras de arte.

Tabla 19	
<i>Total de compras para iniciar el proyecto</i>	
Compras para iniciar el proyecto	Valor
Equipo para el funcionamiento del taller	\$5.140.000
Adecuación del taller	\$1.700.000
Insumos	\$1864.000
Total	\$8.704.000

El total de compras con la adecuación del taller para poner en funcionamiento el proyecto es de \$8.704.000. en el 2020 para comenzar a trabajar en el 2021.

Las compras que se realizan en insumos para el taller son el valor de 12 obras que son las que se cuentan con las personas encuestadas, que quieren hacer los retratos como se detalla en la encuesta y con eso arranca la empresa los otros insumos se compran en el 2021.

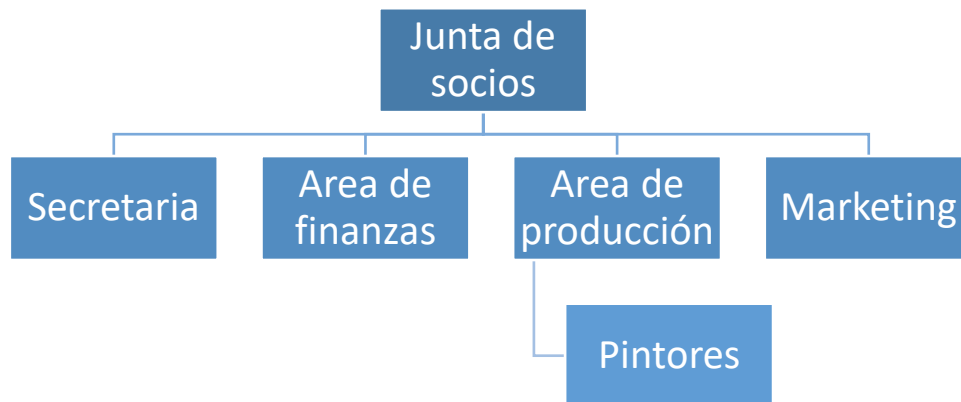
CAPITULO IV

4. Estudio organizacional y legal

4.1 Organigrama del plan de negocios

Organigrama 1

Plan de negocios



De acuerdo al anterior organigrama estará organizado el plan de negocios; el talento humano estará organizado por competencias y habilidades; será evaluado el desempeño de cada uno de las personas que colaborarán en la organización, la empresa estará pendiente del desarrollo del personal para que pueda dar lo mejor de sí, en su trabajo y para tener una motivación tendrá el programa de incentivos y sanciones.

Es importante para el plan de negocios, tener un personal competente, con un buen desempeño, tener una combinación de: conocimiento, experiencia, aptitudes y recursos del ambiente (según LEFOTERF 1998).

Un elemento, fundamental es la actitud que es la Predisposición de una persona a responder de una manera determinada consistente frente a un estímulo, tras evaluarlo positiva o negativamente.

La aptitud es la capacidad para hacer algo, cuando es capaz de entender, resolver un problema o situación que se le plantea, tiene que ver con características del propio individuo, con sus experiencias previas e historia personal.

Otro elemento importante es la competitividad, es la capacidad no solo para enfrentarse con éxito a nuevos aprendizajes, situaciones o problemas sino hacerlo con más eficacia que otros. Además, es importante la destreza, que es la persona que manipula objetos con gran habilidad.

Por último, es importante conocer de tecnología, donde las nuevas reglas son creadas por la información, el conocimiento y las nuevas tecnologías.

4.1.1 Análisis de los cargos

A continuación, se especifican los cargos que se requieren para el funcionamiento del plan de negocios. (Trabajo realizado en talento humano)

La parte Administrativa será conformada por el Gerente, Contador y secretaria.

La parte operativa estará conformada por el curador y 4 pintores que se contratarán para pintar las obras de acuerdo a la demanda de los productos.

La parte financiera estará conformada por el contador.

La parte de marketing estará a cargo de un publicista.

4.1.2 Competencias para los cargos

4.1.2.1 Competencia para el cargo de Gerente:

La persona que ocupe el cargo de Gerente debe ser administrador titulado, conocer el manejo del talento humano por competencias, estar actualizada en cuanto a las variables externas que afectan el entorno y variables internas de la empresa, tener actitud y aptitud, para la dirección tener un pensamiento analítico, crítico, creativo; que le guste trabajar en equipo y tenga autoconfianza y flexibilidad para la toma de decisiones.

4.1.2.2 Competencia para el cargo de Contador:

Ser Contador titulado, con una actitud para responder positivamente a los inconvenientes que se presenten con los estados financieros y la parte tributaria de la empresa. Otro elemento importante es que pueda trabajar en equipo de acuerdo al clima organizacional de la empresa.

4.1.2.3 Competencia para El cargo de publicista:

Ser titulado, en el área, creativo en dar a conocer los productos que se ofrecen al mercado utilizando estrategias de marketing para llegar de una forma apropiada y exitosa a los clientes potenciales; es importante que pueda trabajar en equipo y tenga autoconfianza y flexibilidad para la toma de decisiones.

4.1.2.4 Competencia para el cargo de Secretaría.

Tener conocimientos de software, tener empatía con las personas que se relaciona especialmente con los clientes, y llevar la documentación ordenada y adecuada, para una buena información para las diferentes áreas de la empresa.

4.1.2.5 Competencia para el Director de Arte.

Ser profesional en el área, tener experiencia en pintura en óleo, revisar la calidad de los trabajos realizados como son las obras de arte, tener una actitud y aptitud frente al trabajo positiva y que se adapte al clima laboral de la empresa.

4.1.2.6 Competencia de los pintores

Los pintores deben tener experiencia en pintar mascotas y retratos tener una capacidad de trabajar en equipo, recibir las propuestas del curador de una manera positiva, interesarse por conocer los objetivos, la misión visión de la empresa para trabajar por ellos.

4.1.3 Perfiles de los cargos

4.1.3.1 Perfil del Gerente

Ser profesional en Administración, líder, le guste trabajar en equipo, conocimientos del mercado de arte, estar informado de todo lo concerniente a ferias, economía naranja las nuevas tendencias, buscar los clientes para la comercialización de los productos, tener la actitud y la aptitud, para que la empresa crezca y permanezca en el mercado, ser flexible tener autoconfianza ser creativo, crítico y ético, en la toma de decisiones.

4.1.3.2 Perfil del Contador:

Ser profesional titulado, ser ético en su trabajo, tener capacidad para trabajar en equipo y tener la actitud y aptitud positiva, para enfrentar los retos que se presentan en el manejo contable de la Empresa.

4.1.3.3 Perfil de la Secretaría:

Ser una persona con conocimientos de tecnología y buen manejo de las relaciones personales tanto para la parte interna de la Empresa como con los clientes, tener

conocimiento del manejo de la documentación y archivo de la Empresa. Le guste trabajar en equipo y tenga una buena actitud y aptitud frente a los problemas que se presenten en la actividad de la Empresa.

4.1.3.4 Perfil del Director de Arte

Ser profesional en el área, en Bellas Artes, líder frente al grupo, tener conocimiento y saber la calidad de las obras de arte, que le guste trabajar en equipo, ser flexible frente al grupo buscando la excelencia del producto, creativo frente a la calidad y analítico frente al producto para satisfacer al cliente.

4.1.3.5 Perfil del publicista.

Ser profesional carismático, creativo, manejo de la tecnología, capacidad de trabajar en equipo, y siempre pensando con su trabajo llegar al cliente.

4.1.3.6 Perfil de los pintores:

Personas que tengan conocimiento y experiencia en hacer obras de arte, que sean flexibles ante la crítica en la realización de la obra y sean disciplinadas y estrictas con los tiempos en la elaboración de las obras.

4.1.4 Evaluación y desempeño

Para la evaluación del desempeño de acuerdo al perfil establecido, las competencias requeridas, el cargo relacionado y el nivel del cargo asociado son.

4.1.4.1 Gerente:

El Gerente se evalúa de acuerdo con los resultados de los indicadores económicos de la Empresa, cual ha sido su gestión para buscar los clientes en el mercado, y que resultados

han tenido las estrategias de Marketing para que la Empresa crezca y permanezca en el mercado del arte.

4.1.4.2 El contador:

Se mide su desempeño, en la presentación de los estados financieros utilizando las normas contables a la fecha que los necesita la empresa, los informes que se deben presentar al Estado. En el momento pertinente.

4.1 4.3. La Secretaría

Se mide su desempeño, cuando tiene toda su correspondencia al día, no hay quejas con respecto a la respuesta que da a los clientes y a las personas que trabajan en la organización, y al manejo de la tecnología para dar información exacta y en el momento que se necesita.

4.1.4.4 El Director de Arte:

Su desempeño se mide, por la coordinación que hace con las personas que realizan las obras de arte, en el tiempo solicitado y la calidad de las obras, donde el cliente es el que da la pauta si queda satisfecho o no.

4.1.4.5. Pintores

Su desempeño se evalúa de acuerdo al cumplimiento en la elaboración de la obra y la calidad con que se realiza para la satisfacción del cliente.

4.1.4 6. Publicista

Su desempeño se evalúa de acuerdo a los resultados de la publicidad y si ha sido efectivo aumentar los clientes con el marketing utilizado para llegar a los clientes potenciales y aumentar la producción de obras.

Es fundamental trabajar con el talento humano por competencias porque se analizan las personas que se necesitan, las competencias que deben tener y el perfil, para desarrollar cada uno de los cargos que requiere el plan de negocios.

Es muy importante tener conocimiento experiencia, actitud, y recursos del ambiente para lograr un buen desempeño, en el cargo.

Trabajar en una organización el Talento Humano, por competencias, hace aprovechar el máximo las habilidades de las personas, para que ellas se sientan a gusto en el trabajo y den lo mejor de sí a la organización.

Para la selección del talento humano, para el plan de negocios, el primer proceso es de afectación, cuyo objetivo principal, es garantizar que la empresa disponga del personal necesario en cantidad y calidad; una vez seleccionados, tendrá un proceso de integración, socialización, para que sienta tranquilo y de lo mejor de sí a la organización.

Proceso de formación y Desarrollo: Persigue alcanzar el nivel de capacitación y desarrollo, profesional necesario para que el personal reclutado pueda contribuir al logro de los objetivos de la Empresa, a través de una correcta ejecución de las tareas asignadas. Sus principales actividades se centran en los programas formativos para que los productos se hagan con calidad, para satisfacción del cliente.

Proceso de recompensas y sanciones: Engloba el conjunto de decisiones tomadas por la Empresa, con el fin de controlar, incentivar unos comportamientos adecuados en las personas que integrarán la empresa; se hace necesario un diseño equitativo del esquema retributivo ofrecido a los colaboradores y una evaluación objetiva del desempeño de estos (Moreno Rodríguez Pelayo 2004).

También hay que tener en cuenta, en cuanto al perfil, como la flexibilidad para adaptarse al cambio, la creatividad, la capacidad de aprendizaje y la disposición para trabajar en equipo, la capacidad de decisión y la facilidad para trabajar en forma interrelacionada, ya que la empresa es un sistema interrelacionado.

4.1.5 Funciones del personal

4.1.5.1 Funciones del Gerente

Planificación, organización y supervisión de todas las actividades desempeñadas por la empresa, administración de los recursos de la entidad y coordinación de las partes que la componen.

Coordinar con el publicista las campañas de las propagandas tanto en la página web, como las diferentes formas de llegar a los clientes potenciales para que adquieran los productos de la organización.

Atender las contingencias que puedan surgir.

Representación de la empresa en los estamentos del Estado como Cámara de Comercio DIAN, cuando lo requiera.

Coordinar con el curador la calidad de los trabajos y revisar que se de cumplimiento a los tiempos establecidos para la entrega de los trabajos.

Supervisar el presupuesto del año en gestión con el contador para dar cumplimiento a los gastos y costos que genera la empresa en su funcionamiento.

Velar por que haya un buen clima organizacional para que los colaboradores den lo mejor de sí en el trabajo.

Dar a conocer la misión visión objetivos de la organización para que sus trabajadores sepan para donde va la empresa y que se sientan comprometidos para lograr los objetivos empresariales.

Cumplir con el programa de recompensa y sanción para los trabajadores que sean motivados por un buen desempeño, pero también sanción cuando el empleado no cumple sus funciones con el cumplimiento de entrega de obras y la calidad de las obras.

Estar pendiente del entorno externo de la empresa y del entorno interno de la organización para tomar decisiones adecuadas y seguir creciendo para permanecer en el mercado.

