



EMPRENDIMIENTO “RIVERARTE”

JUAN CARLOS BOSSA RIVERA

TRABAJO DE OPCIÓN DE GRADO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

NEGOCIOS INTERNACIONALES

CHÍA CUNDINAMARCA

2021

Tabla de contenido

1. Título	6
2. Investigación de Mercados	6
2.1 Definición de Objetivos	6
<i>Objetivo General.....</i>	<i>6</i>
<i>Objetivos Específicos.....</i>	<i>6</i>
2.2 Justificación y Antecedentes del Proyecto.....	7
<i>Tipos de Estudio</i>	<i>8</i>
<i>Metodología</i>	<i>8</i>
2.3 Análisis del Sector	9
2.4 Análisis del Mercado	10
<i>Oportunidades</i>	<i>15</i>
2.5 Análisis de la Competencia.....	16
3. Estrategias de Mercado	17
3.1 Concepto de Producto o Servicio	17
3.2 Estrategias de Distribución.....	17
3.3 Estrategias de Precio	19
3.4 Estrategias de Promoción	26
3.5 Estrategias de Comunicación	27
3.6 Estrategias de Servicio.....	28
3.7 Presupuesto de la Mezcla de Mercado.....	29
<i>Precio</i>	<i>29</i>
<i>Plaza</i>	<i>29</i>
<i>Producto.....</i>	<i>30</i>
<i>Promoción</i>	<i>31</i>
3.8 Estrategias de Aprovevisionamiento	31
<i>Productos Necesarios para la Creación de Decoraciones.....</i>	<i>31</i>
4. Proyección De Ventas.....	36
4.1 Proyección Mínima a 5 años.....	36
4.2 Justificación de las Ventas	37
4.3 Política de Cartera	37
5. Operación.....	38
5.1 Ficha Técnica del Producto o Servicio.....	38

5.2 Estado de Desarrollo.....	39
5.3 Descripción del Proceso	39
5.4 Necesidades y Requerimientos	40
5.5 Plan de Producción.....	41
<i>Gerente General</i>	<i>41</i>
<i>Departamento de Ventas</i>	<i>41</i>
<i>Departamento de Mercadeo</i>	<i>41</i>
<i>Repartidor</i>	<i>41</i>
6. Plan de Compras	41
7. Costos de Producción	43
8. Infraestructura	44
9. Estrategia Organizacional	44
9.1 Análisis DOFA.....	44
9.2 Organismos de Apoyo	46
10. Estructura Organizacional	47
10.1 Organigrama De La Empresa	47
11. Aspectos Legales.....	47
11.1 Constitución de la Empresa y Aspectos Legales.....	47
<i>Partida Arancelaria</i>	<i>48</i>
12. Costos Administrativos	49
12.1 Gastos De Personal.....	49
12.2 Gastos de Puesta en Marcha.....	49
12.3 Gastos Anuales de Administración.	50
13. Ingresos	52
13.1 Recursos de Capital.....	52
14. Egresos	54
15. Cronograma de Actividades	55
16. Aportes al Plan Nacional o Regional de Desarrollo.....	55
17. Aportes al Clúster o Cadena Productiva	57
18. Impactos	57
18.1 Impacto Económico.....	57
18.2 Impacto Regional.....	57
18.3 Impacto Social	57

18.4 Impacto Ambiental.....	58
19. Resumen Ejecutivo	58
19.1 Concepto del Negocio	58
19.2 Potencial del Mercado en Cifras.	59
19.3 Ventajas Competitivas y Propuestas de Valor	60
<i>Liderazgo en Variedad de Productos y Costos.....</i>	<i>60</i>
<i>Segmentación del Mercado</i>	<i>60</i>
19.4 Resumen de las Inversiones Requeridas.....	61
19.5 Proyecciones de Ventas y Rentabilidad	62
19.6 Evaluación de Viabilidad	63
20. Modelo Canvas	64
21. Internacionalización.....	64
Referencias.....	66

1. Título

PLAN DE MERCADEO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DECORACIÓN CON GLOBOS LATEX, METALIZADOS

2. Investigación de Mercados

2.1 Definición de Objetivos

Objetivo General

Identificar los gustos, preferencias y tendencias que se manejan en el servicio de la decoración con globos, principalmente en el sector de Chía y todos los municipios de la sabana de Bogotá y la capital del país en sí, como puntos principales de venta mediante una investigación de mercado. También se identificarán las herramientas (Infladores industriales, medidores y globos con temáticas específicas de marcas internacionales) necesarias que se van a traer del exterior para potenciar la producción de la empresa.

Objetivos Específicos

- Dominar las tendencias del mercado en el arte de los globos usando las diferentes herramientas (redes sociales) y conferencias nacionales e internacionales a las que se asiste constantemente para ampliar el conocimiento de nuestro servicio.
- Realizar una segmentación de mercado con el fin de establecer los precios de todos los servicios que se van a llevar a cabo por la empresa en los diferentes sectores socioeconómicos.
- Identificar la competencia del mercado.

- Identificar la herramienta de promoción más adecuada con el fin de ampliar el mercado constantemente.

2.2 Justificación y Antecedentes del Proyecto

Chía está ubicado en el departamento de Cundinamarca, con una población existente desde la época precolombina siendo con 126.647 habitantes el municipio más poblado de la provincia sabana centro. Se encuentra ubicado a 10 kilómetros al norte de Bogotá, sobre la carretera que conduce al municipio de Zipaquirá.

En el sector de Chía, Cundinamarca, hablar de arte con globos o decoración con globos implica hablar de la cultura de los habitantes de Chía, en donde la decoración con globos es utilizada de una manera informal. Este no es considerado un servicio necesario, sino más bien uno de lujo. Poco a poco se han venido exponiendo estas nuevas formas de decoración que han tenido aceptación por la gente al darse cuenta que es un servicio diferente y de fácil acceso, ya que se manejan diferentes tipos de decoraciones y se demuestra que por estas cualidades es sencillo adquirir un servicio como este. De esta forma, se han abierto más posibilidades de negocio respecto al arte con globos a futuro.

Este emprendimiento nace de la oportunidad que brindó el mercado un tiempo atrás en cuanto a la decoración con globos en eventos sociales como: primeras comuniones, grados, matrimonios, fiestas empresariales, etc. Se empezó a abrir espacio en el municipio de Chía, Cundinamarca para trabajar con la colaboración de diferentes salones sociales. De esta manera se generó una reputación estable entre la población y los pedidos crecieron de una forma constante.

Igualmente, se empezaron a abarcar nuevos mercados en los municipios de la sabana de Bogotá tales como: Cota, Zipaquirá, Cajicá, Sopó y Tocancipá, ya que no tiene costo adicional para la empresa y los clientes asumían el valor de envío.

Este proyecto comienza su crecimiento gracias a todas las conferencias, cursos y eventos especializados en desarrollar el conocimiento acerca de este bonito arte. Ofreciendo así técnicas nuevas, creativas e innovadoras a los clientes.

La empresa siempre se enfocó en los eventos de gran dimensión como matrimonios, primeras comuniones y grados, pero debido a la pandemia la demanda de este tipo de decoraciones disminuyó de manera importante. En efecto, se buscó una transformación y se optó por la incursión de desayunos sorpresa, producto que hoy en día caracteriza a la empresa por la calidad y la forma innovadora de ofrecerlos.

De esta manera RiverArte amplía su catálogo de productos, abarca cada vez más clientes y se posiciona mejor en el mercado.

Tipos de Estudio

El tipo de estudio que se desarrolló en este trabajo fue “Descriptivo” ya que el propósito es describir y especificar las características de las tendencias del mercado objetivo. De esta manera, se podrán evaluar todos los aspectos que llevan a los clientes potenciales a preferir este servicio. Se realizó también un estudio de la competencia con el fin de identificar los servicios que las demás empresas decoradoras ofrecen y así poder llevar a cabo el aspecto diferenciador que pone a RiverArte en una posición valiosa en el mercado.

Metodología

Para esta investigación se utilizó el método deductivo, ya que, a partir de los aspectos generales como el comportamiento de compra, selección de un servicio y cambios del estilo de vida, se obtuvieron resultados más exactos que hicieron posible el estudio de la necesidad de la población con respecto a las decoraciones utilizando globos. Se llevó a cabo la técnica

cuantitativa mediante encuestas a clientes potenciales.

Con el objetivo de medir el consumo del servicio de las decoraciones con globos se realizó una encuesta a 300 habitantes del municipio de Chía, Cundinamarca de edades entre los 21 y 60 años de edad. Esta encuesta se segmenta en el estrato 4 y tiene como objetivo hacer un estudio sobre la demanda, gustos, tendencias y técnicas de servicio con decoración en globos.

2.3 Análisis del Sector

Como se mencionó previamente, “Chía es un municipio ubicado en el departamento de Cundinamarca y cuenta con una población de 145.658 habitantes”(Chia Cundinamarca, 2021) Este municipio se caracteriza por tener diferentes restaurantes y salones de eventos como “Cocco eventos”, “Caseta Salón”, “Eventos Ryu” “El pórtico”, “El despacho”, “Las Hamacas”, entre otros.

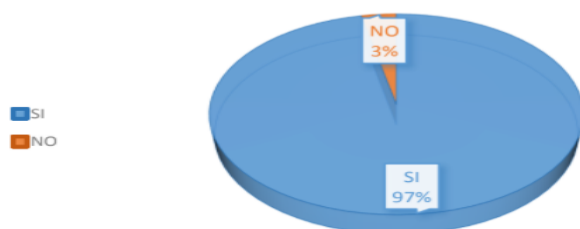
Estos espacios son ampliamente atractivos para los ciudadanos locales y turistas que van a visitar el municipio. Gracias a esto, estos lugares ofrecen la oportunidad de generar convenios y promocionar las decoraciones para eventos privados que se desarrollan en estos establecimientos.

2.4 Análisis del Mercado

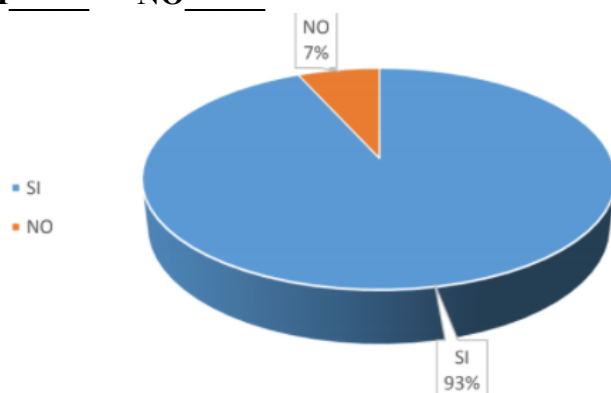
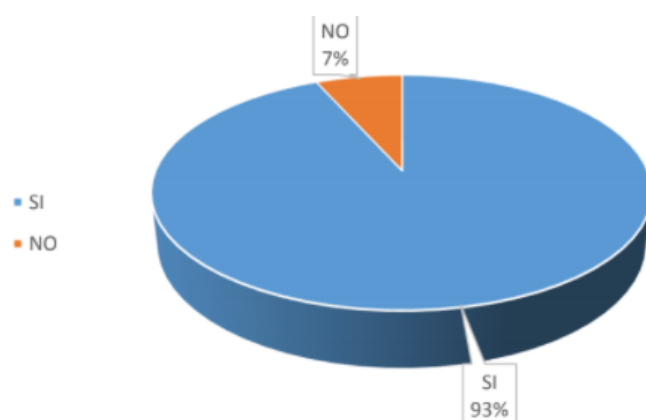
Para medir el consumo de este servicio, se realizó una encuesta a 300 habitantes en el municipio de Chia Cundinamarca, en donde las edades fueron entre 21 y 60 años de edad, se llevó a cabo en el estrato 4 en los sectores de comercio, restaurantes , conjuntos residenciales, colegios, más exactamente con los propietarios de estos establecimientos.

1. ¿Le gustan las decoraciones con globos?

SI _____ NO _____

*Ilustración 1***2. ¿Contrataría servicios de decoración en globos para sus eventos?**

SI _____ NO _____

*Ilustración 2***3. ¿Preferiría hacer la decoración usted mismo?***Ilustración 3*

4. ¿Conoce técnicas de decoración?

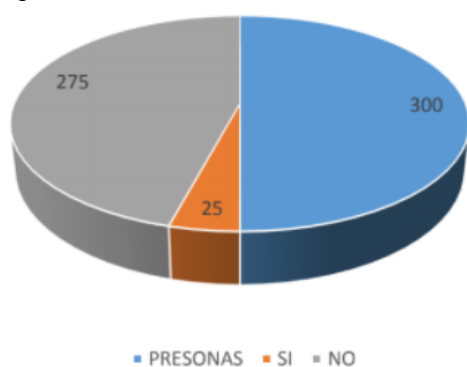


Ilustración 4

5. ¿Le gustaría que la empresa de decoraciones en globos escoja los diseños por usted?



Ilustración 5

6. ¿Conoce los diferentes tipos de globos que hay en el mercado?

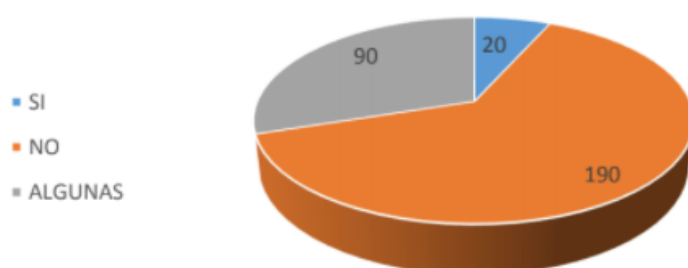


Ilustración 6

7. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una decoración?

Menos de \$100.000

De \$100.000 a \$200.000

De \$201.000 a \$300.000

De \$301.000 a \$400.000

De \$401.000 en adelante.

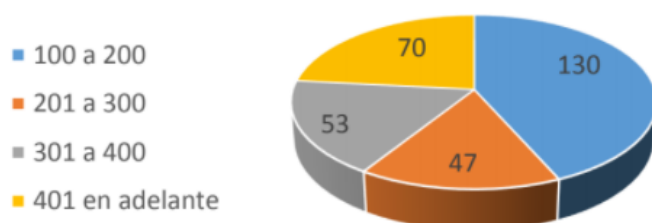


Ilustración 7

8. ¿Por qué medio le gustaría conocer este servicio?

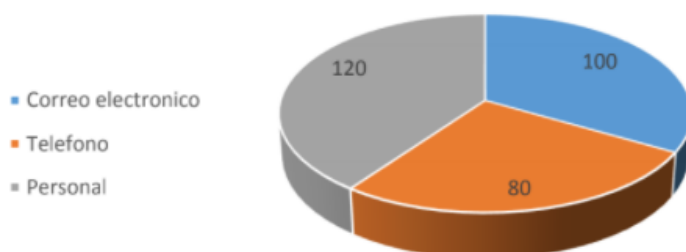


Ilustración 8

9. ¿Compra globos con frecuencia?

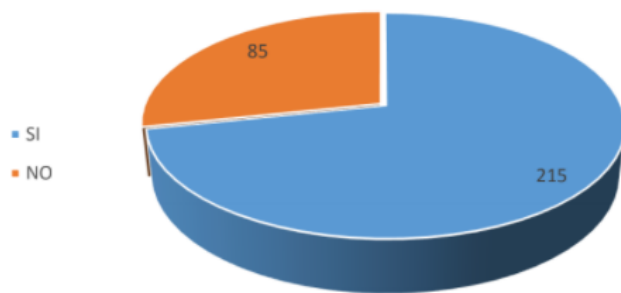


Ilustración 9

Teniendo en cuenta los resultados anteriores se puede identificar que el proyecto es muy viable, ya que en todas las respuestas se obtuvo un número muy positivo que evidencia el alto grado de interés del público por los servicios de decoración con globos.

El tiempo en el que se desarrolló esta investigación de mercado fue de 2 meses. En este tiempo se visitaron casas de banquetes, salones de eventos, jardines, colegios, conjuntos residenciales, supermercados y restaurantes.

El estudio se realizó en su mayoría en horas de la tarde, 12:00pm - 3:00pm, ya que estas eran las horas ideales para hablar con los dueños y administradores de los diferentes lugares a los que se ofrece el servicio.