Estar pendiente de la captación de clientes para abrir mercados en otras partes de Colombia y porque no del exterior.

4.1.5.2 Funciones del Contador.

Hacer el presupuesto anual de la empresa en coordinación con el gerente y el curador.

Realizar los estados financieros.

Realizar los informes pertinentes para presentarlos a los estamentos del Estado como la DIAN, Cámara de Comercio y otros.

Presentar los indicadores económicos a la gerencia para que el gerente los analice.

4.1.5.3 Funciones de la secretaria.

Contestar llamadas de los clientes y transmitirlo a la persona que puede dar solución o respuesta.

Llevar la correspondencia necesaria de la empresa.

Llevar la agenda de reuniones que tiene el Gerente con los diferentes clientes.

Llevar el control del stock de insumos y materiales que se utilizan para la elaboración de las obras.

4.1.5.4 Funciones del Director de Arte

Dar las directrices como se va a llevar a cabo la obra.

Dar las fechas para la revisión de la obra.

Revisar y que ajustes se deben hacer para tener calidad en la realización de la obra.

Dar el visto bueno para la entrega.

4.1.5.5. Funciones del publicista

Estar pendiente de la página web para actualizarla o que cambios se pueden hacer para llegar de una manera efectiva a los clientes,

Hacer las campañas de propaganda para llevar a las veterinarias o ferias para dar a conocer los productos de la empresa.

Dar a conocer nuevas maneras de marketing para atraer nuevos clientes.

4.1.5.6 Funciones de los pintores.

Los pintores son los encargados de realizar las obras.

Recibir el proyecto y entender lo que quiere el cliente.

Dar a conocer que materiales se necesitan para la realización de la obra teniendo en cuenta que se les da un stock de materiales, para un número de obras.

Realizar la obra con los lineamientos que da el curador de arte, en los tiempos que se necesitan para la realización de la obra.

Entregar la obra para revisión, y si el curador dice que hay que hacer los ajustes realizarlos en los tiempos determinados.

Entregar la obra al curador.

4.1.6. Gastos

4.1.6.1 Gastos administrativos

Tabla 20	
<i>Gastos administrativos</i>	
Cargos	Pago
Gestor	\$2.500.000
Contador	\$500.000
Curador	\$1.500.000
Secretaria	\$980.657
Prestaciones sociales	\$1.500.405
Total	\$6.991.062

Los gastos administrativos están presupuestados mensuales, el único cargo que se contrata por prestaciones sociales es la secretaria, los otros cargos es por prestación de servicios

4.1.6.2 Gastos de ventas

Tabla 21	
<i>Gastos de ventas</i>	
Gastos de venta	Precio
Página web	\$1.400.000
Total página	\$1.400.000

La creación de la página tiene un costo de \$1.400.000

4.1.7 Forma de Organización.

ARTSERVICE, estará organizada por competencias y habilidades siendo flexible, en la toma de decisiones y teniendo en cuenta las ideas propuestas del equipo de trabajo buscando la excelencia en la elaboración de las obras para la satisfacción del cliente, tratando de probar nuevos rumbos para adaptarse a los cambios tecnológicos económicos y de mercado en una economía global e interrelacionada.

4.2. Documento privado para crear una SAS

_____ En la ciudad de BOGOTÁ, Departamento de CUNDINAMARCA, República de Colombia, el 30 de Septiembre del año 2020, MARÍA NAYDEÉ GÓMEZ CORTÉS, mayor de edad, identificado con Cédula de Ciudadanía número 65.60240 expedida en ESPINAL-TOLIMA, de estado civil SOLTERA domiciliado en la ciudad de BOGOTÁ en la dirección Calle 46 NÚMERO 52-44, quien para todos los efectos se denominará la constituyente, mediante el presente escrito manifiesta la voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

ARTÍCULO PRIMERO TIPO O ESPECIE DE SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE La sociedad que se constituye por medio de este documento es por acciones, del tipo Sociedad

por Acciones Simplificada, esta se registrará por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos, por las normas que de manera especial regulan esta especie de compañía en Código de Comercio y por las generales que en la anterior normativa rigen para las sociedades, teniendo en cuenta que tanto las especiales como las generales sean compatibles con su calidad de una Sociedad por Acciones Simplificada. ARTÍCULO

SEGUNDO DOMICILIO SOCIAL La empresa tendrá como domicilio principal la ciudad de BOGOTÁ, pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

ARTÍCULO TERCERO La sociedad actuará bajo la denominación social ARTSERVICE SAS.; ARTÍCULO CUARTO TÉRMINO DE DURACIÓN La sociedad tendrá un término de duración INDEFINIDO, pero podrá disolverse anticipadamente cuando sus accionistas así lo decidan. ARTÍCULO QUINTO OBJETO SOCIAL La sociedad tendrá por objeto, el desarrollo de las siguientes actividades: A) Elaboración de obras de arte como pintar la mascota en diferentes técnicas de pintura B) Elaboración de obras de arte como pintar el retrato del ser querido, C) Comercialización de obras de arte en diferentes técnicas de pintura D) Cualquier actividad comercial o civil de forma lícita y todas las demás inherentes al desarrollo del objeto social. ARTÍCULO SEXTO CAPITAL AUTORIZADO,

SUSCRITO Y PAGADO El capital autorizado de la sociedad está expresado en PESOS y es de DIEZ MILLONES (\$10'000,000), divididos en cien (100) acciones de igual valor nominal, a razón de CIEN MIL (\$100,000) cada una. La Accionista constituyente ha suscrito CIEN ACCIONES (100) por un valor nominal total de DIEZ MILLONES (\$10'000,000), capital que se encuentra suscrito y pagado en dinero en su totalidad, La clase de acciones aquí suscrita son de clase ORDINARIAS. Parágrafo. El capital suscrito podrá aumentarse por cualquiera de los medios que admite la Ley, igualmente, podrá disminuirse

con sujeción a los requisitos que la Ley señala, en virtud de la correspondiente reforma estatutaria, aprobada por su accionista e inscrita en el registro mercantil. ARTÍCULO SEPTIMO CARACTERÍSTICAS DE LAS ACCIONES Las acciones de la sociedad en que se halla dividido su capital son de clase ORDINARIA. El contenido y las características de los títulos se sujetarán a lo preceptuado en las normas legales correspondientes. Mientras el valor de las acciones no hubiere sido pagado totalmente, la sociedad sólo podrá expedir certificados provisionales. Para hacer una nueva inscripción y expedir el título al adquirente, será menester la previa cancelación de los títulos del tradente. ARTÍCULO NOVENO LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES La sociedad llevará un libro de registro de acciones, previamente registrado en la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad, en el cual se anotará el nombre de cada accionista, la cantidad de acciones de su propiedad, el título o títulos con sus respectivos números y fechas de inscripción, las enajenaciones y traspasos, las prendas, usufructos, embargos y demandas judiciales, así como cualquier otro acto sujeto a inscripción según aparezca ordenado en la Ley. ARTÍCULO DECIMO EMISIÓN DE ACCIONES Corresponde a los accionistas decidir sobre la emisión de acciones de que disponga la sociedad y que se encuentren en la reserva. ARTÍCULO DECIMO PRIMERO REGLAMENTO DE EMISIÓN DE ACCIONES Corresponde al accionista constituyente expedir el reglamento aplicable a la suscripción de las acciones reservadas, ordinarias y de capital emitidas por la sociedad. ARTÍCULO DECIMO SEGUNDO GERENCIA La representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo de un GERENTE, a su vez la sociedad podrá nombrar un SUBGERENTE, quien reemplazará al gerente en sus ausencias temporales y absolutas contando con las mismas atribuciones que el gerente cuando éste entre a reemplazarlo. ARTÍCULO DECIMO TERCERO FACULTADES DEL GERENTE

El gerente está facultado para ejecutar, a nombre de la sociedad, todos los actos y contratos relacionados directamente con el objeto de la sociedad, sin límite de cuantía. Serán funciones específicas del cargo, las siguientes: a) Constituir, para propósitos concretos, los apoderados especiales que considere necesarios para representar judicial o extrajudicialmente a la sociedad. b) Cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales. c) Organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad. d) Velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva. e) Certificar conjuntamente con el contador de la compañía los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales. f) Designar las personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos que de acuerdo a las circunstancias sean convenientes; además, fijará las remuneraciones correspondientes, dentro de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos. g) Celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la compañía y necesarios para que esta desarrolle plenamente los fines para los cuales ha sido constituida. h) Cumplir las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales y en estos estatutos. Parágrafo. El gerente queda facultado para celebrar actos y contratos, en desarrollo del objeto de la sociedad, con entidades públicas, privadas y mixtas. ARTÍCULO DECIMO CUARTO RESERVAS La sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito y se formará con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio. El accionista podrá decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales. ARTÍCULO DECIMO QUINTO UTILIDADES No habrá lugar a la distribución de utilidades sino con base en los

estados financieros de fin de ejercicio, aprobados por La accionista, aprobación que se presume por el hecho de la certificación mientras ocupe el cargo de gerente. Tampoco podrán distribuirse utilidades mientras no se hayan enjugado las pérdidas de ejercicios anteriores que afecten el capital, entendiéndose que las pérdidas afectan el capital cuando a consecuencia de las mismas se reduzca el patrimonio neto por debajo del monto del capital suscrito. Las utilidades de cada ejercicio social, establecidas conforme a los estados financieros aprobados con los que estén de acuerdo el accionista, se distribuirán con arreglo a las disposiciones siguientes y a lo que prescriban las normas legales. 1.- El diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas después de impuestos se llevará a la reserva legal, hasta concurrencia del cincuenta por ciento (50%), por lo menos, del capital suscrito. Una vez se haya alcanzado este límite quedará a decisión de la accionista continuar con el incremento de la reserva, pero si disminuyere será obligatorio apropiar el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas hasta cuando dicha reserva llegue nuevamente al límite fijado. 2.- Efectuada la apropiación para la reserva legal se harán las apropiaciones para las demás reservas que, con los requisitos exigidos en la Ley, decidan sus accionistas. Estas reservas tendrán destinación específica y clara, serán obligatorias para el ejercicio en el cual se hagan, y el cambio de destinación o su distribución posterior sólo podrán autorizarse por los accionistas. 3.- Si hubiere pérdidas de ejercicios anteriores, no enjugadas que afecten el capital, las utilidades se aplicarán a la cancelación de tales pérdidas antes de cualquier apropiación para reservas legal, voluntarias u ocasionales. 4.- Las apropiaciones para la creación o incremento de reservas voluntarias u ocasionales, deberán ser aprobadas por la accionista accionistas. 5.- El remanente de las utilidades, después de efectuadas las apropiaciones para reserva legal y para reservas voluntarias u ocasionales, se destinarán al pago del dividendo de cada accionista. ARTÍCULO DECIMO SEXTO DISOLUCIÓN DE

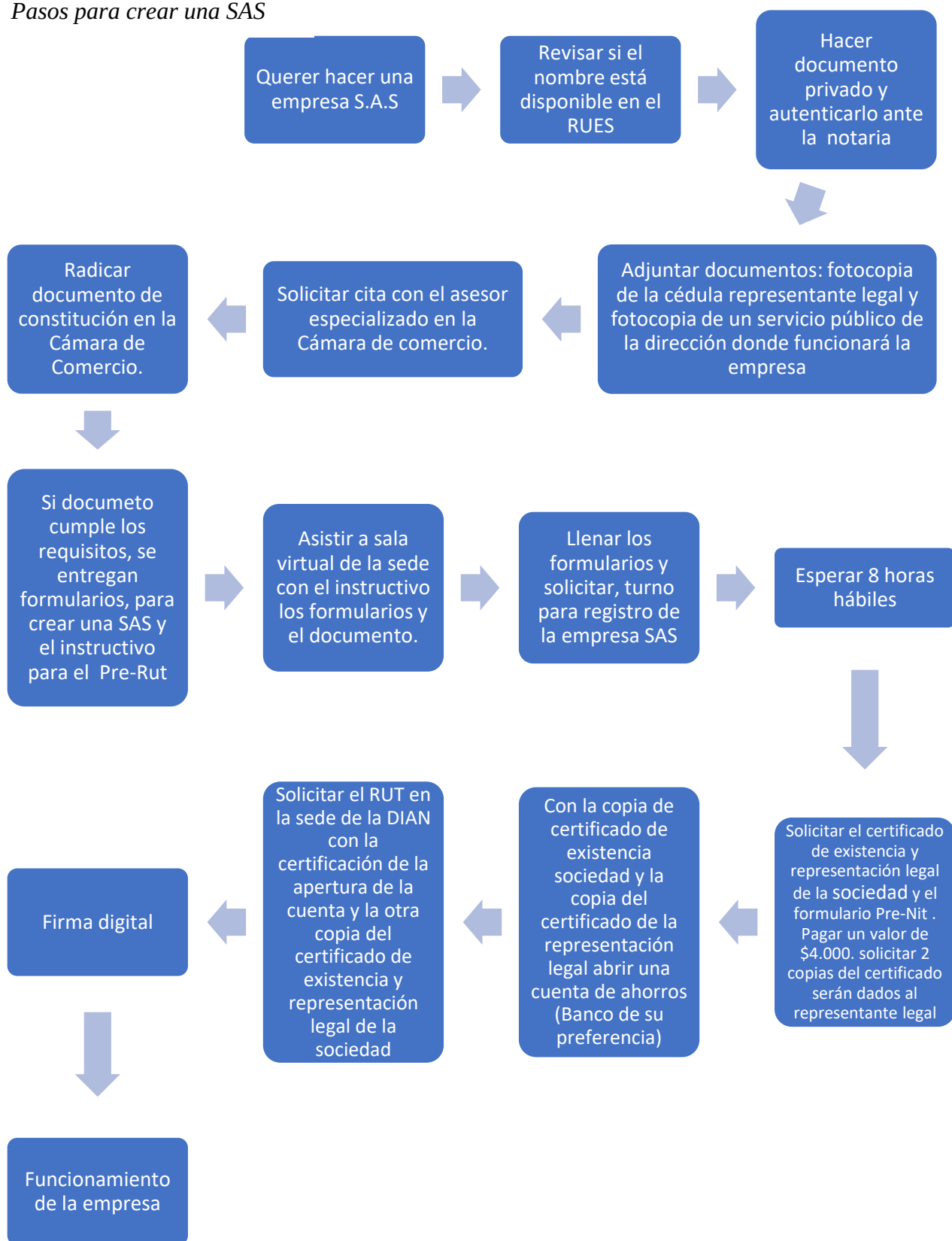
LA SOCIEDAD La sociedad se disolverá por decisión de su accionista o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley y compatibles con la Sociedad por Acciones Simplificada constituida por medio de este documento. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto. ARTÍCULO DECIMO SEPTIMO LIQUIDADOR El liquidador y su suplente serán designados por la accionista y esta designación, una vez que manifieste la aceptación, se llevará a cabo su inscripción en el registro mercantil. ARTÍCULO DECIMO OCTAVO PROCESO DE LIQUIDACIÓN Cuando se trate del denominado proceso de liquidación privada o voluntaria, se seguirán las normas que aparecen en los artículos 218 y siguientes del Código de Comercio. ARTÍCULO DECIMO NOVENO TRANSITORIO - NOMBRAMIENTOS El cargo de GERENTE será ocupado por, MARÍA NAYDEE GÓMEZ CORTÉS, identificado con Cedula de Ciudadanía número 65.690.240 DE ESPINAL, PRESENTE EN ESTE acto constitutivo. (actualícese.com)

4.2.1 Diagrama para crear una SAS.

El gestor analizando las diferentes sociedades para su empresa llega a la conclusión que la más adecuada es crear una empresa SAS para su plan de negocios. (cámara de Comercio de Bogotá)

Para ello, ha investigado como se crea y estos son los pasos para crear una empresa SAS con un solo socio

Diagrama 2

Pasos para crear una SAS

El anterior diagrama, muestra los pasos que se requiere para conformar la empresa SERVICE ART AND PET SAS.

Primer paso querer conformar la empresa.

- Buscar el nombre de la empresa y para ello es importante que el nombre sea llamativo y que este no este, registrado en la Cámara de Comercio ni en las empresas de talla mundial porque pueden generar inconvenientes y multas por ello.
- Hacer el documento privado, con el nombre de la empresa ARTSERVICE SAS, la empresa tiene una duración indefinida cuenta con un socio y un capital de \$10.000.000 de pesos moneda corriente dividido en 100 acciones ordinarias a razón de \$100.000 cada una. La empresa tendrá el domicilio en la ciudad de Bogotá sector de Teusaquillo.
- Una vez realizado y revisado se lleva a la notaria cercana al domicilio de la empresa para su autenticación debe hacerlo el representante legal de la empresa que en este caso es el gestor del proyecto.
- Adjuntar documentos como la fotocopia de la cédula del socio accionista y una copia de la factura de un servicio público del domicilio donde va a funcionar la empresa; estos documentos se adjuntan al documento privado.
- Solicitar cita con el especialista en el área en la Cámara de Comercio.
- Radicar la documentación en la Cámara de Comercio.
- Si la documentación se encuentra al día el asesor entrega los formularios para crear la empresa y el instructivo para el PRE-RUT.
- Solicita ficha para asistir a la sala virtual.

- Asistir a la sala con el documento privado y los formularios para llenarlos y registrar la empresa ante la cámara.
- Esperar 8 horas hábiles.
- Solicitar el certificado de existencia y representación legal de la sociedad PRENIT pagar un valor de \$4.000 más un porcentaje del valor suscrito del capital de la empresa.
- Con la copia del certificado de existencia y la copia de la representación legal abrir la cuenta de ahorros en el banco de preferencia del gestor.
- Con la certificación de apertura de la cuenta y la otra copia del certificado de existencia y representación legal de la sociedad solicitar el RUT en la sede de la DIAN.
- Crear la firma digital del representante legal en la DIAN.
- Ya puede funcionar la empresa.

4.3 Impuestos y tasas

La empresa SAS tiene las siguientes obligaciones para su funcionamiento

- Es agente de retención en la fuente a título de Renta, Iva, Ica.
- Es responsable del Iva en caso de realizar una actividad gravada con este impuesto.
- Es contribuyente del impuesto a la renta del régimen ordinario.
- Está obligada a expedir facturas.
- Debe reportar información exógena.
- Está obligada a llevar contabilidad.

- Las obras de arte tienen el IVA a la venta de la obra y se debe hacer factura a la entrega.
- No está obligada a tener revisor fiscal por el monto de los ingresos.

Capítulo V

5. Pensamiento Estratégico

5.1. Estrategias de mercadeo

5.1.1 Producto

Tabla 22					
<i>Estrategia de mercadeo producto</i>					
Estrategia	Objetivo	Actividades	responsable	Recursos	Tiempo
Ofrecer a los clientes las obras de arte con insumos de buena calidad	Satisfacer al cliente con una buena obra de arte generando una satisfacción por la adquisición.	Buscar en el mercado los proveedores que ofrezcan los insumos a buen precio y de buena calidad. Analizar las cotizaciones que presenta el curador y elegir la de mejor precio con calidad de insumos. Utilizar los insumos y analizar la consistencia de la pintura e intensidad de color	Curador	Transporte \$30.000. Sueldo \$150.000	3 días
			Gerente	Sueldo \$83.000.	1 día
			Pintor.	Proyecto \$150.000	15 días
Ofrecer a los clientes las obras de arte en el menor tiempo posible. 15 días	Satisfacer al cliente teniendo la obra en 15 días.	Tener el inventario de insumos al día Realizar la obra en el tiempo estipulado.	Gerente	Sueldo. \$150.000	1 día
			Pintor	Mano de obra Valor del proyecto	10 días
			Curador	Sueldo. \$150.000	1 día.

		Dar el visto bueno para la entrega de obras			
Si el cliente compra la obra con moldura	Dar un plus como es llevar e instalar la obra que resalte en su ambiente.	Tener los insumos al día para la realización de las obras. Realización de las obras. Llevar la obra al hogar del cliente, instalarla, asegurarse que que no reciba sol ni humedad	Gerente Pintor Curador	Sueldo \$83.000 Pintor valor de la mano de obra de acuerdo a la dimensión de la obra. Revisar las obras que queden una buena calidad. Transporte \$15.000. Sueldo \$150.000.	1 día. 12 días. 2 días

5.1.2 Precio

Tabla 23					
<i>Estrategias de mercadeo precio</i>					
Estrategias	Objetivo	Actividad	Responsable	Recursos	Tiempo
Ofrecer a los clientes un precio del 70% por la segunda obra comprada.	Aumentar las ventas	Determinar los insumos que se necesitan para la realización de las obras Determinar que pintores realizan las obras. Realización de las obras	Gerente Curador Pintores	Sueldo. \$83.000 Sueldo \$150.000 Valor de acuerdo al proyecto	1 día. 1 día 13 días.

Resaltar al cliente que la empresa maneja precios por debajo de la competencia sin que se afecte la Calidad de las obras	Para posicionar la empresa en el mercado frente a la competencia	Determinar los insumos que se necesitan y el tamaño del lienzo	Gerente curador y pintor	Hacer las obras de acuerdo a los parámetros de calidad.	
Asistir a ferias y a exposiciones y los clientes que quieran una obra de la mascota o el retrato se le hará un descuento del 20%.	Dar a conocer la empresa y aumentar las ventas	Entrega de insumos al pintor. Realización de la obra Revisión de la calidad de la obra.	Gerente Pintor Curador	Salario \$83.000 Valor de acuerdo al proyecto realizados. sueldo \$300.000	1 día. 12 días 1 día

5.1.3 Promoción.

Tabla 24					
<i>Estrategias de mercadeo promoción</i>					
Estrategias	objetivo	Actividades	Responsable	recursos	Tiempo
Hacer descuentos en la realización de las obras en fechas especiales.	Dar a conocer la empresa y aumentar las ventas	Abrir cuenta en las redes sociales y promocionar los retratos.	Publicista	Sueldo Publicista \$300.000	3 días
Asistir a ferias para promocionar los productos	Dar a conocer la empresa productos en el sector del arte	Alquilar un estand para participar en la feria	Gerente	\$300.000 Y el valor del stand	3 días de feria.
Visitar parques cercanos, veterinarias para dar a conocer	Ofrecer las obras para aumentar las ventas	Preparar los elementos necesarios	Gerente	\$83.000	1 día

los productos de la empresa		para la publicidad. Asesorar al gerente la técnica y que elementos se van a utilizar para la publicidad	Publicista.	\$100.000	2 días a la semana
-----------------------------	--	---	-------------	-----------	--------------------

5.1.4 Plaza

Tabla 25					
<i>Estrategias de mercadeo plaza</i>					
Estrategia	Objetivo	Actividad	Responsable	Recursos	Tiempo
Hacer llamativa la página web	Dar a conocer la empresa y aumentar los compradores	Tener la página web al día con las mejores obras.	Publicista	El mantenimiento de la página \$400.000	Todos los días
La empresa no tendrá local abierto al público. Dar a conocer los productos por las redes sociales	Dar a conocer la empresa y buscar clientes para las obras	Hacer un portafolio para las redes sociales	Publicista	\$100.000	2 veces a la semana.
Tener el taller arreglado y cuando el cliente lo visite se pueda tomar un café y pasar un rato agradable	Dar a conocer el taller y que el cliente tenga un rato agradable con el equipo de trabajo	.Tener la cafetería con los elementos necesarios para la atención del cliente	Gerente	\$155.000. presupuesto de cafetería	Todos los días

5.2 Estrategia Organizacional.

5.2.1 Plataforma estratégica

5.2.1.1 Misión:

Participamos en el proceso creativo del país, mediante la generación de empleo a personas que cuentan con las actitudes, aptitudes y competencias para realizar obras de arte, y ofrecer a nuestros clientes obras con calidad precios justos y en el menor tiempo posible, generando el mejor recuerdo de sus mascotas y seres queridos.

(Gerencia Estratégica Humberto Serna Gómez).

5.2 1.2 Visión.

Un lugar para dar lo mejor de sí, para generar autoestima, creatividad, e ingresos al grupo que conforma la organización.

Pintar su idea con calidad, donde el cliente quede satisfecho.

Para el año 2025 tendrá que ser un modelo de empresa referente en el sector del arte orientando su acción hacia el cambio social y cultural donde el adulto mayor pueda aportar a la sociedad su creatividad y experiencia y además la empresa pueda crecer y permanecer en el mercado.

5.2.2 Valores corporativos

LA EMPRESA ARTSERVICE SAS para un buen clima organizacional cuenta con unos valores corporativos como son:

Trabajo en equipo:

Es fundamental para el buen desempeño que las personas que trabajan en la organización puedan trabajar en equipo y así tener un buen clima organizacional-

Compromiso.

La persona que trabaja en la organización se sienta comprometida para cumplir con la elaboración de las obras con calidad y en el tiempo que se le ha prometido al cliente.