Algunos lugares que se visitaron fueron:

- Jardín infantil Ludi Club.
- Jardín infantil Manitas Mágicas.
- Jardín infantil Descubro Mi Mundo.
- Jardín infantil Crayola Y Lápiz.
- Colegio Montemorel.

- Colegio Delicias Norte.
- Colegio Bosques De Sherwood.
- Colegio Celestin Freinet.

Algunos conjuntos residenciales que se visitaron para llevar a cabo esta encuesta fueron:

- Conjunto R. Santa Cecilia 1, 2 y 3.
- Conjunto R Andes 1 y 2.
- Conjunto San Felipe.
- Conjunto R. Paseo de los Baganviles.
- Conjunto R. Santa Bibiana.
- Conjunto R. Avallon Hilled.

Estos conjuntos están ubicados en el municipio de Chía, Cundinamarca. Estos lugares se seleccionaron porque se tiene acceso a ellos gracias a residentes e igualmente debido a la situación de pandemia no se pudieron agendar una gran cantidad de entrevistas.

Oportunidades

Chía por su constante crecimiento es un buen sector para crear una empresa de estas cualidades por sus innumerables conjuntos residenciales, colegios, casas de banquetes, locales comerciales, supermercados, concesionarios de carros, universidades, entre otros.

La diversidad que se maneja en cada decoración depende del tipo de espacio y gusto. Esto quiere decir que la decoración con globos siempre estará presente en cada celebración sin importar la ocasión. En adición, todos los tipos de modelos se diseñan mediante softwares informáticos, como Photoshop o CorelDRAW, que permiten visualizar de manera anticipada el

resultado de la decoración. Para lograr obtener resultados impactantes y únicos lo más importante es dejar volar la imaginación.

2.5 Análisis de la Competencia

Se han identificado como los mayores competidores a los establecimientos que llevan más tiempo en el mercado y que gracias a esto abarcan una gran porción de este por su amplio reconocimiento. Las empresas que ofrecen este servicio en este sector son muy pocos y, por ende, los precios que manejan son altos.

A continuación, se presenta una lista detallada de los establecimientos y sus principales características.

- “Piñatería Chía” es un almacén ubicado en el centro del municipio de Chía, muy reconocido por la gran variedad de artículos y decoraciones que ofrece.
- “Decoraciones Juliana” es un local ubicado a los alrededores del municipio de Chía. Este tiene un alto reconocimiento por su calidad y por los altos precios que maneja tanto en productos como en servicio de decoración.
- “Decoraciones Kristy” es un local ubicado en la zona comercial de Chía. A diferencia de los locales mencionados anteriormente, este tiene menos tiempo en el mercado; sin embargo, cuenta con un gran reconocimiento por la gran variedad de productos que ofrece y porque maneja precios más asequibles para los consumidores.
- “Arte y Piñata” este establecimiento es el más fuerte debido a una larga trayectoria en el mercado. Aunque es considerada una pequeña y/o mediana empresa, esto no es impedimento para enfocarse en su mercado objetivo que son los estratos 4, 5 y 6.

- “Papelería Lulú” no es un competidor fuerte debido a que los globos y sus derivados no son su principal fuente de ingreso y producción. Sin embargo, no puede descartarse como competidor ya que también distribuyen ciertos productos de decoraciones con globos.

Una conclusión que se obtiene de estos competidores que le beneficia mucho a RiverArte es que su promoción y comercialización es casi nula ya que cuentan solamente con los establecimientos y como herramienta de publicidad usan únicamente los letreros de sus negocios. Por lo tanto, se concluye que no tienen una presencia fuerte en redes sociales ni un desarrollo en el área de mercadeo adecuada a excepción de “Arte y Piñata” que cuenta con su propia página web.

3. Estrategias de Mercado

3.1 Concepto de Producto o Servicio

RiverArte ofrece productos personalizados caracterizados por llevar siempre globos de diferentes colores, tamaños y estilos dependiendo del evento o la ocasión que requiera el servicio. Los productos que más caracterizan a la empresa son los de gran tamaño como arcos, columnas, centros de mesa y muros. Los precios están en un rango de \$30.000 y \$150.000.

3.2 Estrategias de Distribución

La distribución que RiverArte ofrece a sus clientes es directa ya que la empresa es la encargada de la transportación e instalación de las decoraciones. Personalmente se encargan de visitar el lugar del evento 24 horas antes con el fin de tomar las medidas necesarias para llevar a

cabo las decoraciones. De esta manera, el cliente solo se encarga de recibir a los trabajadores en el establecimiento.

DISTRIBUCIÓN CON RIVERARTE



Solicitud previa

RiverArte se encargará de visitar el lugar 24 horas antes con el fin de tomar las medidas necesarias para las decoraciones para garantizar el resultado perfecto teniendo en cuenta la opinión de sus valiosos clientes.

De esta manera el cliente solo se dirige al establecimiento para ultimar los detalles de la decoración de la empresa y facilitar la llegada de las estructuras y agilizar el proceso de construcción de las decoraciones.



Contrataciones para el mismo día.



Cuando las contrataciones se dan el mismo día la empresa solicitará al cliente la apertura y la bienvenida de la empresa al lugar minutos u horas antes del evento dependiendo la magnitud de la decoración. Utilizando el medio de contacto que el cliente prefirió se establecerá el tiempo de recibimiento de todos los materiales, ya que la construcción de la decoración se llevará a cabo 100% en el lugar.





3.3 Estrategias de Precio

RiverArte maneja una gran variedad de productos y a la vez de servicios. De esta misma manera, se maneja una amplia cantidad de precios dependiendo de algunos factores como: cantidad, tamaño, formas e ingredientes. A continuación, se presenta el brochure de los productos y los precios que la empresa ofrece a los clientes.

Tabla 1. Presentación y comparación de precios

PRODUCTO	RIVERARTE	COMPETENCIA
Desayuno sorpresa	\$20.000 - \$150.000	\$45.000 - \$400.000
Decoraciones	\$30.000 - \$1'500.000	\$90.000 - 3'000.000

Arco Orgánico: \$175.000



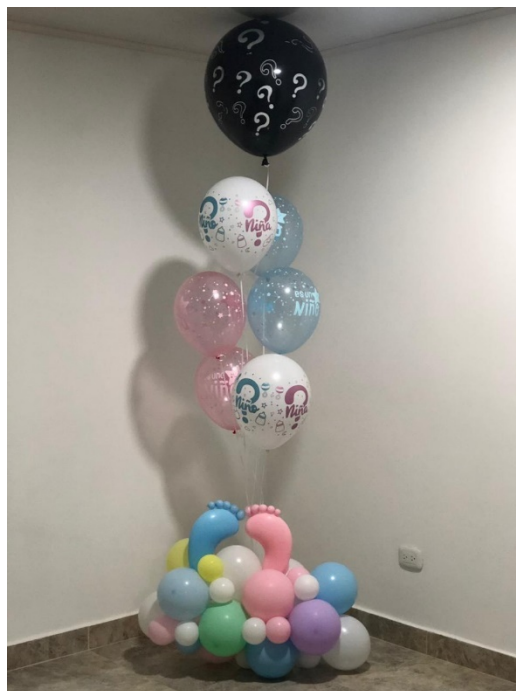
Ilustración 10. Arco Orgánico

Bouquet cumpleaños: \$250.000

Ilustración 11. Bouquet cumpleaños

Bouquet de cumpleaños con motivos: \$170.000

Ilustración 12. Bouquet cumpleaños con motivo

Bouquet revelación: \$170.000*Ilustración 13. Bouquet revelación***Bouquet Helio: 50.000***Ilustración 14. Bouquet Helio*

Decoración mesas: \$70.000

Ilustración 15. Decoración mesas

Centros de mesa: \$45.000

Ilustración 16. Centros de mesa

Centros shower: \$60.000

Ilustración 17. Centros shower

Desayuno: \$130.000

Ilustración 18. Desayuno

Desayuno pequeño: \$70.000

Ilustración 19. Desayuno pequeño

Columna Halloween: \$300.000

Ilustración 20. Columna Halloween

Ángel: \$250.000



Ilustración 21. Ángel

Arco Minnie: \$300.000



Ilustración 22. Arco Minnie

3.4 Estrategias de Promoción

La principal fuente de promoción de RiverArte son las fechas especiales ya que además de ofrecer decoraciones, la empresa se reinventó ofreciendo desayunos y detalles sorpresa a sus clientes potenciales debido a la pandemia. De esta manera, se complementan los dos servicios para brindar más variedad de producto a los consumidores, generando así llamar su atención y en efecto, potenciar las ventas. Esto se considera una gran ventaja para la empresa porque siempre va a ser una necesidad para las personas buscar un detalle en una fecha especial y RiverArte les brinda la oportunidad de regalar un obsequio único y creativo con precios asequibles y descuentos en la próxima decoración de su evento.