Respeto.

Es importante que las personas que laboran en la empresa tengan respeto por las ideas y concepto del otro para tener un buen ambiente laboral.

Pasión.

Fundamental que la persona que labora en la empresa sienta pasión por lo que hace ya que esto se reflejará en la calidad de las obras y será feliz en su trabajo.

Perspectiva.

Conocer la misión, la visión objetivos y políticas de la organización para saber hacia dónde va la empresa y así enfocar su trabajo para buscar cumplir lo que se ha propuesto la organización

5.2.3 Políticas.

Buscar la excelencia en la realización de las obras de arte.

Realizar las obras de arte con pasión para satisfacer al cliente.

Brindar al equipo de trabajadores un clima organizacional cálido para la realización de las labores cotidianas.

Brindar un curso de inducción a todo nuevo integrante de la organización.

Apoyar con el crecimiento personal de los trabajadores mediante talleres seminarios.

5.2.4. Objetivos globales corporativos.

En desarrollo de su misión, la empresa artes, tendrá como objetivos corporativos para los siguientes 5 años:

5.2.4.1 Objetivos de crecimiento.

Crece en los próximos 5 años un 30% para ello fija objetivos con los que debe comprometerse toda la organización.

5.2.4.1.1 Consolidación del mercado actual.

Utilizar y actualizar la página web, para dar a conocer los productos ofrecidos por la empresa; además de visitar las veterinarias del sector para ofrecer los productos a dueños de mascotas.

5.2.4.1.2 Crecimiento de nuevas líneas de producto

Ofrecer las obras en otras técnicas de pintura, como el acrílico en acuarela carboncillo.

5.2.4.1.3 Diversificación geográfica.

Ofrecer los productos a otras regiones del país con los medios tecnológicos.

La empresa buscará crecer e y permanecer en el mercado a un ritmo de 30% anual.

5.2.4.2 Objetivos de rentabilidad.

La empresa buscará el punto de equilibrio, al año y espera recibir una utilidad operacional al tercer año de por lo menos del 25% sobre las ventas.

5.2.4.3 Objetivos de desarrollo tecnológico.

Estar pendiente de la página web, para que esté actualizada y sea llamativa para el cliente poder comunicarse con la empresa para ofrecer la elaboración de las obras de arte.

Utilizar las comunicaciones como redes sociales, para dar a conocer los productos que ofrece la empresa.

5.2.4.4 Objetivos de desarrollo humano.

Utilizar el método de competencias y habilidades para los procesos de selección del talento humano de la organización y así ofrecer al cliente una buena calidad de la obra en el menor tiempo posible.

5.2.4.5. Objetivos de desarrollo comercial.

Continuar identificando, profesionalizando y consolidando su desarrollo comercial, mediante las técnicas de marketing para lograr nuevos clientes.

5.2.5 Orientación hacia el cliente.

Para la empresa de arte es importante buscar que el cliente quede satisfecho y la obra de arte cumpla con las expectativas de calidad precio y entrega oportuna. El área comercial creará los mecanismos para tener una base de datos de los clientes satisfechos y de los clientes que reportaron alguna insatisfacción para mejorar nuestros productos y tener mayor atención al cliente.

5.2.6 Productividad laboral.

Utilizar las técnicas y sistemas administrativos que promuevan el mejoramiento de la productividad laboral, flexibilizando la organización para hacerlo más ágil y competitiva,

5.2.7 Control de calidad.

Certificar la calidad de las obras por un especialista del área como es el curador de arte. La empresa de arte, contará siempre con esta supervisión para tener un mejoramiento continuo, en cuanto a la calidad de las obras.

5.2.8 La preservación del medio ambiente.

Reforzar los programas de control de la contaminación ambiental que deriva del uso de ciertas materias primas que se usan, durante el proceso de la elaboración de las obras de arte, y el efecto residual que tengan los productos en uso y su disposición final.

5.2.9 Conocimiento del entorno.

Estar pendiente del entorno para analizar cuales factores influyen, en nuestra tarea corporativa y así diseñar mecanismos para anticiparnos a los cambios en una forma proactiva y anticipatoria.

5.2.10 Responsabilidad social.

Participar en las actividades comunitarias que propendan del bien común y demostrando respeto por Las leyes y las instituciones del país y de aquellos donde participe.

5.3. Análisis DOFA

Este análisis se hace mediante la matriz DOFA, que es la sigla que componen el concepto debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. Cuanto más competitiva sea la empresa en relación con sus competidores mayores probabilidades de éxito tendrá.

El desarrollo de una estrategia corporativa comprende tres elementos clave:

Identificar una ventaja distintiva o competitiva,

Una de las ventajas que tiene la empresa es la reunión de varios pintores de los años dorados con experiencia y creatividad para realizar las obras y tener el curador de arte para que de la calidad de las obras.

Otra ventaja es que la empresa va a estar ubicada en el sector de las TIC, y no tiene competencia hasta ahora en el sector; además va a utilizar los medios tecnológicos y las comunicaciones para dar a conocer los productos, en forma masiva y a un menor costo de publicidad

Encontrar un nicho en el medio.

La empresa se ubicará en un segmento del mercado de las mascotas. Este mercado de productos y servicios de mascotas ha venido creciendo en los últimos años, debido a la importancia que tienen las mascotas en las familias, personas solteras que no quieren formar una familia, pero si una mascota o en personas que se han quedado solas en los años dorados.

También la empresa va a entrar a un segmento del mercado de las personas que quieran tener un retrato del cliente o de sus seres queridos.

Para estos productos van para personas de estrato 4,5 0 6 ya que estos productos son suntuarios y no son de primera necesidad.

El tercero es encontrar el mejor acoplamiento entre las ventajas competitivas, las comparativas y los nichos que están a su alcance.

El análisis DOFA está diseñado para ayudar al gestor a encontrar el mejor acoplamiento entre las tendencias del medio, las oportunidades y amenazas y las capacidades internas, fortalezas y debilidades de la empresa. Este análisis permitirá a la organización formular estrategias para aprovechar sus fortalezas, prevenir el efecto de las debilidades y utilizar a tiempo las oportunidades y anticiparse al efecto de las amenazas.

5.3.1 Sector externo

5.3.1.1 Oportunidades.

El crecimiento de productos que se ofrecen en el mercado de las mascotas.

La importancia que tiene las mascotas en las familias colombianas, y de las familias de otros países como México Argentina Brasil Estados Unidos.

Como empresa no existe competencia en el sector de las TIC.

Las obras de arte se ofrecerían con precios justos, ya que para este mercado los precios son dados de acuerdo con el recorrido del pintor, a exposiciones y a otros factores.

Pintar retratos de los seres, queridos es una forma de homenajearlos y recordarlos.

5.3.1.2 Amenazas.

La pandemia de coronavirus

La competencia de los pintores independientes.

El gusto por el arte no es para todo el mundo.

Ser un producto suntuario

5.3.2 Sector interno

5.3.2.1 Fortalezas.

La pasión por el, arte, por parte del gestor.

La experiencia que tiene el gestor en la elaboración de las obras de mascotas y los retratos.

La realización de la especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial para adquirir conocimiento y herramientas para llevar este proyecto a cabo.

Cuenta con el espacio para llevar a cabo el proyecto.

Cuenta con los pintores que son personas que se han dedicado a pintar y tienen la experiencia y la creatividad para realizarlas de acuerdo a los pedidos que se vayan dando a través del tiempo.

5.3.2.2 Debilidades.

El producto que se ofrece al mercado no es de primera necesidad.

La empresa tiene que manejar un fuerte marketing para lograr captar clientes para sus productos.

Análisis DOFA para el proyecto de crear una empresa de arte en la ciudad de Bogotá.

5.4 Estrategias

5.4.1 Estrategia FO.

De acuerdo con las fortalezas que tiene el proyecto, frente a las oportunidades, las estrategias que realizaría el gestor son.

El Gobierno del Presidente Duque, en su programa de desarrollo, cuenta con la economía naranja, para incentivar el desarrollo de emprendimientos en el arte, realizando un buen estudio de factibilidad, el gestor lo va a presentar a una institución financiera para apalancar el proyecto con unas tasas de interés más asequibles, que las que utilizan los bancos para libre inversión.

Otra estrategia es ubicar la empresa en el sector de las TIC para utilizar la tecnología y las comunicaciones, en la publicidad de los productos de la empresa en forma masiva y a un menor costo de otros tipos de publicidad, mediante la página web.

Otra estrategia para la empresa es los precios más justos a los clientes, para que puedan adquirir una buena obra de arte.

5.4.2. Estrategias DO.

Una estrategia que el gestor va a utilizar es que el proyecto no lo va empezar en el 2020, porque va esperar que los diferentes sectores de la economía comiencen a funcionar para empezar el proyecto en el 2021.

Las personas les gusta tener mascotas tanto que se convirtieron en parte de la familia y por otro lado las personas aman sus seres queridos, el gestor realizará estrategias de marketing para mover emociones sentimientos para que adquieran las obras de arte de la mascota y los retratos de sus seres queridos.

Las personas poco valoran el arte, piensan que es costoso, pero aquí se utilizara en el mercadeo la importancia que tiene una obra original certificada que puede ser un ahorro al futuro, ya que la obra se puede cotizar y más tarde poderla vender de acuerdo al pintor que la realice y el ojo que, tenga el comprador para ver si es factible venderla al mercado.

5.4.3. Estrategias FA.

Una estrategia que utilizará la empresa frente a la pandemia es que los pintores realicen las obras en sus casas con la dirección del gestor y el control del curador de arte para que se haga con calidad y con el tiempo que se acordó con el cliente y con las especificaciones dadas por el gestor; se hace lo anterior, por el cuidado que se debe tener con los pintores ya que son personas mayores y por el cuidado por las personas que están en la organización.

5.4.4 Estrategias de DA

Una estrategia es llegar a los niños y jóvenes, con pinturas digitales, como comic, o dibujos de las figuras de las películas animadas que tanto les gusta a los niños y a los jóvenes, que se puedan imprimir.

Otra estrategia en el mercadeo es quitar el paradigma de que el arte es para personas sofisticadas, para ello va a utilizar precios más cómodos, y con la certificación de la obra puede venderla a otra persona que le guste y puede venderla aun mayor precio.

Fortalezas:

La preparación del gestor para hacer emprendimiento en el área del arte.

El gestor sabe realizar los retratos de las personas y de las mascotas.

No tiene competencia en el sector de las TIC.

Cuenta con el recurso humano, para realizar las obras como los pintores el curador y el publicista.

Debilidades:

El miedo al fracaso por parte del gestor.

La falta de conocimiento de la tecnología, por parte del gestor ya que la empresa estará en el área de las TIC.

Oportunidades:

El apoyo que el gobierno le da a la economía naranja donde estará ubicada la empresa, que es en el área de las artes.

La exención de impuestos por 7 años para empresas que se creen en el 2020.

La financiación de proyectos de arte que se presenten con la oportunidad de no pago del préstamo, o pagando una tasa menor a lo que prestan los bancos.

El gusto por las mascotas por las familias que hacen que esta sea un miembro más de la familia, y generando un presupuesto para el sostenimiento y permitiendo algunos lujos para la mascota.

Amenazas:

La pandemia que afecta a todos los países del mundo; Colombia ha tenido programas para combatir, pero ha afectado la economía que hacen que muestre un crecimiento económico poco esperanzador, y hasta el momento no hay una vacuna para combatirla; lo anterior trae

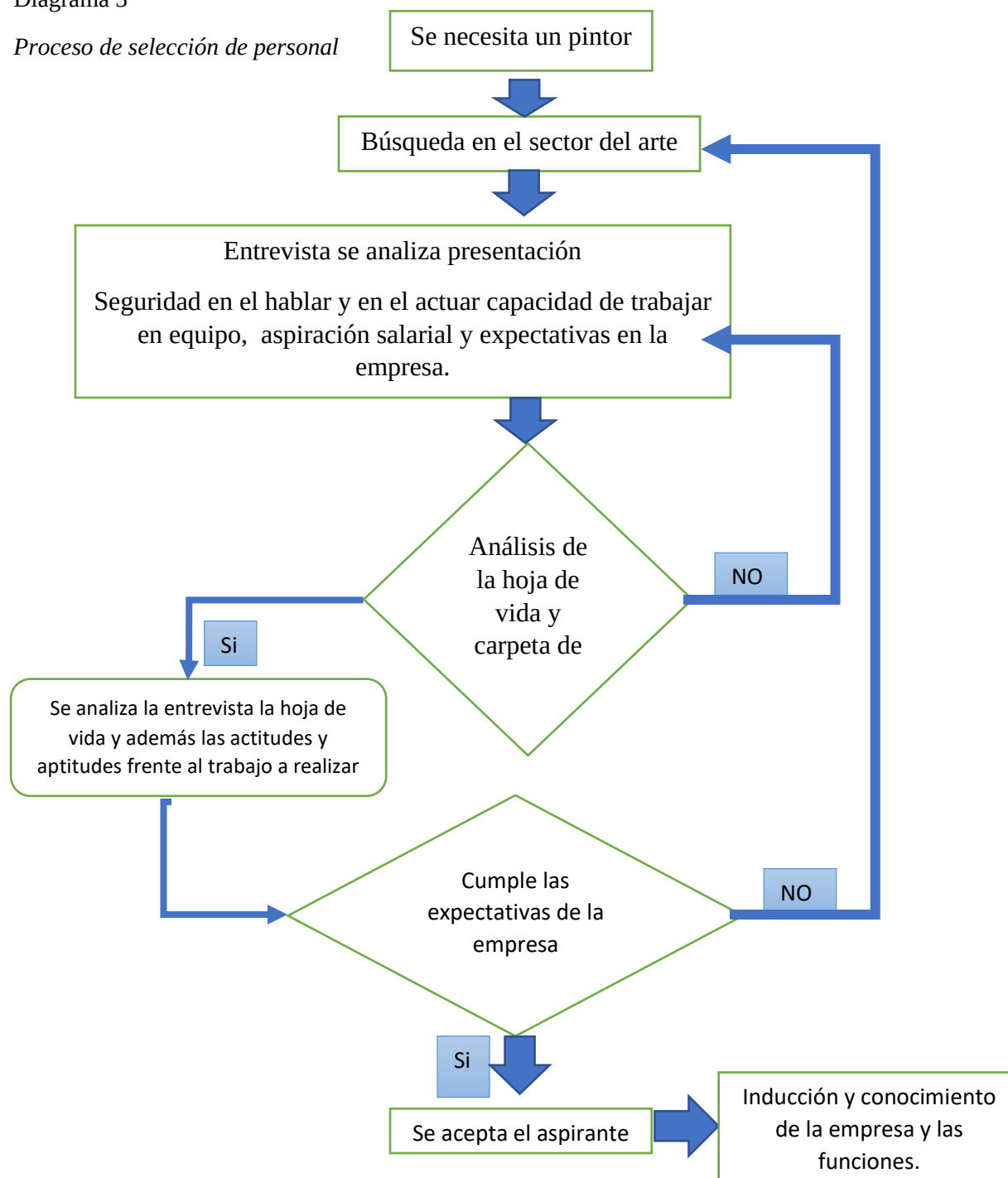
como consecuencia, que el futuro sea incierto para las empresas ya establecidas y para los nuevos emprendimientos que se realicen en el medio

Tabla 26	
<i>Estrategias</i>	
FO Presentar el proyecto a los programas que tiene el gobierno para buscar el beneficio de ser exento de impuestos y buscar financiamiento con una tasa de interés baja o buscar el beneficio de no pago del crédito, que es uno de los programas de la economía naranja.	FA Diseñar un programa de atención al cliente para mantener su lealtad. Realizar las obras de arte con calidad para que el cliente quede satisfecho y pueda referenciar la empresa. Incentivar al cliente de tener obras originales de los seres queridos y de las mascotas, por medio de manejo de emociones y que si es una buena obra con el certificado la puede vender en el caso de las mascotas. Organizar el taller y el equipo en el 2020 para empezar en el 2021. Dando tiempo a la reactivación de la economía.
DO Realizar y analizar el proyecto, para que de seguridad para llevarlo a cabo por parte del gestor. Conocer más por parte del gestor de las tecnologías de la información para que le de seguridad y conocimiento en el manejo de la página web.	DA Dar a conocer las obras por medio de la página web, y las redes sociales utilizando técnicas de marketing para llega a los clientes que pueden pagar por las obras. Generar una cultura organizacional para que no haya alta rotación de personal y los que trabajen con la organización se sientan a gusto de laborar para ella.

5.5. Diagrama del Proceso de selección de personal.

El gestor escoge el proceso de selección de personal ya que éste es un factor importante para el buen desempeño de la empresa.

Diagrama 3

Proceso de selección de personal

Este diagrama explica el proceso de selección de un pintor Para la empresa

ARTSERVICES SAS. El gestor quiso hacer el proceso de selección de un pintor para la

empresa debido a que es fundamental el equipo humano, que va a realizar las obras de arte en la organización.

La empresa necesita un pintor.

Lo busca en el sector del arte, por medio de compañeros pintores que lo referencien para el cargo.

Se analiza la hoja de vida, cual ha sido la experiencia en el medio, cuanto lleva pintando y debe presentar el portafolio de obras realizadas como pintor, ya que las obras que realiza la empresa son específicas mascotas y retratos.

En la entrevista se analiza su presentación, este es un elemento fundamental porque esto prueba la importancia que le está dando a la organización, En la entrevista se analiza la seguridad que transmite, que aspiraciones salariales tiene para ver si es lo que le ofrece la empresa, si está dispuesto a trabajar y a comprometerse con los objetivos de la organización y Hacer los trabajos con calidad, de acuerdo a lo reglamentado por el curador de arte.

Se analiza la entrevista y el portafolio de las obras realizadas si cumple con las expectativas se llamará para trabajar y si no se seguirá en la búsqueda del pintor para la empresa.

CAPITULO VI

6.1 Inversión inicial

Tabla 27

INVERSIÓN INICIAL

AÑO 2020		
PRESUPUESTO DE CAPITAL		
INVERSION INICIAL		
Adecuación del taller		\$ 1.700.000
Equipos de oficina		\$ 4.000.000
PAGINA WEB		\$ 1.200.000
Insumos Taller		\$ 1.864.000
caballetes y Mesas auxiliares		\$ 1.140.000
Pregastos de constitución		\$ 500.000
		\$ 10.404.000
PRESTAMO SOCIO		\$ 1.000.000
PRESTAMO BANCO POPULAR		- 10.000.000
		\$ 9.404.000
TABLA No 25		
BALANCE DE APERTURA DICIEMBRE DE 2020		
SERVICE ART AND PET SAS		
DISPONIBLE	\$ 596.000	
ACTIVOS		
EQUIPO COMPUTO	\$ 4.000.000	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 1.140.000	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	5.140.000	
DIFERIDOS		
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 500.000	
GASTO ADECUACION	\$ 4.764.000	
TOTAL DIFERIDOS	\$ 5.264.000	
TOTAL ACTIVOS	\$ 11.000.000	
PASIVOS		
PRESTAMOS BANCO		\$ 10.000.000
PRESTAMO SOCIO		\$ 1.000.000
		\$ 11.000.000
CAPITAL		\$ 0
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 11.000.000

La inversión inicial para el proyecto es de \$11.000.000, recursos, que el gestor los gestionará por un préstamo en el Banco Popular por un valor de \$10.000.000 de pesos moneda corriente y \$1.000.000 de pesos moneda corriente que prestará el gestor a la sociedad el capital será hasta que acabe de pagar el préstamo y se convertirá en el capital de la empresa ARTSERVICE SAS.

Como se ve en el balance inicial la empresa hará una adecuación al taller, hará compra de insumos y equipos para poner en funcionamiento y hará gastos de constitución para la creación de la empresa, empezará a funcionar a partir del 2021 debido a la pandemia del coronavirus esperando que los diferentes sectores de la economía se normalicen.

6.2 Financiación

Tabla 28

Financiación

DATOS PRESTAMO	
credito	\$ 10.000.000
periodo	5 años
cuotas	trimestrales
tasa	1,3% efectiva mensual
comision	\$ 10.000.000
Cuota	\$ 674.029
Mensual	TRIMESTRAL
1,0%	3,03%

Para el proyecto el gestor realizará un préstamo al Banco popular por un valor de \$10.000.000 de pesos por un período de 5 años con una tasa efectiva mensual de 1,3% pagadera trimestralmente quedando una cuota de \$674.029 pesos, la tabla de amortización se especifica en los anexos del Excel en el trabajo

6.3 Presupuesto

Tabla 29

Presupuesto

PRESUPUESTO								
Presupuesto de ventas		unitario	Vr total	2021	2022	2023	2024	2025
retratode mascotas 50por70	5	\$ 600.000	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000	\$ 38.971.800	\$ 40.857.293	\$ 42.948.037	\$ 45.907.487
Retratos de mascotas de 60 por 80	5	\$ 700.000	\$ 3.500.000	\$ 42.000.000	\$ 45.467.100	\$ 49.156.430	\$ 52.418.630	\$ 56.756.271
Retratos de personas de 50 por70	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000	\$ 28.800.000	\$ 24.744.000	\$ 28.089.389	\$ 33.036.952	\$ 37.000.064
retratos de personas de 60 por80	2	\$ 1.200.000	\$ 2.400.000	\$ 24.000.000	\$ 21.651.000	\$ 24.471.816	\$ 27.530.793	\$ 28.549.432
				\$ 130.800.000	\$ 130.833.900,00	\$ 142.574.928,00	\$ 155.934.411,55	\$ 168.213.255,35
COSTO DE VENTAS								
Presupuesto de costos de venta								
Retratos de mascotas de 50por70	5	362.900	\$ 1.814.500	21.774.000	23.613.456	24.932.883	26.340.321	28.242.146
Retratos de mascotas de 60 por 80	5	\$ 401.100	\$ 2.005.500	24.066.000	26.099.083	28.418.566	30.456.663	33.078.585
Retratos de personas de 50 por70	2	\$ 468.700	\$ 937.400	13.466.400	11.590.504	13.251.606	15.663.940	17.597.053
Retratos de personas de 60 por80	2	\$ 561.100	\$ 1.122.200	11.248.800	10.165.911	11.572.531	13.084.457	13.610.400
				\$ 70.555.200	\$ 71.468.953,56	\$ 78.175.585,78	\$ 85.545.380,91	\$ 92.528.184,31
Presupuesto administrativo								
gestor	1							
Contador	1	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 6.270.000,00	\$ 6.552.150,00	\$ 6.846.996,75	\$ 7.155.111,60
Curador	1	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 6.270.000,00	\$ 6.552.150,00	\$ 6.846.996,75	\$ 7.155.111,60
Secretaria	1	\$ 980.657	1.500.405	\$ 18.004.863	\$ 18.815.081,33	\$ 19.661.759,99	\$ 20.546.539,19	\$ 21.471.133,46
				\$ 30.004.863	\$ 31.355.081,33	\$ 32.766.059,99	\$ 34.240.532,69	\$ 35.781.356,66
Presupuesto de gastos								
Papeleria		\$ 100.000		\$ 1.200.000	\$ 1.225.200	\$ 1.250.929	\$ 1.277.199	\$ 1.304.020
Servicios		\$ 350.000		\$ 4.200.000	\$ 4.288.200	\$ 4.378.252	\$ 4.470.195	\$ 4.564.070
Cafeteria		\$ 140.000		\$ 1.680.000	\$ 1.715.280	\$ 1.751.301	\$ 1.788.078	\$ 1.825.628
Transporte		\$ 210.000		\$ 2.520.000	\$ 2.572.920	\$ 2.626.951	\$ 2.682.117	\$ 2.738.442
Mantenimiento		\$ 150.000		\$ 1.800.000	\$ 1.837.800	\$ 1.876.394	\$ 1.915.798	\$ 1.956.030
Publicidad PAGINA		\$ 400.000		\$ 4.800.000	\$ 4.900.800	\$ 5.003.717	\$ 5.108.795	\$ 5.216.080
depreciaciones				\$ 714.000	\$ 714.000	\$ 714.000	\$ 714.000	\$ 714.000
		\$ 1.350.000	16.200.000	\$ 16.200.000	\$ 16.540.200	\$ 16.887.544	\$ 17.242.183	\$ 17.604.268
Presupuesto de capital								
Inversiones								
equipos de oficina		\$ 4.000.000		\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Equipos del taller		\$ 1.864.000		\$ 114.000	\$ 114.000	\$ 114.000	\$ 114.000	\$ 114.000
				\$ 714.000	\$ 714.000	\$ 714.000	\$ 714.000	\$ 714.000

En tabla 29 se muestra el presupuesto proyectado de las ventas de los diferentes productos que ofrece la Empresa ART SERVICE SAS; este presupuesto se realiza para 12 obras iniciando, se toma este dato de acuerdo al resultado de las encuestas; hubo 12 personas que quedaron de mandar hacer las obras apenas el taller se pusiera en funcionamiento y luego se proyectan las ventas para los meses del 2021 y los años siguientes hasta el 2025. Utilizando el PIB Proyectado para estos años.