La empresa ha contado con la suerte de tener apoyo en redes sociales con celebridades, los cuales ayudaron a aumentar el número de seguidores en Instagram y contrataciones en plazas nuevas. RiverArte está invirtiendo mensualmente en publicidad en redes sociales con el fin de incrementar los seguidores y captar más mercado. A continuación, una imagen con Ana Harlen quien es una modelo y actriz colombiana con gran influencia en el medio.



Por otro lado, RiverArte cuenta con tarjetas personalizadas que ayudan a publicitar la marca de tal manera que en cada evento se haga la debida distribución de estas para facilitar el número de contacto y divulgación de redes sociales para todas las personas que aún no conocen la empresa.



Ilustración 23. Tarjeta RiverArte



Ilustración 24. Publicidad

3.5 Estrategias de Comunicación

Como es conocido, las redes sociales son la herramienta más fuerte y dominante para la comunicación, mercadeo y promoción de cualquier marca o empresa. Es por esto que RiverArte tiene presencia en todas las redes sociales en las que se ha logrado comunicación con personas del exterior y clientes con gran influencia en el medio de la farándula. De igual manera, la inversión en publicidad de redes sociales es fundamental para el crecimiento de la empresa, es por eso que RiverArte invierte una vez al mes en ello con el fin de expandir su mercado.

La empresa cuenta con medios de pago digitales para la facilidad de los clientes utilizando plataformas como Nequi, Daviplata, PayPal y consignaciones en bancos.

3.6 Estrategias de Servicio

La calidad de la empresa se evidencia gracias a las certificaciones que se han obtenido con el paso del tiempo por las diferentes asistencias que se realizan en convenciones, cursos, talleres nacionales e internacionales acerca de conceptos, tendencias y todo tipo de información referente a la decoración con globos. Gracias a esto, se ha garantizado el servicio de ofrecer de manera personalizada cotizaciones y muestras del producto mediante redes sociales como WhatsApp.

A continuación, en la Ilustración 25 se evidencian los diplomas y certificaciones obtenidos gracias a estos seminarios, conferencias y eventos internacionales que se mencionaron anteriormente. Es importante resaltar que estos nutren de manera importante el conocimiento y la calidad de servicio de las decoraciones con globos de la empresa.



Ilustración 25. Certificaciones

3.7 Presupuesto de la Mezcla de Mercado

Precio

RiverArte cuenta con un amplio brochure de productos lo cual permite ofrecer gran variedad de precios para los diferentes tipos de clientes que tiene la empresa. El precio es determinado según las dimensiones del producto o de la personalización que el cliente seleccione ya que RiverArte hace realidad las ideas de todos los compradores que desean sorprender a una persona especial con un detalle.

Plaza

Actualmente, la empresa se enfoca principalmente en abarcar los municipios de la sabana de Bogotá y gracias a las redes sociales se ha podido establecer conexión con algunos clientes en el exterior que han adquirido los servicios de RiverArte.

Producto

El producto fuerte de RiverArte son las decoraciones con globos de gran dimensión para las diferentes celebraciones que realizan los colombianos como: matrimonios, bautizos, primeras comuniones, grados, fiestas empresariales etc. Sin embargo, debido a la pandemia el catálogo de productos se expandió de gran manera, ofreciendo desayunos, cajas sorpresa, mensajes personalizados en globos, etc.

Promoción

RiverArte cuenta con el beneficio de tener las fechas especiales como potenciador de ventas. Gracias a esto y a la publicidad en redes sociales la empresa ha llegado a los clientes que quieren dar un bonito detalle en San Valentín, día de las madres, Día de la mujer, entre otros.

3.8 Estrategias de Aprovisionamiento

Los proveedores que maneja RiverArte para el desarrollo de su objeto social son:

- **Sempertex:** Empresa colombiana líder en el mercado de globos y decoraciones que ofrece los globos y artículos de más alta calidad a sus compradores.
Genera descuentos del 15% a las compras que sean superiores a los \$700.000 y regala entradas a diferentes seminarios que se realizan en la ciudad de Bogotá.
- **Qualatex:** Es una empresa extranjera que ofrece asesoría y un gran número de productos a la venta de los cuales se destacan desde los personajes clásicos como Minnie y Mickey Mouse hasta los personajes que son tendencia.
- **Dulcería Chía:** Para obtener los dulces, caramelos y chocolates que complementan perfectamente los desayunos o algunas decoraciones como centros de mesa.
- **Desechables Chía:** Ofrece un gran stock de productos que se requieren para decoraciones específicas como mesas de dulces, centros de mesa, etc...

Productos Necesarios para la Creación de Decoraciones

- **Globos metalizados:** Un globo con látex especial que permite ofrecer a los clientes todo tipo de formas y personajes tendencia resaltando sus brillos, colores y garantizando un tiempo amplio de duración.



Sempertex (2015/2016) Abre las puertas de la magia pág., 138.

Ilustración 26. Globos metalizados

- **Globos rellenos:** Estos globos son transparentes y su textura permite introducir diferentes objetos para tener gran atractivo visual tales como: peluches, flores, globos de diferentes colores etc.



Ilustración 27. Globos rellenos

- **Globos de diferentes colores y tamaños:** RiverArte cuenta con un amplio catálogo de colores, formas y tamaños para los globos de todo tipo de decoración.
- **Maquinaria y equipos para el desarrollo:** Infladores eléctricos, manuales y la última inversión de la empresa es un inflador digital que potencia la producción y garantiza la precisión en términos de tamaños ya que se puede programar.



Ilustración 28. Maquinaria y equipos para el desarrollo

- **Dispensador de Nylon:** Este producto facilita en gran cantidad el uso del nylon convirtiéndolo en una herramienta fundamental en las decoraciones.



Ilustración 29. Dispensador de Nylon

- **Selladora para globos metalizados:** Esta máquina garantiza el sellamiento de los globos metalizados ofreciendo una mayor duración para las decoraciones.



Ilustración 30. Selladora para globos metalizados

- **Englobadora manual y eléctrica:** La englobadora se utiliza situando el globo transparente en la boquilla. Posteriormente, se infla el globo con las mangueras que posee la máquina y simultáneamente su sistema permite llenarlo del producto que se desee. Finalmente, con esta misma máquina se sella la boca del globo garantizando un excelente englobado. Su uso es mucho más cómodo que con la manual.



Ilustración 31. Englobadora manual y eléctrica

- **Bases para columnas:** Estas bases facilitan el procedimiento de los arcos de gran tamaño, ofreciendo una gran estabilidad y precisión en las medidas.



Ilustración 32. Bases para columnas

- **Cintas para decoración de diferentes colores y tamaños:** Estas son cintas de papel de diferentes colores y tamaños que se encuentran en el mercado; son usadas para dar un toque diferente en cada decoración y de esta manera ofrecer un valor agregado a cada una.



Ilustración 33. Cintas para decoración

- **Helio:** El helio es el segundo elemento más ligero que el aire. Es uno de los gases nobles de la atmósfera que está presente en una concentración de solo 5ppm. La principal fuente es el gas natural del cual se recupera en una operación esencialmente de división, que involucra la licuefacción y la purificación. El helio no es tóxico y es inerte. Se utiliza ampliamente en varios sectores: Eventos para elevar globos, aprovechando su propiedad

de ser más ligero que el aire; como escudo de gas inerte en la soldadura de arco; entre otros.