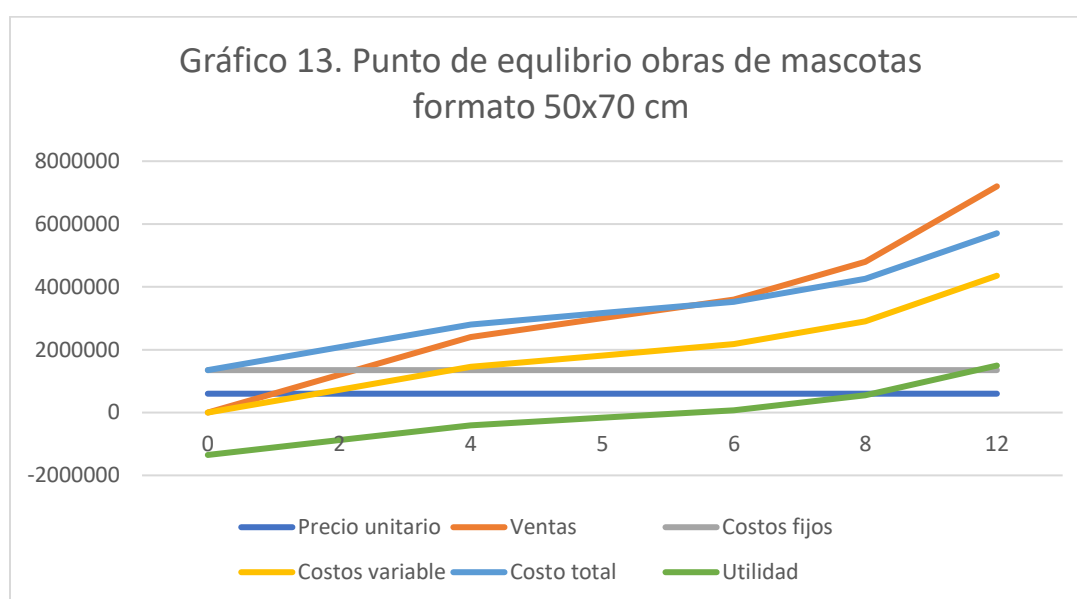
Para los costos y los gastos se proyectan con el IPC para cada uno de los años hasta el 2025.

6.4 Punto de equilibrio

Tabla 30

Punto de equilibrio producto para mascota formato 50x70 cm. Costo unitario: \$362.900

Cantidad	Precio unitario	Ventas	Costos fijos	Costos variables	Costo total	Utilidad
0	\$600.000	0	\$1.350.000	0	\$1.350.000	- \$1.350.000
2	\$600.000	\$1.200.000	\$1.350.000	\$725.800	\$2.075.800	- 875.800
4	\$600.000	\$2.400.000	\$1.350.000	\$1.451.600	\$2.801.600	- \$405.600
5	\$600.000	\$3.000.000	\$1.350.000	\$1.814.500	\$3.164.500	- \$164.500
6	\$600.000	\$3.600.000	\$1.350.000	\$2.177.400	\$3.527.400	\$72.600
8	\$600.000	\$4.800.000	\$1.350.000	\$2.903.200	\$4.253.200	\$546.800
12	\$600.000	\$7.200.000	\$1.350.000	\$4.354.800	\$5.704.800	\$1.495.200

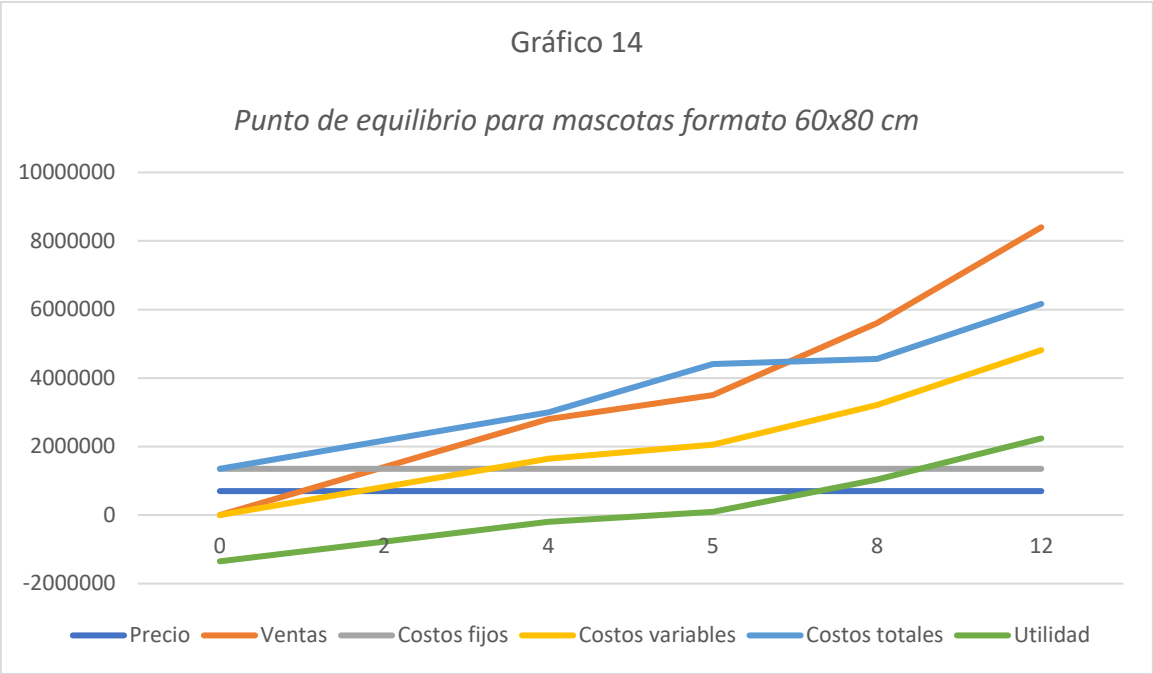


El punto de equilibrio para realizar obras de las mascotas de dimensión de 50x70 cm es cuando la empresa realiza 5.6 obras al mes.

Tabla 31

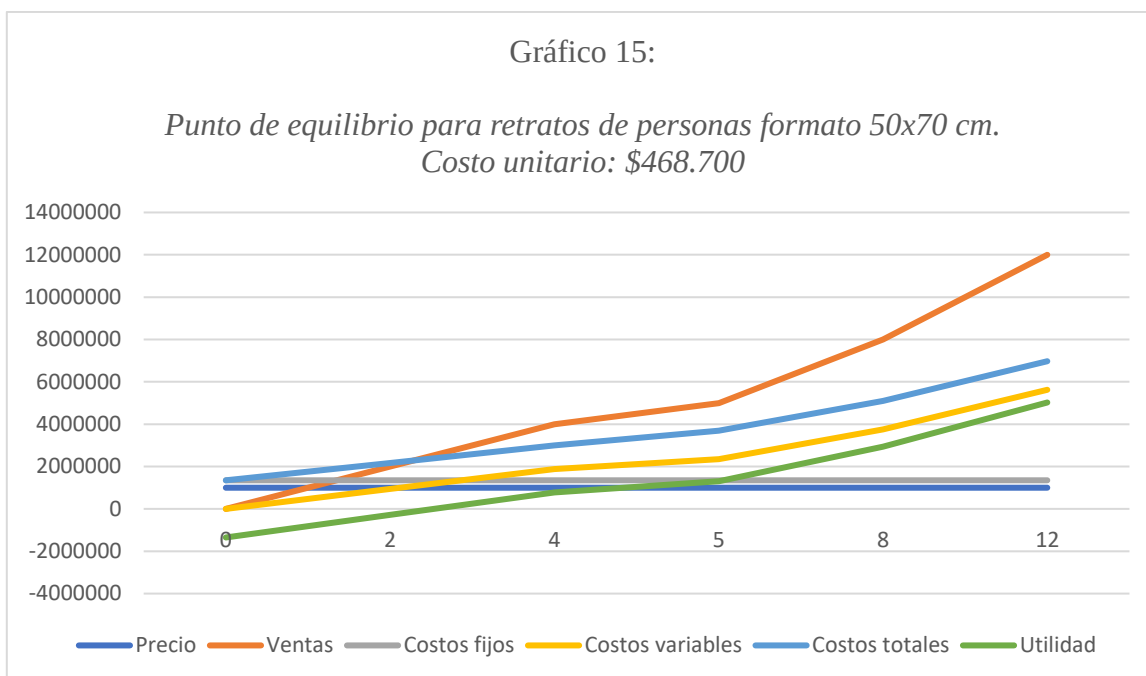
Punto de equilibrio para mascotas formato 60x80 cm. Costo unitario: \$401.100

Cantidad	Precio	Ventas	Costos fijos	Costos variables	Costos totales	Utilidad
0	\$700.000	0	\$1.350.000	0	\$1.350.000	-\$1.350.000
2	\$700.000	\$1.400.000	\$1.350.000	\$822.200	\$2.172.200	-\$772.200
4	\$700.000	\$2.800.000	\$1.350.000	\$1.644.400	\$2.994.400	-\$194.400
5	\$700.000	\$3.500.000	\$1.350.000	\$2.055.500	\$4.405.500	\$94.500
8	\$700.000	\$5.600.000	\$1.350.000	\$3.208.800	\$4.558.800	\$1.041.200
12	\$700.000	\$8.400.000	\$1.350.000	\$4.813.200	\$6.163.200	\$2.236.800



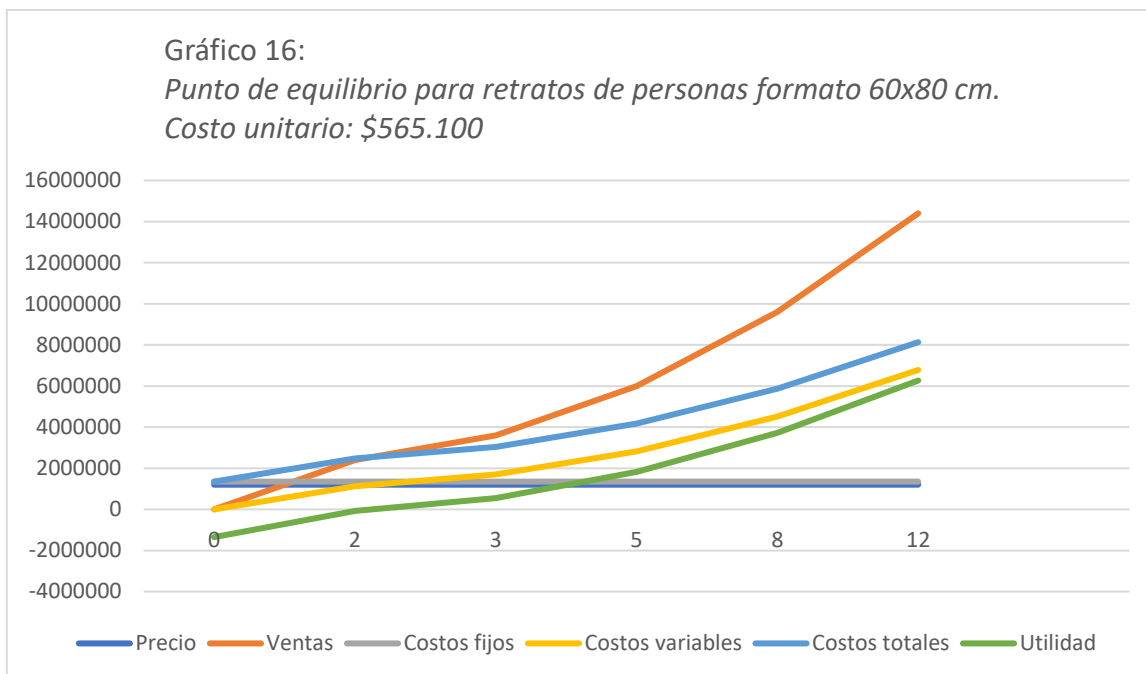
El punto de equilibrio para las obras de las mascotas con dimensión 60 por 80 es cuando la empresa realiza 5.5 obras para que la empresa recupere los costos.

Tabla 32						
Punto de equilibrio para retratos de personas formato 50x70 cm. Costo unitario: \$468.700						
Cantidad	Precio	Ventas	Costos fijos	Costos variables	Costos totales	Utilidad
0	\$1.000.000	0	\$1.350.000	0	\$1.350.000	-\$1.350.000
2	\$1.000.000	\$2.000.000	\$1.350.000	\$937.400	\$2.172.200	-\$287.400
4	\$1.000.000	\$4.000.000	\$1.350.000	\$1.874.800	\$2.994.400	\$775.200
5	\$1.000.000	\$5.000.000	\$1.350.000	\$2.343.500	\$3.693.500	\$1.306.500
8	\$1.000.000	\$8.000.000	\$1.350.000	\$3.749.600	\$5.099.600	\$2.940.000
12	\$1.000.000	\$12.000.000	\$1.350.000	\$5.624.400	\$6.974.400	\$5.025.600



En cuanto al producto ofrecido de obras de retratos de personas de 50 por 70, el gestor ve que el punto de equilibrio lo alcanza cuando realiza y vende 2.5 obras de esta dimensión.

Tabla 33						
<i>Punto de equilibrio para retratos de personas formato 60x80 cm. Costo unitario: \$565.100</i>						
Cantidad	Precio	Ventas	Costos fijos	Costos variables	Costos totales	Utilidad
0	\$1.200.000	0	\$1.350.000	0	\$1.350.000	-\$1.350.000
2	\$1.200.000	\$2.400.000	\$1.350.000	\$1.130.200	\$2.480.200	-\$80.200
3	\$1.200.000	\$3.600.000	\$1.350.000	\$1.695.300	\$3.045.300	\$554.700
5	\$1.200.000	\$6.000.000	\$1.350.000	\$2.825.500	\$4.175.500	\$1.824.500
8	\$1.200.000	\$9.600.000	\$1.350.000	\$4.520.800	\$5.870.800	\$3.729.200
12	\$1.200.000	\$14.400.000	\$1.350.000	\$6.781.200	\$8.131.200	\$6.268.200



En el producto que ofrece de retratos de la dimensión de 60 por 80 el punto de equilibrio lo alcanza cuando vende 2 obras como nos lo muestra tanto la tabla #33 y la gráfica. Anterior.

6.5 Estados financieros

6.5.1 Estado de la situación financiera de la empresa ART SERVICE SAS

Tabla 34
Estado de situación financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
ART SERVICE SAS						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
DISPONIBLE	\$ 596.000	\$ 14.333.421	\$ 20.744.979	\$ 30.852.680	\$ 24.582.371	\$ 21.747.951
INVENTARIOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 596.000	\$ 14.333.421	\$ 20.744.979	\$ 30.852.680	\$ 24.582.371	\$ 21.747.951
INVERSION					\$ 20.000.000	\$ 35.000.000
ACTIVOS FIJOS BRUTOS	\$ 5.140.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
DEPRECIACIÓN ACUMULADA		-\$ 714.000	-\$ 1.428.000	-\$ 2.142.000	-\$ 2.856.000	-\$ 3.570.000
DIFERIDOS	\$ 5.264.000	\$ 4.211.200	\$ 3.158.400	\$ 2.105.600	\$ 1.052.800	\$ -
AMORTIZACIONES ACUMULADAS						
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 10.404.000	\$ 7.497.200	\$ 5.730.400	\$ 3.963.600	\$ 22.196.800	\$ 35.430.000
TOTAL ACTIVO	\$ 11.000.000	\$ 21.830.621	\$ 26.475.379	\$ 34.816.280	\$ 46.779.171	\$ 57.177.951
PASIVO						
OBLIGACIONES FINANCIERAS CP						
PROVEEDORES		\$ 507.895	\$ 1.969.035	\$ 2.591.362	\$ 3.732.400	\$ 1.377.634
IMPUESTOS POR PAGAR		\$ 3.672.875	\$ 2.802.111	\$ 3.921.471	\$ 5.332.878	\$ 6.508.851
OBLIGACIONES CON EMPLEADOS						
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$ 4.180.770	\$ 4.771.146	\$ 6.512.833	\$ 9.065.278	\$ 7.886.485
OBLIGACIONES FINANCIERAS LP	\$ 11.000.000	\$ 9.447.098	\$ 7.697.248	\$ 5.725.474	\$ 3.503.630	\$ 1.000.000
PROVEEDORES						
OTROS PASIVOS LP						
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 11.000.000	\$ 9.447.098	\$ 7.697.248	\$ 5.725.474	\$ 3.503.630	\$ 1.000.000
TOTAL PASIVO	\$ 11.000.000	\$ 13.627.867	\$ 12.468.395	\$ 12.238.307	\$ 12.568.908	\$ 8.886.485
CAPITAL						
UTILIDADES ACUMULADAS			7.457.049	13.411.536	21.744.661	33.077.027
UTILIDADES EJERCICIO		7.457.049	5.954.487	8.333.125	11.332.366	13.831.309
RESERVAS		745.705	595.449	833.313	1.133.237	1.383.131
TOTAL PATRIMONIO	\$ 0	\$ 8.202.754	\$ 14.006.985	\$ 22.577.974	\$ 34.210.263	\$ 48.291.466
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	11.000.000	21.830.621	26.475.379	34.816.281	46.779.171	57.177.951

El estado de la situación financiera muestra que de la inversión inicial queda un disponible de \$596.000 pesos para arrancar a funcionar el taller. Muestra que la empresa ARTSERVICE SAS en su movimiento a través de los años proyectados genera utilidades y por lo tanto el proyecto es viable para el gestor, son unas utilidades que crecen a través de los años proyectados.

6.5.2 Estado de caja proyectado

Tabla 35

Estado de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
ART SERVICE SAS						
FLUJO DE CAJA	2020	2021	2022	2023	2024	2025
SALDO INICIAL	\$ 11.000.000	\$ 596.000	\$ 14.333.421	\$ 20.744.979	\$ 30.852.680	\$ 24.582.371
INGRESOS						
CLIENTES		\$ 130.800.000	\$ 130.833.900	\$ 142.574.928	\$ 155.934.412	\$ 168.213.255
total ingresos	\$ 11.000.000	\$ 131.396.000	\$ 145.167.321	\$ 163.319.907	\$ 186.787.092	\$ 192.795.627
compra activos	\$ 5.140.000					
pago preveedores compras	\$ 5.264.000	24.121.600	26.007.100	29.539.200	32.215.300	38.953.000
Pago impuestos			\$ 3.672.875	\$ 2.802.111	\$ 3.921.471	\$ 5.332.878
Pago Artistas		\$ 39.240.000	\$ 39.250.170	\$ 42.772.478	\$ 46.780.323	\$ 50.463.977
Pago Obligacion financiera		\$ 2.696.116	\$ 2.696.116	\$ 2.696.116	\$ 2.696.116	\$ 2.696.116
Pago pagina Web		\$ 4.800.000	\$ 4.900.800	\$ 5.003.717	\$ 5.108.795	\$ 5.216.080
salarios		\$ 30.004.863	\$ 31.355.081	\$ 32.766.060	\$ 34.240.533	\$ 35.781.357
Papeleria		\$ 1.200.000	\$ 1.225.200	\$ 1.250.929	\$ 1.277.199	\$ 1.304.020
Cafeteria		\$ 1.680.000	\$ 1.715.280	\$ 1.751.301	\$ 1.788.078	\$ 1.825.628
Servicios publicos		\$ 4.200.000	\$ 4.288.200	\$ 4.378.252	\$ 4.470.195	\$ 4.564.070
Transporte		\$ 2.520.000	\$ 2.572.920	\$ 2.626.951	\$ 2.682.117	\$ 2.738.442
Mantenimiento		\$ 1.800.000	\$ 1.837.800	\$ 1.876.394	\$ 1.915.798	\$ 1.956.030
Publicidad		\$ 4.800.000	\$ 4.900.800	\$ 5.003.717	\$ 5.108.795	\$ 5.216.080
Inversiones					\$ 20.000.000	\$ 15.000.000
total pagos	\$ 10.404.000	\$ 117.062.579	\$ 124.422.342	\$ 132.467.227	162.204.720	\$ 171.047.675
SALDO FINAL	\$ 596.000	\$ 14.333.421	\$ 20.744.979	\$ 30.852.680	\$ 24.582.371	\$ 21.747.951

Este flujo de caja muestra al gestor los ingresos que puede tener a través de los años proyectados para poder responder por los costos y gastos administrativos que tiene la empresa para su funcionamiento de acuerdo al plan de inversión inicial y a los objetivos que se propuso para el nacimiento y crecimiento de la empresa en el mercado del arte.

6.5.3. Estado de Resultados de la Empresa ART SERVICE SAS

La proyección que hace el gestor de las ventas, hace que pueda responder por los gastos y costos que genera la elaboración de las obras y generando una utilidad que va en crecimiento a través de los años proyectados.

Tabla 36

Estados de resultados proyectados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
ART SERVICE SAS						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos operacionales		\$ 130.800.000	\$ 130.833.900	\$ 142.574.928	\$ 155.934.412	\$ 168.213.255
costo de ventas		\$ 70.555.200	\$ 71.468.954	\$ 78.175.586	\$ 85.545.381	\$ 92.528.184
Depreciaciones		\$ 714.000	\$ 714.000	\$ 714.000	\$ 714.000	\$ 714.000
Utilidad bruta		\$ 59.530.800	\$ 58.650.946	\$ 63.685.342	\$ 69.675.031	\$ 74.971.071
Gastos de Admon		\$ 47.257.663	\$ 48.948.081	\$ 50.706.404	\$ 52.535.515	\$ 54.438.425
Salarios		\$ 30.004.863	\$ 31.355.081	\$ 32.766.060	\$ 34.240.533	\$ 35.781.357
Papeleria		\$ 1.200.000	\$ 1.225.200	\$ 1.250.929	\$ 1.277.199	\$ 1.304.020
servicios		\$ 4.200.000	\$ 4.288.200	\$ 4.378.252	\$ 4.470.195	\$ 4.564.070
Cafeteria		\$ 1.680.000	\$ 1.715.280	\$ 1.751.301	\$ 1.788.078	\$ 1.825.628
transporte		\$ 2.520.000	\$ 2.572.920	\$ 2.626.951	\$ 2.682.117	\$ 2.738.442
Mantenimiento		\$ 1.800.000	\$ 1.837.800	\$ 1.876.394	\$ 1.915.798	\$ 1.956.030
Publicidad		\$ 4.800.000	\$ 4.900.800	\$ 5.003.717	\$ 5.108.795	\$ 5.216.080
Amortizaciones		1.052.800	1.052.800	1.052.800	1.052.800	1.052.800
Utilidad operativa		\$ 12.273.137	\$ 9.702.865	\$ 12.978.938	\$ 17.139.515	\$ 20.532.646
Gastos financieros		\$ 1.143.214	\$ 946.267	\$ 724.342	\$ 474.272	\$ 192.486
Utilidad neta antes Impuesto		11.129.924	8.756.598	12.254.596	16.665.244	20.340.160
Impuesto		\$ 3.672.875	\$ 2.802.111	\$ 3.921.471	\$ 5.332.878	\$ 6.508.851
Utilidad neta despues de Impuesto		\$ 7.457.049	\$ 5.954.487	\$ 8.333.125	\$ 11.332.366	\$ 13.831.309

6.6 Indicadores financieros

6.6.1 TIR

Tabla 37		
<i>TIR</i>		
AÑO	UTLIDAD NETA	UTILIDAD BRUTA
2020	-\$11.000.000	\$11.000.000
2021	\$7.457.049	\$130.800.000
2022	\$5.954.487	\$130.833.900
2023	\$8.333.125	\$142.574.928
2024	\$11.332.366	\$155.934.412
2025	\$13.831.309	\$168.213.255
TIR	66%	

Al analizar el indicador de la TIR Para el proyecto del gestor la TIR da un resultado positivo del 66% donde muestra que en los 5 años de labor de la empresa las utilidades han

recuperado la inversión inicial y además es mejor que invertirla en un banco; El proceso de sacar el indicador se encuentra en el anexo de Excel del trabajo.