Ilustración 34. Cilindro de Helio

4. Proyección De Ventas

4.1 Proyección Mínima a 5 años

Tabla 2. Proyección mínima a 5 años

Flujo de Fondos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	47.605.000	57.540.000	67.150.000	76.665.000	86.600.000
Egresos por Compras M.P.	6.206.935	3.135.630	3.686.460	4.221.595	4.811.720
Sueldos y Cargas	40.211.823	46.685.050	49.327.600	52.498.660	55.493.550
Otros Gastos de Producción	290.000	300.000	310.000	320.000	330.000
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	5.009.900	6.307.000	6.664.000	7.092.400	7.497.000
Impuesto a las Ganancias		0	0	0	0
Total Egresos Operativos	51.718.658	56.427.680	59.988.060	64.132.655	68.132.270

Diferencia Operativa	-4.113.658	1.112.320	7.161.940	12.532.345	18.467.730
Inversiones	0				
Flujo Financiero					
Préstamo	0				
Devolución del Préstamo	0	0	0	0	0
Total Flujo Financiero	0	0	0	0	0
Diferencia Ingresos - Egresos	-4.113.658	1.112.320	7.161.940	12.532.345	18.467.730

4.2 Justificación de las Ventas

La empresa se ha consolidado en el mercado siendo una marca reconocida en la sabana de Bogotá. La inversión en publicidad y el voz a voz de los clientes y compradores hacen que las ventas aumenten de manera rápida y que cada vez hayan más interesados en la experiencia “RiverArte”.

4.3 Política de Cartera

En la actualidad la empresa no cuenta con política de cartera.

5. Operación

5.1 Ficha Técnica del Producto o Servicio

Tabla 3. Ficha técnica del producto

NOMBRE DEL PRODUCTO	DESAYUNOS SORPRESA	ARREGLOS
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	Este producto está caracterizado por tener ciertos alimentos como snacks y bebidas que ya vienen armados de manera predeterminada o el cliente puede elegirlos según sus preferencias.	Se caracterizan por poseer más de 5 globos con diferentes técnicas, texturas y colores que se determinan dependiendo la ocasión y la celebración.
PRESENTACIÓN	Desayuno grande. Desayuno pequeño.	Arcos, bouquets, centros y decoraciones de mesas, columnas y ángeles.
VIDA ÚTIL	Globos inflados con aire (5 meses) Globos metalizados (Hasta 3 años) Globo con helio (8 horas)	Globos inflados con aire (5 meses) Globos metalizados (Hasta 3 años) Globo con helio (8 horas)

	Globos con helio tratados (Hasta 3 días)	Globos con helio tratados (Hasta 3 días)
--	---	---

5.2 Estado de Desarrollo

El desarrollo de los productos depende netamente del cliente. Esto se debe a que la empresa puede hacer realidad cualquier idea que el comprador tenga o haya visto anteriormente en internet o en un catálogo. De esta manera, lo único que RiverArte le cotiza al cliente es la cantidad de productos que se van a utilizar y el precio por ello, teniendo en cuenta la personalización que este desee. Por ejemplo, es muy común en fiestas infantiles utilizar diseños de personajes animados famosos en el momento. De esta forma, es muy frecuente que el cliente llegue con la base de la idea y la empresa se encargue de asesorar y aconsejar sobre la mejor opción para su decoración dependiendo del ambiente y el espacio donde se desarrolle. De igual manera funcionan los diseños de los desayunos.

5.3 Descripción del Proceso

1. Contacto con el cliente.
2. Conocer el motivo de su celebración.
3. Identificar las propuestas del cliente.
4. Asesorar dependiendo el caso.
5. Mostrar los productos más adecuados para su necesidad.

6. Cobrar el adelanto del servicio para la compra de los materiales.
7. Comprar los materiales con los proveedores.
8. Realización del producto.
9. Transporte de la decoración al lugar del evento.
10. Instalación de la decoración.
11. Confirmar la satisfacción del cliente.
12. Solicitar autorización del cliente para tomar fotos de la decoración en su evento para publicar en redes sociales.
13. Pago final.

5.4 Necesidades y Requerimientos

Siempre es necesario contar con una reserva de materiales en el taller para poder satisfacer al tipo de cliente que opta por el detalle a último momento. Es por esto que siempre existe un stock de globos de diferentes tamaños y colores, cajas de madera en caso de ser un desayuno sorpresa el presente, cintas de colores y stickers con diferentes mensajes de ocasiones especiales. De esta manera, se logra la satisfacción del cliente y se le aconseja que para una próxima compra realice su pedido con anticipación para así poder desarrollar sus ideas de personalización y utilizar todos los recursos para ofrecer el detalle ideal.

5.5 Plan de Producción.

Gerente General

Es la persona encargada de desarrollar el producto final que el cliente solicitó con las indicaciones específicas requeridas.

Departamento de Ventas

Son los encargados de ponerse en contacto con el cliente, comprar y mantener el stock de la empresa y transmitir las ideas del cliente al gerente general.

Departamento de Mercadeo

Gestionar y promover las estrategias de redes sociales para la publicidad de la marca y de los productos en general. Además de incrementar las ventas de la empresa con el fin de posicionarla en el primer lugar del mercado.

Repartidor

Persona encargada de transportar el producto final a su destino.

6. Plan de Compras

El plan de compras de la empresa varía dependiendo la necesidad del cliente. Por ejemplo, en caso de ser una decoración para un evento de gran magnitud se deben establecer cuáles serán las decoraciones apropiadas con anticipación para poder llevar a cabo la compra de los

materiales necesarios para la elaboración de la misma.

De lo contrario se debe contar con un stock mínimo para la producción de los diferentes productos, claro está, que de no ser llevado a cabo con anticipación los colores, diseños, tamaños y formas serán más limitados pero si se podrá llegar al objetivo bajo esas limitaciones.

7. Costos de Producción

Tabla 4. Costos de producción

INSUMOS	PRECIOS
Globos R12 (50 unidades)	\$8.000
Globos R12 reflex (50 unidades)	\$32.000
Globos R5 (50 unidades)	\$5.000
Globos R5 reflex (50 unidades)	\$12.000
Globos R24 (3 unidades)	\$7.500
Globos R24 Reflex (3 unidades)	\$17.000
Globos metalizados de 18" (1 unidad)	\$1.000
Caja de madera pequeña	\$3.500
Caja de madera grande	\$4.500
Porta globos para globo latex (100 unidades)	\$6.000
Porta globos para burbujas (60 unidades)	\$5.000
Domicilio en Chia	\$ 5.000 - \$10.000
Domicilio en sabana centro	\$10.000 - \$20.000

8. Infraestructura

Actualmente, los productos son realizados en un taller, un espacio adecuado en la casa de la gerente general que cuenta con buena iluminación y gran espacio, también es usado para almacenar todo el inventario necesario para la elaboración de los productos. Este taller cumple con todas las necesidades de la empresa, sin embargo, en el futuro las ventas de la empresa van a demandar un taller más grande para poder almacenar grandes cantidades de inventario y de herramientas que poco a poco se van aumentando.



Ilustración 35. Taller RiverArte

9. Estrategia Organizacional

9.1 Análisis DOFA

Tabla 5. Análisis DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
- Falta de local propio - Poco reconocimiento en el mercado. -Presupuesto limitado. - Maquinaria especial limitada. -Transporte no adecuado para trasladar las decoraciones grandes. -Poco tiempo para obtener una curva de ventas óptima.	- Un amplio mercado para ofrecer el servicio. - Pocos competidores. - Manejo de redes sociales como principal herramienta de mercadeo. -Avances en la tecnología para la elaboración de las decoraciones. - El ofrecimiento de una experiencia diferente para la celebración de cualquier ocasión. - Satisfacción de las necesidades a las que los competidores no han logrado llegar.
FORTALEZAS	AMENAZAS
- Gran variedad en las decoraciones. - Calidad de los materiales con los que se realizan las decoraciones. - Convenciones y seminarios nacionales e	- Competencia desleal del mercado. - No es una necesidad para el consumidor. - Aparición de nuevos

internacionales a los que se han asistido y a los que se asistirán para mantener actualizado el conocimiento en tendencias de decoraciones. - Flexibilidad en precios. - Experiencia y conocimiento del producto. - Seguimiento y control de servicio hasta el punto de entrega. - Ubicación	competidores. - Desempleo. - Crisis económica. - Documentación para constituir la empresa. - Pandemia
--	---

9.2 Organismos de Apoyo

Por el momento la empresa no requiere ningún organismo de apoyo así que no se tiene uno. Sin embargo, hay proyectos de alianzas estratégicas que favorezcan el crecimiento de la empresa en todos los aspectos.

10. Estructura Organizacional

10.1 Organigrama De La Empresa

Gerente General: Claudia Patricia Rivera Acosta

Departamento de ventas: Juan Carlos Bossa Rivera Y Bibiana Paola Cárdenas Rodríguez

Departamento de Mercadeo: María Alejandra Bossa

Repartidor: Juan Carlos Bossa Urbina

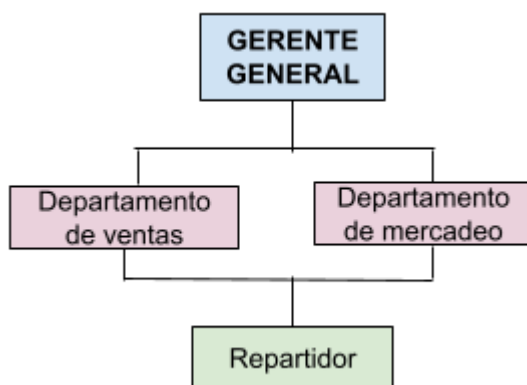


Ilustración 36. Organigrama

11. Aspectos Legales

11.1 Constitución de la Empresa y Aspectos Legales.

Pasos según la cámara de comercio de Bogotá:

“Defina las razones para iniciar un negocio: Oportunidad, necesidad, desempleo, plan de vida, etc...” (Cámara de Comercio, 2021).

“Encuentre una meta asociada a sus metas, conocimientos e ideales respondiendo a preguntas como: ¿Esa idea resuelve una necesidad insatisfecha?, ¿Su idea ya existe?, ¿Cuál es el producto o servicio?, ¿Fabricar o comercializar? Analice oportunidades de mercado para su idea:

¿Quiénes son los clientes?, ¿Cómo llegar a ellos?, ¿Cuál es el valor diferencial que tiene el producto frente a los ya existentes del mercado?” (Cámara de Comercio, 2021)

“Defina los recursos que necesita y analice su competencia, el potencial del mercado, las habilidades que necesita y la propuesta de valor de su modelo de negocio” (Cámara de Comercio de Bogotá [CCB], 2021).

“Implemente el modelo de negocio definido teniendo en cuenta la propuesta de valor ofrecida a sus clientes” (Cámara de Comercio de Bogotá [CCB], 2021).

Elegir cuál es la forma jurídica más adecuada para registrar su empresa: como persona natural es aquella que ejerce esta actividad de manera habitual y profesional a título personal y asume todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.

Es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. Se clasifica en: Sociedad limitada, Empresa unipersonal Sociedad Anónima, Sociedad colectiva, Sociedad comandita simple, Sociedad comandita por acciones y Empresa asociativa de trabajo. Es un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una misma persona natural o jurídica podrá tener varios establecimientos de comercio, estos podrán pertenecer a uno o varios propietarios y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales.

Partida Arancelaria

Sección XX - Mercancías y productos diversos.

Capítulo 95 - Juguetes juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios.

Partida 9505 - Artículos para fiestas, carnaval u otras diversiones incluidos los de magia y artículos sorpresa.

12. Costos Administrativos

12.1 Gastos De Personal

La división de la empresa será por departamentos, es por eso que se han otorgado los porcentajes según el rol que desempeñe en la empresa y este valor dependerá netamente del valor final del producto.

- **Gerente general (1 persona): 38.09%**
- **Departamento de ventas (2 personas): 19.04%**
- **Departamento de mercadeo (1 persona): 19.04%**
- **Repartidor (1 persona): 4.76% + costo de domicilio.**

12.2 Gastos de Puesta en Marcha

Los gastos de puesta en marcha al inicio del proyecto fueron de \$1'000.000, empezando con un curso de iniciación en donde se tomaron dos clases mensuales durante un semestre, cada clase tenía un valor de \$10.000, lo cual representa un valor de \$320.000 para este curso. Además de esto, se hizo una inversión de \$680.000 en material para poder cubrir las primeras decoraciones que RiverArte le ofreció a su público en ese entonces.

Dentro de los planes de la empresa se llevará a cabo un manual de trabajo a medida que el número de empleados crezca con el fin de regular la convivencia dentro de la compañía y mantener clara la información de esta.

12.3 Gastos Anuales de Administración.

Estos valores son variables ya que dependen de la cantidad de productos que se vendan y de acuerdo al porcentaje de ganancia de cada miembro de la empresa se evidencia el valor final.

A continuación los valores del año 2020.

Tabla 6. Gastos anuales de administración

	PRECIO (U x \$)	19,04% (3)	38.09%	4,76%
ARCO ORGÁNICO	\$3'405.000 (29 x 105.000)	\$579.768	\$1'159.840	\$162.078
BOUQUET DE CUMPLEAÑOS	\$3'740.000 (22 x 170.000)	\$712.096	\$1'424.566	\$178.024
BOUQUET DE CUMPLEAÑOS CON MOTIVOS	\$2'880.000 (24 x 120.000)	\$548.352	\$1'096.992	\$137.088
BOUQUET REVELACIÓN	\$360.000 (3 x 120.000)	\$68.544	\$137.124	\$17.136
BOUQUET HELIO	\$1'190.000 (34 x 35.000)	\$1'189.980	\$453.271	\$56.644
DECORACIÓN MESAS	\$400.000 (8 x 50.000)	\$76.160	\$152.360	\$19.040
CENTROS DE MESA	\$1'085.000 (31 x 35.000)	\$206.584	\$413.276	\$51.646
CENTROS DE SHOWER	\$90.000 (3 x 30.000)	\$17.136	\$34.281	\$4.284
DESAYUNO GRANDE	\$6'860.000 (98 x 70.000)	\$1'306.144	\$2'612.974	\$326.536

DESAYUNO PEQUEÑO	\$3'060.000 (68 x 45.000)	\$582.624	\$1'165.554	\$145.656
COLUMNA HALLOWEEN	\$400.000 (2 x 200.000)	\$76.160	\$152.360	\$19.040
ANGEL	\$230.000 (1 x 230.000)	\$43.792	\$87'607	\$10.948

El valor de los gastos administrativos se obtiene de la multiplicación de la cantidad de los productos vendidos por el valor de la ganancia. Como se mencionó anteriormente, los porcentajes corresponden a la ganancia dependiendo el cargo que la persona desempeñe en la empresa, por ejemplo, en este caso podemos evidenciar que el porcentaje de 19.04% se multiplica por tres ya que este es el número de la cantidad de personas que tienen este porcentaje como valor de ganancia.

13. Ingresos

13.1 Recursos de Capital.

Como se ha podido observar RiverArte maneja un amplio catálogo de productos es por eso que cada uno maneja un porcentaje de ganancia.

A continuación una tabla con cada uno de los productos y los porcentajes de ganancia de cada uno de ellos.

Tabla 7. Recursos de capital

PRODUCTO	PRECIO	GANANCIA	% DE GANANCIA
Arco orgánico	\$175.000	\$105.000	60%
Bouquet de cumpleaños	\$250.000	\$170.000	68%
Bouquet de cumpleaños con motivos	\$170.000	\$120.000	70,58%
Bouquet revelación	\$170.000	\$120.000	70,58%
Bouquet helio	\$50.000	\$35.000	70%
Decoración mesas	\$70.000	\$50.000	71,42%
Centros de mesa	\$45.000	\$35.000	77,77%
Centros de shower	\$60.000	\$30.000	50%
Desayuno grande	\$130.000	\$70.000	53,84%
Desayuno pequeño	\$70.000	\$45.000	64,28%
Columna de Halloween	\$300.000	\$200.000	66,66%
Angel	\$250.000	\$200.000	80%
Arco Minnie	\$300.000	\$230.000	76,66%
Clases (1 hora)	\$50.000	\$50.000	100%

14. Egresos

Tabla 8. Egresos

GASTOS DE PERSONAL	• Gerente general: (1 Persona) 38.09% por producto • Departamento de ventas: (2 Personas) 19.04% por producto cada uno • Departamento de mercadeo: (1 Persona) 19.04% por producto • Repartidor: (1 persona) 4,76% por producto + costo de domicilio
CAPACITACIONES	\$250.000 c/u aproximadamente \$1'500.000 anual aproximadamente
MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	\$175.000 mensual aproximadamente

15. Cronograma de Actividades

Tabla 9. Cronograma de actividades

	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	SEMANAS																							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Abastecimiento de insumos																								
Inversión en publicidad																								
Creación de productos																								
Capacitaciones																								
Entrega informe posicionamiento																								

16. Aportes al Plan Nacional o Regional de Desarrollo.

“El plan nacional de desarrollo vigente (2018-2022) pretende alcanzar la inclusión social y productiva, en este caso por medio de la legalidad como semilla, el emprendimiento como tronco de crecimiento y la equidad como fruto para construir el futuro por Colombia, ‘Hacia un pacto por Colombia, con legalidad, emprendimiento y equidad para todos.’” (Departamento nacional de planeación [DNP], 2018).