Tabla 38

Beneficio costo

tabla #38		beneficio costo					
2		Beneficio costo					
	VPN	INGRESOS			\$ 588.396.230,98		
	VPN	EGRESOS			\$ 475.592.913,37		
			Beneficio costo		1,237184606		
	TIO	12%					
			VPN				
			ingresos	VPI	EGRESOS	VPN E	NETO
		0	11.000.000	\$ 11.000.000,00	-11.000.000	-\$ 11.000.000,00	\$ -
		1	131.396.000	\$ 117.317.857,14	\$ 117.062.579	\$ 104.520.159,43	\$ 12.797.698
		2	145.167.321	\$ 115.726.499,87	\$ 124.422.342	\$ 99.188.729,48	\$ 16.537.770
		3	163.319.907	\$ 116.247.884,01	\$ 132.467.227	\$ 82.742.947,69	\$ 33.504.936
		4	186.787.092	\$ 118.706.573,66	\$ 162.204.720	\$ 103.084.032,22	\$ 15.622.541
		5	192.795.627	\$ 109.397.416,29	\$ 171.047.675	\$ 97.057.044,56	\$ 12.340.372
			819.465.947	\$ 588.396.230,98	\$ 696.204.543	\$ 475.592.913,37	\$ 112.803.318

El resultado del beneficio costo da 1.23 que es mayor que uno por lo tanto el proyecto es rentable para el gestor.

El gestor con la evaluación de los estados financieros y los indicadores financieros no tiene ninguna duda de llevar a cabo el proyecto de arte.

Tabla 39

CAUE

tabla # 39 CAUE					
CAUE		VPNI	VPNE	Neto	
		588.396.231	\$ 475.592.913,37	\$ 112.803.317,61	
BC El proyecto es rentable a partir del segundo año por que recupero la inversión y se obtiene utilidad					
CAUE Es una gran rentabilidad logrando vender toda las obras.					

CONCLUSIONES

Es destacar la experiencia al estudiar la especialización para el desarrollo empresarial donde se adquiere conocimientos prácticos para la creación de empresas y asesorías para un mejoramiento continuo en una organización; lo anterior es fundamental en estos tiempos tan complicados para la creación de empresas en un mundo de pandemia donde la economía mundial se ha contraído demasiado y es fundamental optimizar los recursos tanto físicos como humanos para el emprendimiento.

El gestor realizó el estudio del emprendimiento, en artes donde es el área que le gusta y le apasiona para ver si puede hacer empresa y pueda poner un granito de arena en el desarrollo económico del país y para ello realizó la página web como se muestra en el link.

El estudio de mercado fue fundamental porque el estudio arrojó la importancia de las mascotas en las familias colombianas y que ocupan un lugar especial tanto en su ambiente como en su corazón.

Es importante mover sentimientos y emociones para que este producto llegue a los hogares colombianos para lograr que en el ambiente tengan una buena obra de arte.

El estudio técnico fue fundamental para que el gestor se diera cuenta que tiene que hacer las adecuaciones necesarias para que el taller cumpla con los requisitos legales para el manejo de insumos y para tener una buena ventilación para la realización de las obras; otra parte del estudio técnico fue llegar a cuantificar los costos de realizar las obras en diferentes dimensiones y analizar los precios que se le podría colocar a las obras para competir en el mercado y donde tendría el punto de equilibrio para que los costos y gastos fueran iguales y a partir de allí generar una utilidad.

Otro estudio fundamental fue cual sería la forma organizacional de la empresa y llegó a la conclusión de que sería jerárquico pero teniendo en cuenta que es un equipo de trabajo para poder cumplir los objetivos, la misión la visión y generando un buen clima organizacional donde habrá mucha motivación por realizar las obras de arte, teniendo como incentivos la celebración de cumpleaños y paseos en grupo en fechas especiales, pero también habrá sanciones cuando no se cumplen los requerimientos de los trabajos realizados.

El gestor junto con su asesor de trabajo se analizó la mejor forma de organización y se llegó a la conclusión que la mejor forma sería una empresa SAS y es por ello que la empresa se llamará ARTSERVICE SAS, que se creará en el año 2020 para que quede todo listo para funcionar en el año 2021.

Importante fue realizar el estudio económico y financiero para ver que tan rentable es el proyecto de acuerdo a los precios del mercado. El estudio realizado muestra que es factible donde la TIR es del 66% quiere decir que los dineros invertidos en el proyecto a una misma tasa, da una rentabilidad del 66%.

Las utilidades tienen un crecimiento a través de los años proyectados es un crecimiento lento como lo demuestran los estados financieros, lo que hace que el gestor debe analizar muy bien los costos en el funcionamiento de la empresa.

Es importante para el gestor tener en cuenta la realidad en que se vive como es el coronavirus que afecta a toda la población mundial y en cada país el manejo se le ha dado diferente teniendo consecuencias para la salud de sus habitantes.

Lo anterior afecta al proyecto porque el gestor no olvida que este es un producto suntuario y el consumo se ha visto afectado, el sector productivo se ha estancado y se ha visto que el desempleo ha llegado a un nivel de 20% en el momento de realizar este estudio.

El gestor había previsto no tener un local para evitar costos, todo funcionará por la página web y por redes sociales para promocionar las obras y conocer los clientes y así aumentar la base de datos para la empresa y con el proceso de la pandemia se ha aumentado la utilización de redes y la tecnología para promocionar los productos de las empresas.

El ubicar la empresa en el sector de las TIC, y estar la actividad de la empresa en la economía naranja es una buena estrategia para tener beneficios como es ser exenta de impuestos por 7 años y además buscar financiamiento a unos intereses bajos en esta época de pandemia que hasta no haya una vacuna va estar restringida la economía.

El gestor resalta la importancia de realizar el estudio de factibilidad ante cualquier emprendimiento para que el inversionista este seguro de que la inversión que va a realizar tendrá una probabilidad alta de que va a generar utilidades.

BIBLIOGRAFÍA.

1. Abogadotic.com/2019/09/02 economía naranja.
2. Actualícese.com/Word-modelo-de minuta- para- la.
3. Banco Finandina.com/Finan blog/noticias/2019/03/19 desarrollo tic en Colombia
Cerem.mx blog
4. Crear una empresa ya-wordpress.com/2011/01/17/elabora-el estudio de mercado-de tu
plan -de negocio.
5. Córdoba Padilla Marcial. (2014) *formulación y evaluación de proyectos* Página 106-156.
Bogotá Panamericana Editorial LTDA.
6. Dinero.com edición impresa/negocios/artículo así-fue-que-el-arte-se volvió-un-buen-
negocio-en-Colombia.
7. Economía naranja.gob.co
8. El tiempo.com /población.
9. El tiempo.com/economía/finanzas dinero/que-invierten-las familias-colombianas-en el
mercado-de las mascotas.
10. María Naydee Gómez Cortés (2020) *Estudio estratégico* Trabajo realizado en el
módulo de toma de decisiones.
11. Gomez Cortés María Naydee. *Archivo de compras de insumos para la elaboración de
obras de arte.* 2018-2020

12. Grupo Bancolombia.com/ postal negocios-pymes/actualízate/mercadeo y ventas/apuesta-Colombia-economía naranja.
13. Inteligencia de procesos. Blogs pot.com/2018/03.
14. Mercado de mascotas en Colombia-gerente.com.co
15. Mascotas-Colombia-crecerá-2019
16. Moreno Fabian Andrés. (2020) Video conferencias en el módulo de procesos estratégicos para la gestión del talento humano.
- 17 Murcia Jairo D. Diaz Piraquive, Flor N (2019) *formulación y criterios de evaluación* Capitulo 5 Bogotá editorial ALFA OMEGA.
18. Rubio Carlos Andrés (2020) *video conferencia y presentación de avances del módulo de innovación.*
19. Serna Gómez Humberto (2014) “*Gerencia Estratégica*” capítulos 5,6,7,8,9. Bogotá Panamericana Editorial LTDA.
20. María Naydee Gómez Cortés (2019) Trabajo realizado en el módulo de talento humano
21. www.Cob.org.co/constitución virtual de SAS.
22. www.comercio.com narices frías /retratos-mascotas-arte- charli -Calvache Andrea
23. [www. Dinero.com/empresas/confidencias](http://www.Dinero.com/empresas/confidencias) online

INDICE DE TABLAS GRÁFICAS Y DIAGRAMAS

Índice de tablas

Tabla 1. Diagrama de GANNT.....	Página 13
Tabla 2. Respuestas a las preguntas del cuestionario	Página 37
Tabla 3. Relación de precios de la empresa con la competencia.....	Página 47
Tabla 4. Productos ofrecidos por la empresa de arte con su ficha técnica	Página 49
Tabla 5. Costos para la elaboración de una obra de arte de la mascota 50 por 70.....	Página 52
Tabla 6. Costos para la elaboración de una obra de arte de la mascota de 60por 80...Página	53
Tabla 7. Costos para la elaboración de un retrato de 60 por 80.....	Página 54
Tabla 8. Costos para la elaboración de una obra de retrato de 50 por 70.....Página	55
Tabla 9. Costos fijos.....	...Página 56
Tabla 10. Tabla de gastos de venta	Página 56
Tabla 11. Relación de costos/ precios de las obras.....	Página 57
Tabla 12. Costo /venta para elaborar una obra de la mascota de 50por 70.....	Página 58
Tabla 13. Relación de venta/costo para pintar la mascota de 60por80.....	Página 59
Tabla 14. Relación de ventas /costo para pintar un retrato de 50 por 70.....	Página 60
Tabla 15. Relación de ventas/costo para elaborar un retrato de 60 por 80.....	Página 61
Tabla 16. Costo del equipo para el funcionamiento del taller.....	Página 63
Tabla 17. Costo de adecuación del taller.....	Página 63
Tabla 18. Insumos para la elaboración de 12 obras al iniciar el proyecto.....	Página 63
Tabla 19. Total de compras para iniciar proyecto	Página 64
Tabla 20. Gastos administrativos.....	Página 76
Tabla 21. Gastos de venta.....	Página 77

Tabla 22. Estrategias de mercadeo producto.....	Página 82
Tabla 23. Estrategias de mercado precio.....	Página 88
Tabla 24. Estrategia de mercado promoción.....	Página 89
Tabla 25. Estrategia de mercadeo plaza.....	Página 90
Tabla 26. Matriz DOFA	Página 101
Tabla 27 Inversión inicial.....	Página 104
Tabla 28 Financiación.....	Página 105
Tabla 29 Presupuesto.....,	Página 106
Tabla 30 Punto de equilibrio mascotas dimensión de 50 por 70.....	Página 107
Tabla 31 Punto de equilibrio mascotas dimensión de 60 por 80.....	Página 107
Tabla 32 Punto de equilibrio retratos dimensión 50 por 70.....	Página 108
Tabla 33 Punto de equilibrio retratos dimensión 60 por 80.....	Página 109
Tabla 34 Estado de la situación financiera.....	Página 111
Tabla 35 Estado de caja proyectado.....	Página 112
Tabla 36 Estado de resultados.....	Página 113
Tabla 37 Indicador TIR.....	Página 113
Tabla 38 Indicador beneficio costo.....	Página 114
Tabla 39 Indicador CAUE.....	Página 114

Índice de Graficas.

Grafica 1. Familias del sector de Teusaquillo que tienen mascotas.....	Página 36
Gráfica 2 Distribución de la población según el género.....	Página 39
Gráfica 3 Distribución de la población según estado civil.....	Página 40
Gráfica 4 Distribución de la disposición para una persona tener una obra de arte.....	Página 40

Gráfica 5 Distribución de la población por el gusto por tener una obra de arte.....	Página 41
Gráfica 6 Distribución de la población para pagar una obra de arte.....	Página 42
Gráfica 7 Distribución de la población a la preferencia del formato.....	Página 43
Gráfica 8 Distribución de la población para recibir visita domiciliaria para asesoría...	Página 44
Gráfica 9 Punto de equilibrio para elaborar una obra de mascota de 50por70.....	Página 59
Gráfica 10. Punto de equilibrio para elaborar una obra de mascota de 60 por80.....	Página 60
Gráfico 11 Punto de equilibrio de elaborar una obra de retrato de 50 por 70.....	Página 61
Gráfica 12. Punto de equilibrio de elaborar una obra de retrato de 60por80.....	Página 62
Gráfica 13 Punto de equilibrio costos totales ventas mascotas dimensión 50x70.....	Página 107
Gráfica 14 Punto de equilibrio costos totales ventas Mascotas dimensión 60x80.....	Página 108
Gráfica 15 Punto de equilibrio costos totales ventas retratos dimensión 50x70.....	Página 109
Gráfica 16 Punto de equilibrio costos totales ventas retratos dimensión 60x80.....	Página 110

Índice de Diagramas

Diagrama 1. Proceso de producción	Página 50
Diagrama 2. Pasos para crear una SAS	Página 83
Diagrama 3. Proceso de selección de personal.....	Página 102

Índice de imágenes

Imagen 1. Adecuación del taller	Página 63
---------------------------------------	-----------

Índice de organigramas

Organigrama 1. Plan de negocios	Página 66
---------------------------------------	-----------