“Este plan de desarrollo se divide en 4 pactos en donde uno es llamado específicamente ‘pacto por el emprendimiento’ que busca ‘Diseñar e implementar una política nacional de emprendimiento que facilite el acceso a los servicios para que los emprendimientos crezcan y se consoliden’ y el presidente Iván Duque enfatiza que ‘El empresario, el estado y los trabajadores

van a trabajar de la mano, porque el éxito de los trabajadores y el éxito de los empresarios es el éxito que necesita Colombia” (Plan Nacional de Desarrollo, 2018).

“Este pacto consta de diferentes objetivos donde uno de ellos busca simplificar los procesos y el papeleo en la creación de empresa, ya que este es uno de los factores que más afecta a la hora de empezar un negocio nuevo, se pretende organizar y coordinar nuevos métodos para agilizar procesos” (Plan Nacional de Desarrollo, 2018).

“Gracias a esto podríamos empezar a desarrollar la legalización de la empresa ‘El exceso de trámites y la complejidad de la regulación generan obstáculos para el emprendimiento y la libre competencia’” (Plan Nacional de Desarrollo, 2018).

Este pacto también busca que las nuevas empresas sean innovadoras y adopten tecnología de punta para los procesos, hemos querido cumplir con este objetivo adquiriendo diferentes maquinarias para el proceso de creación de los productos como los infladores eléctricos, en especial “**LAGENDA B231**”, ya que es un producto que no se consigue fácilmente, es de origen Chino con un valor que oscila entre USD\$120 y USD\$170 y posee una alta demanda ya que agiliza los procedimientos. Se quiere seguir adquiriendo este tipo de maquinaria a futuro para así poder seguir brindando valor agregado y poder ofrecer cada vez más y más productos en tiempo récord gracias a la agilización por medio del uso de la tecnología.

Este pacto también contiene como objetivo el mejoramiento de los procesos a la hora de importar y exportar productos, como simplificar los trámites, agilizar y reducir el costo de operaciones, reducir el tiempo de desaduanamiento, entre otros. Esto nos beneficiaría directamente ya que la tecnología que queremos implementar para la creación de nuestros productos debe ser importada, ya que son fabricados en China exclusivamente.

17. Aportes al Clúster o Cadena Productiva

RiverArte no aporta a la cadena productiva ya que no fabrica los materiales (globos, cintas, cajas de madera, nylon, etc) con los que se obtiene el producto final.

18. Impactos

18.1 Impacto Económico.

En el momento RiverArte no impacta económicamente, pero en el futuro cuando la empresa crezca, tenga un mayor potencial económico y siga con las condiciones del plan nacional de desarrollo se llevará a cabo el impacto mediante los impuestos otorgados por el gobierno. Sin embargo, la empresa sí está generando ingresos e indirectamente empleo para las personas que hacen parte de esta.

18.2 Impacto Regional

La región es impactada de manera positiva ya que aportar un proyecto de emprendimiento significan cambios positivos importantes en la economía y generación de empleo.

18.3 Impacto Social

El impacto por el momento no es de gran volumen, pero va en crecimiento. Actualmente, RiverArte le genera empleo a 5 personas, pero con la visión que tiene la empresa se espera generar muchos más empleos cumpliendo con todas expectativas legales.

18.4 Impacto Ambiental

En este momento la manera de impactar en el ambiente de la empresa es asesorando a los consumidores de nuestro producto sobre el daño que los globos le pueden hacer al ambiente, así que cada vez que una persona contrata nuestro servicio nos aseguramos de recordarle a nuestros clientes sobre la importancia del reciclaje de nuestro producto, ya que algunas veces las decoraciones se llevan a cabo en espacios abiertos el látex de los globos puede ser bastante dañino para el ambiente.

19. Resumen Ejecutivo

19.1 Concepto del Negocio

RiverArte es una empresa que se enfoca en las decoraciones en globos para todo tipo de celebraciones, ofreciendo como valor agregado la personalización y un estilo único en cada uno de los productos ofrecidos por la marca.

Además de las decoraciones RiverArte ofrece productos alternos como los desayunos y cajas sorpresa, detalles que son tendencia en el mercado y que por medio del toque único de la marca hacen de estos una experiencia inigualable.

Se ofrece un amplio catálogo de productos y gracias a esto también se ofrece una gran variedad de precios que permiten a nuestros clientes tener diferentes opciones a la hora de escoger el producto final, los precios oscilan entre \$30.000 y \$230.000 en decoraciones mientras que en los desayunos sorpresa varía entre \$20.000 y \$150.000 dependiendo la cantidad de productos y el motivo en globos que se desee.

Toda esta información puede ser solicitada por WhatsApp, Instagram y Facebook ya que son los canales donde la empresa se mantiene activa no solo como medio de comunicación sino como medio de publicidad.

19.2 Potencial del Mercado en Cifras.

Tabla 10. Potencial del mercadeo

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	47.605.000	57.540.000	67.150.000	76.665.000	86.600.000
Costo de Ventas	7.023.725	3.135.630	3.686.460	4.221.595	4.811.720
Utilidad Bruta	40.581.275	54.404.370	63.463.540	72.443.405	81.788.280
Gastos de producción Fijos	24.795.000	26.800.000	28.310.000	30.120.000	31.830.000
Sueldos de Administración	11.047.021	10.093.850	10.665.200	11.350.820	11.998.350
Sueldos Comerciales	8.015.840	10.091.200	10.662.400	11.347.840	11.995.200
Cargas Sociales	0				
Publicidad	4.007.920	5.045.600	5.331.200	5.673.920	5.997.600
Transporte	1.001.980	1.261.400	1.332.800	1.418.480	1.499.400
Impuestos y tasas	0				
Varios	0				
	0				
	0				
	0				
Total Otros Gastos	48.867.761	53.292.050	56.301.600	59.911.060	63.320.550

Utilidad Antes de Intereses e	-8.286.486	1.112.320	7.161.940	12.532.345	18.467.730
Impuestos					
Intereses	0	0	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	-8.286.486	1.112.320	7.161.940	12.532.345	18.467.730
Impuesto a las Ganancias	0	0	0	0	0
Utilidad Después de Impuestos	-8.286.486	1.112.320	7.161.940	12.532.345	18.467.730

19.3 Ventajas Competitivas y Propuestas de Valor

Liderazgo en Variedad de Productos y Costos

Una de las principales características de RiverArte es la gran variedad de productos que ofrece y de la misma manera la diversidad de precios que se manejan ampliando la capacidad en temas de producción, aumentando la clientela y sobre todo manteniendo la calidad y la originalidad que caracteriza a la marca.

Segmentación del Mercado

La reputación que tiene RiverArte principalmente en Chía es muy importante ya que el voz a voz ha sido la fuente principal de crecimiento y se tiene una gran variedad de clientes de los diferentes estratos gracias a los diferentes precios que se manejan.

19.4 Resumen de las Inversiones Requeridas

Por el momento RiverArte se enfoca en ofrecer productos de excelente calidad, por lo tanto, la inversión principal es en los globos, ya que hay una gran variedad de marcas que se pueden utilizar, pero la marca de globos que se maneja es “Sempertex”.

En cuanto a las herramientas de trabajo también se han hecho un par de inversiones importantes y se tienen presupuestadas dos inversiones más para el año 2021 en unos infladores industriales que van a aumentar la productividad de la empresa reduciendo el tiempo de producción. Además, RiverArte cuenta con medidores de globos especiales que permiten la perfecta elaboración de ciertas decoraciones que necesitan medidas especiales.

RiverArte invierte también en la publicidad de su marca, como se conoce, las redes y los medios de comunicación como Instagram ofrecen la oportunidad a sus consumidores de invertir monetariamente con el fin de promover sus publicaciones y aumentar las ventas.

Una inversión que se realizará es en un medio de transporte óptimo para la movilización de las decoraciones, ya que en el momento se cuenta con un automóvil que no cuenta con el espacio suficiente para la transportación de estos elementos.

19.5 Proyecciones de Ventas y Rentabilidad

Tabla 11. Proyecciones de ventas y rentabilidad

Flujo de Fondos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	47.605.000	57.540.000	67.150.000	76.665.000	86.600.000
Egresos por Compras M.P.	6.206.935	3.135.630	3.686.460	4.221.595	4.811.720
Sueldos y Cargas	40.211.823	46.685.050	49.327.600	52.498.660	55.493.550
Otros Gastos de Producción	290.000	300.000	310.000	320.000	330.000
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	5.009.900	6.307.000	6.664.000	7.092.400	7.497.000
Impuesto a las Ganancias		0	0	0	0
Total Egresos Operativos	51.718.658	56.427.680	59.988.060	64.132.655	68.132.270
Diferencia Operativa	-4.113.658	1.112.320	7.161.940	12.532.345	18.467.730
Inversiones	0				
Flujo Financiero					
Préstamo	0				
Devolución del Préstamo	0	0	0	0	0
Total Flujo Financiero	0	0	0	0	0
Diferencia Ingresos - Egresos	-4.113.658	1.112.320	7.161.940	12.532.345	18.467.730

19.6 Evaluación de Viabilidad

Tabla 12. Evaluación de viabilidad

Tasa de Ganancia Requerida	5,00%						
Flujo del Proyecto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos por Ventas		47.605.000	57.540.000	67.150.000	76.665.000	86.600.000	
Egresos Operativos		51.718.658	56.427.680	59.988.060	64.132.655	68.132.270	
		-4.113.658	1.112.320	7.161.940	12.532.345	18.467.730	
Inversión	0						Valor
							Residual
Flujo del Proyecto	0	-4.113.658	1.112.320	7.161.940	12.532.345	18.467.730	369.354.600
Tasa Interna de Retorno	183,9%						
Valor Actual Neto	\$ 303.676.321						

20. Modelo Canvas

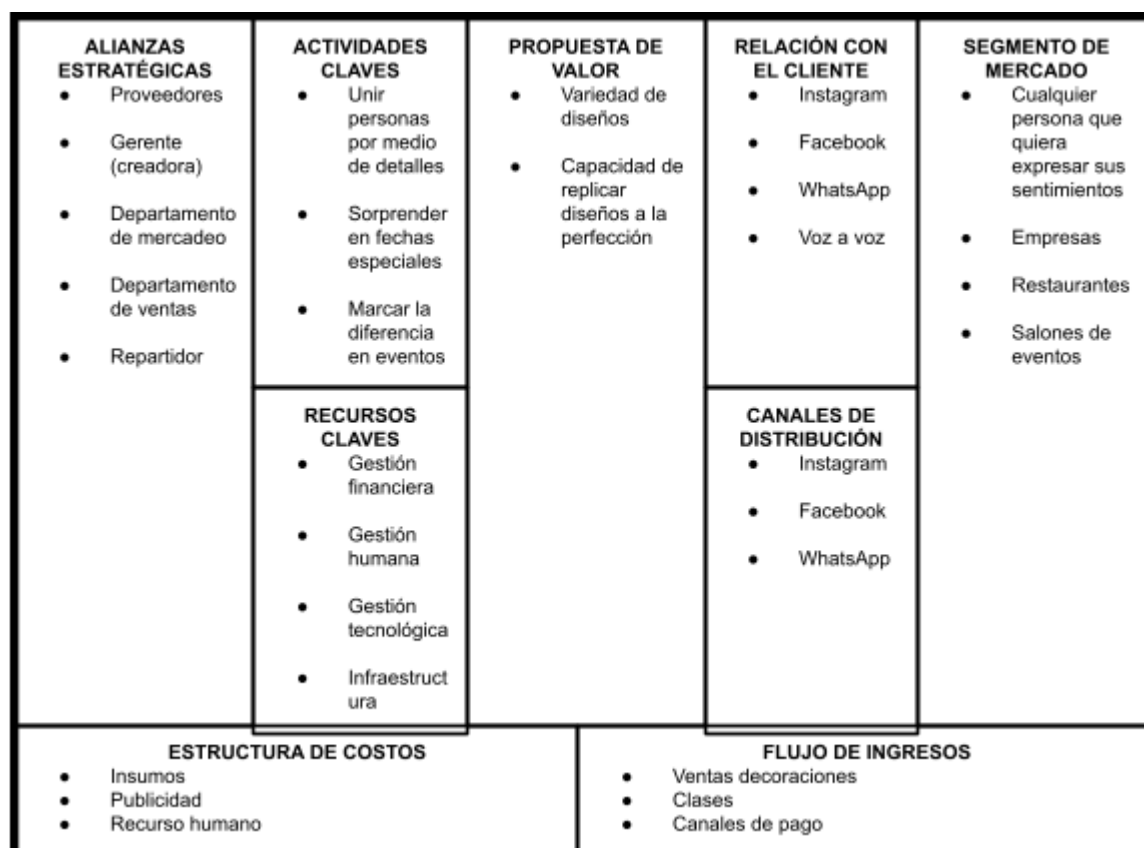


Ilustración 37. Modelo Canvas

21. Internacionalización

En este momento la manera de emplear la internacionalización es brindando la facilidad a los clientes que se encuentran en el exterior de darle un detalle a esa persona especial que se encuentra en Colombia. Ya se ha tenido la oportunidad en un par de ocasiones, en las que uno de los clientes se encontraba en la ciudad de Miami y enviaba el detalle a la ciudad de Bogotá y el otro se encontraba en España y también realizó el envío a la capital colombiana, ambos procesos se manejaron de la misma manera en el tema de pagos, utilizamos Davivienda que nos permitió recibir la plata directamente en la cuenta de manera fácil y rápida.

Esto fue posible gracias a nuestras redes sociales que fueron la fuente de comunicación entre los clientes y la empresa.



Ilustración 38. Encargo desde España



Ilustración 39. Encargo desde Miami

Teniendo en cuenta estas dos ventas la empresa creo una cuenta en PayPal con el fin de facilitar aún más los pagos desde el exterior ya que en países como Estados Unidos es muy común realizar pagos mediante esta plataforma brindando seguridad y satisfacción a nuestros clientes.

La carrera de Negocios Internacionales fue fundamental para el desarrollo y mejoramiento de esta empresa ya que los temas vistos en todos los semestres aportaron el conocimiento necesario para hacer que esta creciera, además de ampliar la visión de negocio y del mercado ya que por medio de esto se pudieron llevar a cabo las primeras conexiones con clientes en el exterior. De la misma manera en el mercadeo, ya que todas las pautas vistas en clase permitieron realizar un acertado estudio que cada día permite el crecimiento de RiverArte

Referencias

1. Xavier, V (2012) Ejemplo de plan de marketing de una empresa de servicios tomado de <http://masterguapohacker.blogspot.com.co/2012/05/ejemplo-de-plan-de-marketing-de-una.html>
2. Hernández O, (2015) tomado de <http://www.chia-cundinamarca.gov.co>
3. Sturm, C (2011) El origen de los globos tomado de www.fayerwayer.com/2011/04/el-origen-de-los-globos-de-latex/
4. Vélez Maya, Tulio, (2005) MERCADEO DE SERVICIOS. Tomado de www.redalyc.org/articulo.oa?id=151330912008
5. Sempertex, (2015-2016) abre las puertas de la magia Revista.
6. Cámara de Comercio. (2021). Pasos para crear empresa. 2021, de Cámara de Comercio
Sitio web: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>
7. Estructura arancelaria. DIAN. Tomado de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>
8. Plan Nacional de Desarrollo (2018-2022). Tomado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/PND-Resumen-2018-2022.pdf>
9. Modelo de estructuras financieras. Tomado de www.emprenautas.net